

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND



présente la revue trimestrielle
de l'Interprofession du Gruyère



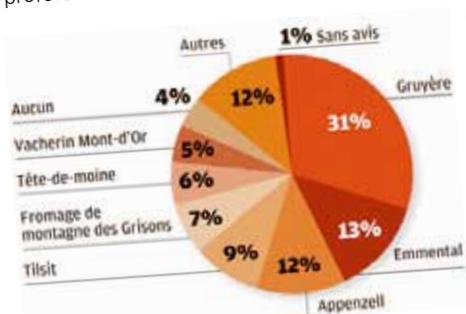
l'oiseau

10 ans au Salon
International
de l'Agriculture



Paru dans «Coopération», le magazine de la Coop du 13 mars 2012

Sondage: Quel est le fromage suisse que vous préférez?



Sondage complet sous:
www.cooperation-online.ch/2926016



SOMMAIRE

- 03 ÉDITO: L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE AOC SWITZERLAND EST UNE HISTOIRE À SUCCÈS
- 04 oriGIn - UNE ALLIANCE INTERNATIONALE POUR DÉFENDRE LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES
- 06 L'HISTOIRE DU GRUYÈRE AOC RETRACÉE AU MUSÉE GRUÉRIEN DE BULLE
- 08 DÉJÀ 10 ANNÉES DE PRÉSENCE AU SALON DE L'AGRICULTURE DE PARIS
- 11 LE GRUYÈRE AOC ASSOCIÉ À DE GRANDES MANIFESTATIONS
- 12 LA FROMAGERIE DES PONTS-DE-MARTEL RENOUVELLE SON EXPOSITION
- 14 LES PLUS BELLES VACHES SUR LE RING DE SWISS EXPO 2012
- 16 LE GRUYÈRE AOC AUX CÔTÉS DES JEUNES SPORTIFS ET DES GRANDS ATHLÈTES
- 18 RECETTES

Impressum

Editeur: Interprofession du Gruyère
Case postale 12, CH - 1663 Gruyères
e-mail: interprofession@gruyere.com
www.gruyere.com

Rédaction:
Interprofession du Gruyère
Microplume, www.microplume.ch
Tirage: 3'100 exemplaires

Traduction:
Polylingua
www.polylingua.ch

Graphisme:
Effet-i-media
e-mail: bepbep@bluewin.ch



L'Interprofession du Gruyère AOC Switzerland est **une histoire à succès**

Depuis sa fondation il y a bientôt 15 ans, beaucoup d'entre vous ont travaillé sans relâche, avec engagement et conviction.

Grâce à une vision claire, une organisation et de la discipline, l'Interprofession du Gruyère a réussi à se faire une position solide dans l'industrie laitière suisse. A ses débuts, l'IPG a été observée avec sourire. Puis elle sera prise au sérieux et aujourd'hui admirée et citée comme exemple. Les fondateurs, les pionniers et tous ceux qui ont aidé à réaliser et à faire vivre l'IPG méritent nos remerciements!

Quelques-uns de ces pionniers sont toujours actifs dans les comités et continuent à nous aider avec leur savoir-faire et leur expérience.

Depuis août 2011, j'ai l'honneur de servir l'organisation comme président. Mon devoir essentiel dans cette fonction est de poser les bonnes questions au bon moment.

Où sommes-nous?

Le marché du fromage est complètement libéralisé vis-à-vis de l'Europe. Le franc suisse est fort, il renchérit le Gruyère AOC à l'exportation et baisse les prix des fromages importés en Suisse. L'offre des fromages en Suisse s'est multipliée et diversifiée, alors que la fin du contingentement laitier est devenue réalité. Les différences de prix du lait sont substantielles et beaucoup aimeraient

aussi produire du Gruyère AOC.

Avec très peu de surproduction, le marché du Gruyère AOC sera déjà déstabilisé.

Les habitudes de consommation ont changé. Dans la branche du commerce de détail, la cannibalisation a commencé. Les assortiments sont de plus en plus segmentés et différenciés.

Avec les arguments comme «qualité», «prix», «origine», «label», «marque», «nouveau ou variante de produit existant avec nouveau positionnement», les différentes sortes de fromages se disputent la place limitée dans les linéaires des magasins.

Où allons-nous?

Souvent le succès agit comme un somnifère. Quand tout va trop bien trop longtemps, il faut commencer à s'inquiéter.

La chaîne de valeurs de l'Interprofession du Gruyère représente 2300 entreprises agricoles familiales produisant le lait que 174 fromagers, pour la plupart indépendants, et 52 fromageries d'alpage transforment en Gruyère AOC. Les 9 entreprises de commerce de fromages affinent le Gruyère AOC jusqu'à maturité commerciale et le vendent dans le monde entier.

Ensemble nous sommes responsables pour notre succès ou notre échec!

Avec la devise: «Aide-toi et le ciel t'aidera», votre comité élabore la Stratégie IPG 2025.

Nous avons analysé nos forces, nos faiblesses, nos chances et nos risques. Les changements probables et les défis futurs, qui pourraient influencer notre activité principale, ont été évalués, discutés et pondérés.

La meilleure façon de se protéger des surprises négatives est d'être attentifs en permanence à ces surprises.

Où voulons-nous aller?

A mon avis, il est important que tous les membres de cette chaîne de valeurs sachent où nous voulons aller, ce que nous voulons, combien nous voulons, et jusqu'à quand nous le voulons.

Et l'essentiel pour moi est que chacun sache quelle est la contribution qu'on lui demande pour qu'ensemble, nous atteignons les objectifs communs.

La prochaine étape consiste à présenter ces objectifs stratégiques aux instances de décision de l'Interprofession du Gruyère. Si la majorité accepte la proposition du comité, je vous en informerai en grandes lignes dans un prochain numéro de l'Oiseau.

Je vous souhaite:
Chance dans votre exploitation,
Excellente qualité,
Succès dans votre marché.

Oswald Kessler
Président



Une alliance internationale **pour** **défendre les Indications géographiques**

L'Interprofession du Gruyère et l'association suisse des AOC-IGP font partie des membres fondateurs d'oriGIn. Elles sont convaincues que la promotion des indications géographiques (IG) et la lutte contre la contrefaçon doivent aussi passer par une alliance entre toutes les filières AOC/AOP/IGP du monde entier.

Aujourd'hui, oriGIn représente quelque 350 organisations de producteurs de 40 pays. Elle est devenue la voix des producteurs d'IG auprès des institutions internationales et suprarégionales, telles que l'OMC (Organisation mondiale du commerce), l'Union européenne, l'Organisation Mondiale de la Propriété intellectuelle.

OriGIn fait un travail de fond pour lutter contre les contrefaçons et les tentatives d'usurpation qui mettent en danger des millions d'emplois dans le monde ainsi que la réputation de ces produits. Elle défend les producteurs affiliés en travaillant avec la grande majorité des acteurs internationaux dans le domaine des IG. Ses tâches sont variées: lobbying, prises de position, élaboration de projets de coopération dans les pays en développement, soutiens et valorisations des filières des produits du terroir.

Des solidarités entre producteurs de tous les pays

OriGIn défend des producteurs qui fabriquent des spécialités aussi diverses

que la liqueur Tequila (Mexique), les cigares Habanos (Cuba), le café d'Antigua (Guatemala), le thé Long-Ging (Chine), le fromage Roquefort (France), le jambon de Parme (Italie), l'huile d'Argan (Maroc) ou encore le Gruyère AOC. Dans chaque pays, les produits du terroir peuvent être définis d'une manière légèrement différente et peuvent aussi avoir des sigles divers: IG, AOC, AOP, IGP, DOP par exemple. Et pourtant, même s'ils proviennent de réalités parfois éloignées, ces produits ont des points en commun. Massimo Vittori, directeur exécutif d'oriGIn, en est convaincu: «Le lien, c'est l'attachement au territoire. Un produit IG est unique, et ne peut être reproduit ailleurs parce



qu'il est rattaché à un territoire où il y a des hommes, un climat, un savoir-faire, une histoire particulière. C'est pour cela qu'au travers d'oriGIn, il y a cette solidarité, malgré les différences.» De plus, ces hommes et ces femmes peuvent se reconnaître dans une organisation comme oriGIn parce qu'ils doivent faire face aux mêmes problèmes. «Le risque d'usurpation est en effet le même pour tout le

monde, estime Massimo Vittori. Les règles juridiques qui vont protéger les IG aident à la fois les producteurs d'huile d'argan et la filière du Gruyère AOC. L'IG permet de préserver une tradition, de défendre le prestige et la confiance en soi dans des zones parfois défavorisées, de garder des possibilités d'emploi dans des petits villages, de stimuler des opportunités d'emploi dans des secteurs parallèles comme le tourisme.»

Libéralisme et protection des IG

Il n'est pas évident de protéger les produits régionaux dans un monde globalisé où la plupart des acteurs prônent un marché entièrement ouvert. A l'heure de la libéralisation progressive du commerce international, la protection des indications géographiques est pourtant essentielle. Massimo Vittori ne voit pas de contradictions entre les deux: «La protection des IG est du même type que celle de la propriété intellectuelle; il s'agit de respecter le droit des gens qui investissent pour élaborer un produit innovant ou un produit lié au terroir, traditionnel et respectant un cahier des charges. De la même manière qu'il est important de faire respecter les brevets, il est essentiel de protéger un investissement centenaire, parfois millénaire. Car donner naissance à un Gruyère AOC par exemple demande un engagement financier et humain bien plus important que de faire un fromage quelconque. Dès lors, il serait injuste que dans des juridictions étrangères, n'importe qui puisse utiliser le nom de Gruyère et profiter ainsi de sa réputation et de ses valeurs.»



Trois questions à Massimo Vittori

Massimo Vittori est directeur exécutif d'oriGIn depuis 2008, date à laquelle l'organisation s'est installée à Genève. Ce juriste de formation, spécialisé en droit international, entend renforcer les IG et défendre les intérêts des petits producteurs des pays européens comme la Suisse, ainsi que ceux des pays en voie de développement.

Qu'est-ce qui vous motive à la tête d'oriGIn?

«Quel que soit le produit qu'ils créent, ces hommes et ces femmes ont en commun la même passion, le même lien au territoire. C'est pour moi un défi passionnant de m'engager dans une petite ONG composée de gens motivés qui défendent une cause essentielle. J'ai à cœur de mener des batailles pour des valeurs auxquelles je crois.»

Que représente pour vous le Gruyère AOC?

D'abord, j'appréciais le Gruyère AOC bien avant de travailler pour oriGIn. C'est ensuite un produit qui nous fournit des données économiques très utiles. Lorsque nous faisons la promotion du concept d'AOC-IGP, il est important de présenter des exemples de succès. Le Gruyère AOC, qui est un membre historique, représente un modèle à suivre pour d'autres producteurs qui se lancent dans l'expérience IG.

Quelle est votre position sur la ratification de l'accord avec l'Union européenne?

Nous y sommes favorables. Nous pensons que la voie bilatérale est importante en sachant que la voie multilatérale est la meilleure pour permettre un cadre juridique transparent au niveau international.

Les apports d'oriGIn aux filières

Dans ses prises de position et son travail de lobbying, oriGIn apporte un point de vue essentiel qui valorise la position des filières sur les questions liées aux produits du terroir. «Nos membres et nos partenaires peuvent avoir la certitude qu'au niveau des négociations internationales, nous défendons inlassablement leurs intérêts, explique Massimo Vittori. Le fait qu'oriGIn se batte pour une protection plus forte des IG permet à tout le monde de bénéficier d'une protection renforcée.»

«Nous favorisons également les échanges et les rencontres entre les membres et avec des experts, poursuit le directeur exécutif d'oriGIn. Nous participons à des conférences, débats et tables rondes pour valoriser nos positions et sensibiliser les participants aux atouts des indications géographiques.»

Enfin, oriGIn transmet chaque mois à ses partenaires des informations sur les principales questions qui touchent aux IG. Elle permet ainsi aux filières de prendre connaissance d'études significatives, de jurisprudences, de législations nationales et de problématiques nouvelles. Cette action est importante, car dans ce domaine, la situation évolue rapidement.

L'échange d'informations

Les problématiques des différentes filières évoluent. Il est donc essentiel qu'oriGIn soit à l'écoute de ses partenaires; elle peut ainsi prendre en considération les préoccupations des producteurs ou des filières et mettre régulièrement à jour sa stratégie. Un exemple: dans la déclaration de Guadalajara, oriGIn a mentionné pour la première fois une préoccupa-

tion liée à internet, comme l'explique Massimo Vittori. «Un de nos partenaires s'était inquiété d'une décision des organes responsables de la régulation sur internet. A partir de cette année 2012, il sera possible d'acquiescer des noms de domaines avec une extension nouvelle. Elle pourra porter le nom d'un lieu ou d'une entreprise. Ainsi, on pourra avoir, à côté des traditionnels «.com» ou «.ch» des noms de domaines comme «.bruxelles», «.gruyere» ou encore «.nestle». Le danger est bien entendu de se faire «voler» ce suffixe. OriGIn suit désormais de près ce dossier en sensibilisant ses membres à suivre les développements des procédures pour la création des nouveaux noms de domaines.

Quelques réalisations

OriGIn est en train de mettre sur pied un répertoire mondial informatique de toutes les IG protégées à ce jour dans le monde. C'est un pas important pour une meilleure application de la législation internationale sur les IG. Elle a également conçu en 2011 un manuel pratique sur les IG pour les ACP (pays d'Afrique, Caraïbes et Pacifique). Cette publication est un outil pour soutenir les producteurs et les décideurs afin qu'ils s'approprient le système IG. Elle aborde des questions clefs concernant les IG, des aspects légaux pour protéger les IG ainsi que des aspects concrets liés à la création et à l'organisation d'une filière.

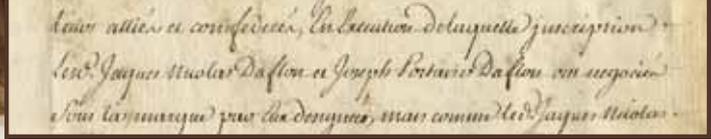
L'organisation a également stimulé et soutenu la création d'une organisation des IG américaines. La mise sur pied de ce mouvement des producteurs est d'autant plus importante que les Etats-Unis s'opposent à une protection plus forte des IG au niveau de l'OMC.



Partie du chalet d'alpage du Gillerby (1793), sur les contreforts de la Dent-de-Broc, démolé en 1977



© Christophe Dutoit



Enregistrement à la douane de Lyon du marchand de fromage Jacques Nicolas Dafflon, 10.4.1742.

L'histoire du Gruyère AOC retracée au Musée gruérien de Bulle

Fermé au public durant quinze mois, le Musée gruérien présente depuis février une exposition permanente renouvelée, intitulée «La Gruyère, itinéraires et empreintes». Une fois les locaux mis à nu, les conservateurs et scénographes ont créé un parcours original qui met en valeur les plus beaux témoins de la culture, de l'histoire et du terroir de la Gruyère. Ils ont mis l'accent sur sept thèmes qui permettent au public de découvrir, sur un espace de 1400 mètres carrés, de multiples facettes qui ont forgé la Gruyère d'hier et d'aujourd'hui. L'Oiseau vous propose une visite de la partie de l'exposition consacrée à l'histoire du Gruyère AOC et intitulée «Un fromage prend le large».

L'exposition commence avec l'histoire du fromage, qui est l'élément le plus important dans l'histoire de la région. C'est aussi un thème essentiel dans les collections du musée. On y montre notamment la montée à l'alpage, les vaches sculptées, les poyas, les sonnailles, l'équipement dans les chalets d'alpage et la reconstitution d'une fromagerie. «Nous racontons aux visiteurs la vie quotidienne de l'armailli qui monte au chalet pour fabriquer ses

fromages, puis le marchand qui va les vendre, explique la directrice du Musée, Isabelle Raboud-Schüle. Nous avons aussi mis en scène les regards portés sur cette réalité par les écrivains, poètes, peintres, gens du cinéma, de radio et de télévision.»

Notre pâte dure au fil des siècles

L'exposition guide les visiteurs à travers les siècles. Ils découvrent par exemple que la caillette est utilisée en Gruyère dès le XV^e siècle. Ils peuvent ensuite admirer un vitrail du XVII^e siècle qui montre la fabrication du fromage dans un équipement conforme à ce qu'on connaît aujourd'hui. Ils suivent ainsi l'évolution de notre pâte dure jusqu'en 2001, date où le Gruyère a obtenu son AOC.



Une région interconnectée

La Gruyère n'est pas un carrefour routier. Mais elle a toujours été en prise avec des centres de pouvoir, des pôles de commerce extérieurs. C'était le cas avec la vente de fromages par exemple. Les premières traces d'exportations sont attestées dans les années 1460 en Bourgogne, à Genève et aux foires de Zurzach, près de Zurich. Dès le XVI^e siècle, les fromages prennent des destinations plus lointaines. Mais les quantités varient beaucoup selon les circonstances : lors de la guerre de Trente Ans (1618-1648), notre fromage était exporté pour approvisionner les armées étrangères. Au contraire, les ventes en France ont été freinées lors de la peste de Marseille (1720-1722), car le déplacement des personnes et des marchandises était paralysé.

Gruyère et soieries

L'exposition montre la route du Gruyère qui a vu défiler des commerçants de fromages jusqu'à la Révolution française. Ces marchands revenaient de leur périple avec dans leurs bagages des produits achetés sur place. Pour preuve, les soieries rapportées de Lyon au XVIII^e siècle. L'exposition présente aussi du mobilier qui suit les modes françaises et qui atteste des liens avec le



Eugène REICHLÉN (1885 - 1971) : La fabrication du fromage, d'après un vitrail du XVII^e siècle appartenant au Musée d'art et d'histoire de Fribourg, exposé au Musée gruérien.

commerce du fromage. Le public poursuit ensuite la visite en franchissant une porte d'église qui date du milieu du XVIII^e siècle. Celle-ci a été offerte par un riche marchand de fromages qui voulait devenir bourgeois de Grandvillard.

Des activités variées en Gruyère

«Nous avons accordé la place d'honneur à la fabrication du fromage, explique Christophe Mauron, conservateur. Mais en parallèle, nous avons voulu montrer que la population de la Gruyère travaillait aussi le bois, le verre, le chocolat, le lait en poudre.» En effet, depuis la fin du XIX^e siècle, différentes activités se sont développées dans la région. En 1910, seuls 40 % de la population étaient encore agriculteurs et la moitié de la production laitière

était livrée à l'industrie. Aujourd'hui, la proportion n'est plus que de 4 à 5 %, ce qui reste important comparé à d'autres régions de Suisse.

La Gruyère plurielle

La nouvelle exposition met aussi l'accent sur d'autres aspects de la Gruyère, comme l'artisanat et les premières industries, la vie domestique autour du foyer, le développement de Bulle ou encore le rôle de la religion. Le public peut adopter différents rythmes de visite. Il peut avoir une approche générale de l'exposition en 25 minutes, une vision plus approfondie en une heure. Il peut aussi s'attarder en consultant les audiovisuels et les albums de photographies; il en a alors pour environ deux heures.

A l'occasion de sa réouverture, le Musée gruérien édite un coffret de cinq livres et un DVD, intitulé «La Gruyère dans le miroir de son patrimoine». Il est le fruit des recherches menées par des historiens et d'autres spécialistes. Le premier volume «Des armailis et des ouvriers» nous apprend qu'au XV^e siècle le Gruyère avait un grand avantage par rapport aux autres fromages de l'époque; l'utilisation de la caillette (ou présure) qui permet de contrôler la coagulation du lait. De plus, comme la cuisson se fait à 57° au lieu de 100°, cela permet d'éviter une trop grande consommation de bois. Le détail n'est pas anodin, car déjà à l'époque le déboisement était important en Gruyère.

Précisons encore pour la petite histoire que l'appellation de «fromage vieux» apparaît déjà vers 1450, probablement en raison de son entreposage prolongé dans une cave.



Inauguration le 3 février 2012

Lors de la cérémonie d'inauguration, Isabelle Raboud-Schüle, directrice du musée, a séduit le public en comparant la création d'une exposition à la fabrication du Gruyère AOC. Voici ses propos:

«On ne part pas de rien. Il y a un héritage, une culture, un patrimoine, des savoir-faire ancrés dans une région. Il faut réunir une belle quantité de lait - les collections du musée sont abondantes et de qualité - il faut le traiter avec soin pour en préserver toutes les qualités. Il faut écrémer, c'est-à-dire ôter ce qui serait trop riche, mettre de côté cette délicate crème pour la servir à part. Ce sont nos espaces collections qui accueillent les plus beaux objets et les daguerréotypes.

Une fois le lait dans la chaudière - c'est-à-dire une fois listés les thèmes et les centaines d'objets qui nous semblent intéressants - il faut ajouter la présure, ce concentré actif. C'est le savoir apporté par les auteurs et chercheurs qui nous ont épaulés. On laisse gentiment cailler - il faut du temps pour que tout cela atteigne la bonne consistance; il nous a fallu 3 ans. Puis on passe la toile pour sortir le caillé, c'est-à-dire récupérer le meilleur et le hisser hors de la chaudière... il faut de l'aide et les scénographes ont fait ce travail créatif avec le musée!

On dispose ensuite cette masse encore informe dans le cercle à fromage; on lui donne ainsi une forme tridimensionnelle, puis on la met sous presse pour bien éliminer en-

core le petit-lait excédentaire. De notre côté, nous avons jusqu'au dernier moment supprimé des objets trop nombreux, quelques textes trop encombrants.

A la sortie de presse, il faut saler ce jeune fromage, puis le soigner, veiller à ce qu'il mûrisse bien, le figoler, le nettoyer, le frotter - ah tous ces panneaux de verre à nettoyer! Après quelques semaines, nous avons un beau produit. Pour une exposition, comme pour le fromage, nous avons à l'arrivée le dixième du poids initial, mais c'est un concentré nourrissant, savoureux et de longue conservation. C'est maintenant la mise sur le marché, la taxation par les experts et le verdict du public... dès ce soir. Nous espérons qu'il sera à la hauteur de la réputation séculaire du nom de Gruyère.»



Déjà 10 années de présence au Salon de l'agriculture de Paris

Salon international de l'agriculture, Paris. En cette année d'élections, il devient un rendez-vous incontournable des politiciens français, profitant de cette opportunité de contacts multipliés en ce lieu que l'on appelle «la plus grande ferme de France». Pour le Gruyère AOC, cette année revêt aussi un caractère exceptionnel. En effet, voilà 10 ans que notre noble fromage «monte à Paris», en collaboration avec Switzerland Cheese Marketing et l'Association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg. L'occasion était de taille pour fêter, le premier samedi du salon, en compagnie de personnalités et représentants des hautes autorités cantonales dont le Président du Conseil d'Etat Monsieur Georges Godel. Les organismes professionnels et fédéraux avec lesquels nous collaborons régulièrement ont aussi fait le déplacement.

Au début de l'histoire

Le stand Suisse est étroitement lié à l'Association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg. Au début de l'activité de l'association en 2000, Jean-Nicolas Philipona et Daniel Blanc, à l'époque respectivement président et directeur de l'association, cherchent des moyens de promotion pour les produits du terroir. Ils se rendent au Salon de l'agriculture pour étudier cette opportunité de re-

présenter le Pays de Fribourg à l'étranger. Ils constatent d'emblée que plusieurs de nos voisins sont présents, comme l'Autriche, l'Allemagne ou encore l'Italie, mais que la Suisse est inexistante dans ce paysage.

Dès leur retour en Suisse, ils montent un projet qui, de prime abord, sera considéré comme farfelu. Mais Jean-Nicolas Philipona et Daniel Blanc ont le sentiment que cette aventure sera fructueuse. Ils contactent l'Interprofession du Gruyère et celle du Vacherin Fribourgeois, pour proposer un partenariat et trouver le financement nécessaire.

Les deux Interprofessions voient dans ce projet une corrélation intéressante avec les dégustations à mettre en place sur le sol français. Cette présence a permis de renforcer la connaissance du Gruyère AOC sur le territoire français. C'est la découverte que le Gruyère AOC Suisse n'a pas de trous.

L'amorce est donnée. La collaboration se met en place entre l'association et les Interprofessions du Gruyère et du Vacherin Fribourgeois. L'enjeu du début était de trouver une animation de taille pour ce stand qui mesurait à l'époque près de 100 m². Déplacer notre savoir-faire en France semblait une évidence et une démonstration de la fabrication de Gruyère et de

Vacherin fribourgeois s'imposa. «Nous faisons sensation en traversant les halles avec nos boilles remplies de lait. Même la chaîne de télévision française TF1 était intéressée à la fabrication et avait réalisé un reportage, diffusé au journal du dimanche soir! relate Jean-Nicolas Philipona.»

Dès la deuxième année, le stand propose un restaurant où l'on sert la fondue moitié-moitié. Un nouveau défi attend notre équipe. Il faut organiser toute la logistique exigée par un restaurant, mais aussi monter une infrastructure. Le bois est privilégié, alors que le personnel revêt le «bredzon» et le «dzaquillon» traditionnels. Le stand s'agrandit à 200 m², tandis que les charcutiers vaudois, par l'entremise de l'Association des Produits du Terroir vaudois, complètent l'offre. A noter aussi la présence du vin, par les caves des Frères Kursner, qui ont aussi, dès le début, cru au bien-fondé du projet.

En 2005 se pose une autre question. Notre stand aurait-il un impact plus fort s'il représentait, non pas une région, mais une entité Suisse? Switzerland Cheese Marketing entre alors dans le projet et en devient le coordinateur, déléguant toute la mise en œuvre à l'association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg. L'offre s'ouvre aux autres produits fromagers suisses, pour autant que ces derniers soient distri-



Portrait de SCM France

Switzerland Cheese Marketing France est situé au cœur de Paris, près de Beaubourg.

Depuis janvier 2006, Franck Lefèvre dirige cette structure marketing entièrement dédiée à la promotion des Fromages de Suisse, avec Raphaële Delerue en charge des activités de promotion en points de vente et Maxence Libert qui gère au quotidien les demandes des intervenants commerciaux.



Sur le marché français, Le Gruyère AOC suisse est le fromage de Suisse le plus consommé (2 369 tonnes en 2011, +12,8% vs 2010).

SCM France met en œuvre un nombre important d'activités de communication et de promotion sur Le Gruyère AOC suisse (Publicité TV & Presse, Animations-Dégustations, Foires & Salons...) en étroite collaboration avec l'IPG.

www.fromagesdesuisse.com

ce qui est bénéfique à tous les acteurs.» L'Interprofession du Gruyère tient par ailleurs à féliciter Madame Hagron, qui a été élevée au rang de «Chevalier dans l'Ordre du Mérite Agricole», titre donné par le Ministère de l'Agriculture, en reconnaissance de son engagement et de son mérite à la cause agricole pour la vente des fromages.

Du point de vue de Franck Lefèvre, responsable de SCM France, «la présence du Stand suisse est un puissant vecteur d'image et un excellent support pour les relations presse. Mais les crémiers se situent aussi au centre des préoccupations. Ils sont passionnés par leur métier et ils apprécient ce genre de promotion. Les fromages de Suisse, ces dix dernières années, se sont clairement fait une place de choix au milieu de l'offre fromagère fran-

bués sur sol français. S'installe alors un véritable village suisse, avec des chalets sur le pourtour proposant en dégustation fromages, charcuterie et pommes, et avec en son centre le restaurant, dont la fondue moitié-moitié reste le menu phare, à côté de l'assiette de fromages et l'assiette de charcuterie.

Bien que la configuration du stand suisse soit dès lors posée, pas question pour autant de se reposer sur ses lauriers. Chaque année, une amélioration est apportée à l'édifice. Par exemple, en 2009, on installe un système de télécabines qui tourne au-dessus du restaurant. Cette installation se voit loin à la ronde. Chaque télécabine revêt l'identité d'un produit présent et passe inlassablement au-dessus des clients du restaurant, un brin amusés de se sentir «à la montagne». Ils sont unanimement ravis de venir goûter la traditionnelle fondue moitié-moitié, si bien que certains reviennent d'année en année.

Ce système de télécabines, qui paraît simple au premier coup d'œil, a nécessité des heures d'essais et de solutions à trouver. Mais cela connote bien l'esprit d'équipe qui règne sur le stand: chacun y met du sien et le résultat s'en ressent, tant dans l'infrastructure que dans l'accueil des clients.

Et aujourd'hui

Le stand Suisse, en 2012, occupe une surface de 360 m² que se partagent la dégustation, le restaurant les vins et Suisse Tourisme. Bien que le chiffre d'affaires du restaurant soit aujourd'hui près de quatre fois plus élevé qu'aux débuts, le

maître mot reste la promotion et la valorisation des produits du terroir suisses. Philippe Gremaud, du service marketing du Gruyère AOC, vient à Paris depuis neuf ans. A côté de l'organisation et du relationnel, il fabrique chaque jour du Gruyère devant une foule intéressée. «Les personnes nous posent beaucoup de questions, précise-t-il. Nous avons l'occasion de faire passer plusieurs messages sur les valeurs du Gruyère AOC, comme le lait cru ou le savoir-faire perpétué au travers des siècles. Nous pouvons aussi rappeler la zone de production du Gruyère AOC et leur expliquer que le cahier des charges strict ne nous permet pas de nommer «Gruyère AOC» ce fromage fait sous leurs yeux. Nous en profitons pour glisser le slogan que nous communiquons en France: «Le Gruyère AOC, pas de trous, que du goût.»

Une étroite collaboration s'est mise en place avec un fournisseur français, qui détient également près de 20 crémèries sur Paris. Florence Hagron, responsable de la chaîne Fromages et Détail, le confirme: «Il y a dix ans, on ne parlait que de fondue savoyarde sur Paris. Aujourd'hui, de mi-septembre à fin mars, la fondue moitié-moitié suisse est entrée dans les habitudes de consommation de mes clients. Ils apprécient aussi, lorsque des dégustatrices et dégustateurs suisses viennent dans mes magasins pour faire découvrir la fondue moitié-moitié ou des fromages à la coupe. C'est une réelle plus-value et un moteur incontestable de ventes. Une vraie synergie s'est installée avec les organisateurs, les Interprofessions et Switzerland Cheese Marketing,



çaise. Il est très important d'assurer une continuité entre le SIA et les animations en boutiques. Les visiteurs demandent fréquemment où ils peuvent trouver les produits et un des rôles de SCM France est aussi de favoriser les liens entre les crémiers et les clients.»

Des organisateurs tournés vers l'avenir

Fêter les 10 ans de présence à une manifestation suscite aussi des questionnements sur son avenir. C'est une des préoccupations de Romain Castella, gérant de l'Association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg depuis 2008. Il continue d'entretenir tous les liens étroits posés par les protagonistes du projet. Les contacts avec Comexposium, les gestionnaires du SIA, sont aussi soignés et, au fil des années, cela se sent. Aujourd'hui notre stand est positionné à un endroit où le taux de passage est dense. Mais son objectif chaque année vise à améliorer notre présence, appuyé dans cette tâche par SCM, l'Interprofession du Gruyère, représentée par Philippe Gremaud, et l'Interprofession du

Vacherin Fribourgeois représentée par François Raemy. «Nous devons chaque année nous remettre en question afin de conserver l'attractivité du stand. Cet anniversaire est l'occasion de faire un bilan approfondi. Nous allons sonder la situation actuelle ainsi que les besoins futurs de chaque sorte. Nous devons toujours garder en tête que le maître mot de notre présence est la promotion de nos produits du terroir, explique Romain Castella.»

Laissons le mot de la fin à Daniel Blanc, aujourd'hui Président de l'Association: «Grâce à la continuité, nous pouvons qualifier notre présence de succès. Les idées sont le point de départ. Et même si certaines frisent la folie, d'autres prennent forme avec le plus grand professionnalisme. Mais il s'agit avant tout d'une fantastique aventure humaine. Les personnes qui travaillent sur le stand reviennent d'année en année et tous arborent le sourire du matin au soir. Et, au final, tout ce plaisir est redonné au visiteur et au client.»



Le Salon du Fromage et des Produits laitiers

Tous les deux ans, dans un des pavillons du site du Salon de l'agriculture, se tient le Salon du Fromage et des Produits laitiers. Ce salon, qui s'est déroulé du 26 au 29 février 2012, est une référence de choix pour les professionnels, où les produits de tradition côtoient les tendances fromagères internationales. Huit pays étaient présents cette année et ont accueilli les 6000 professionnels. Switzerland Cheese Marketing était de la partie avec un stand mettant en valeur les Fromages de Suisse.

C'est l'occasion pour l'Interprofession du Gruyère de favoriser des liens entre marchands et crémiers, mais aussi d'être à l'écoute des tendances du marché. Depuis la ratification de l'accord de reconnaissance mutuelle entre la Suisse et l'Europe, l'IPG dispose de moyens supplémentaires pour vérifier l'étiquetage ou encore l'utilisation abusive de notre nom. Cette manifestation représente un complément incontournable de la présence du Gruyère AOC sur le marché français.



Le Gruyère AOC présent à la Grüne Woche en Allemagne

La «Grüne Woche» s'est tenue du 20 au 29 janvier 2012 à Berlin. Cette foire, véritable institution sur le sol allemand, a attiré plus de 420'000 visiteurs. Des exposants de toutes les régions d'Allemagne côtoient des pays hôtes. Switzerland Cheese Marketing Allemagne coordonne le



stand des Fromages de Suisse, qui connaît chaque année un franc succès. Une délégation suisse a aussi fait le déplacement, notamment notre Conseiller fédéral M. Johann Schneider-Ammann.



Le Gruyère AOC associé à de grandes manifestations

Championnat du monde de Curling: Le Gruyère AOC est l'un des principaux sponsors officiels du championnat du monde masculin de curling qui se tiendra du 31 mars au 8 avril à Bâle. www.wmcc2012.ch

Le Tour de Romandie se déroulera du 24 au 29 avril. Les étapes sont les suivantes:

Mardi 24 avril: prologue à Lausanne (3,34 km) • **Mercredi 25 avril:** Morges – La Chau-de-Fonds (étape en ligne de 184,5 km) • **Jeudi 26 avril:** Montbéliard (F) - Moutier (étape en ligne de 149,1 km) • **Vendredi 27 avril:** La Neuveville - Charmey (étape en ligne de 157,6 km) • **Samedi 28 avril:** Bulle - Sion (étape en ligne 179,8 km) • **Dimanche 29 avril:** Contre-la-montre individuel à Crans-Montana (16,58 km)
www.tourderomandie.ch

La BEA à Berne, du 27 avril au 6 mai, la grande foire du printemps de l'Espace Mittelland. www.beapferd.ch

La Luga à Lucerne, du 27 avril au 6 mai, la grande foire d'exposition de Suisse centrale. www.luga.ch

Les rencontres de Cambremer (France): cette foire renommée de Normandie, dédiée aux produits AOC, a sollicité la présence du Gruyère AOC avec une démonstration de fabrication, les 28 et 29 avril.
www.lesrencontresdecambremer.fr

Le Tour de Suisse se déroulera du 9 au 17 juin, les villes étapes sont les suivantes:

Samedi 9 juin: Lugano - Lugano • **Dimanche 10 juin:** Verbania (I) - Verbier • **Lundi 11 juin:** Martigny - Aarberg • **Mardi 12 juin:** Aarberg - Trimbach/Olten • **Mercredi 13 juin:** Olten/Trimbach - Gansingen • **Jeudi 14 juin:** Wittnau - Bischofszell (TG) • **Vendredi 15 juin:** contre-la-montre Gossau (ZH) - Gossau (ZH) • **Samedi 16 juin:** Bischofszell (TG) - Arosa • **Dimanche 17 juin:** Näfels-

Lintharenta - Sörenberg
www.tds.ch

Juralp Cup

Les bikers sont attendus en nombre pour ce tour VTT par étapes, qui sillonne toute la Suisse Romande.
Dimanche 29 avril: Zeta Bike à Colombier (NE) • **Samedi 19 mai:** La Glânoise Mifroma Trophy à Ursy (FR) • **Dimanche 17 juin:** Le raid Evolénard à Les Haudères (VS) • **Dimanche 1^{er} juillet:** Coupe du Chasseron à Les Rasses (VD) • **Samedi 7 juillet:** Valterbimania à Montsevelier (JU) • **Samedi 11 août:** Sense Bike à Alterswil (FR) • **Dimanche 26 août:** La Barillette à Chésereux (VD) • **Dimanche 23 septembre:** Tour des Sommètres à Le Noirmont (JU)
www.juralp-cup.ch

Mille Gruyère

Les jeunes de 10 à 15 ans se mesurent lors des finales régionales, en vue de la finale suisse qui se déroulera le 22 septembre à Aarau. Voir p.16.
www.mille-gruyere.ch

Inauguration de la nouvelle exposition aux Ponts-de-Martel

La fromagerie de démonstration présentera sa nouvelle exposition les 11 et 12 mai, lors de deux journées de portes ouvertes. Voir p.12.
www.fromagerie-les-martel.ch

Francomanias

Le rendez-vous musical francophone à Bulle, du 15 au 19 mai.
www.francomanias.ch

European Athletics Championships 2012

Du 26 juin au 1^{er} juillet, Helsinki sera la capitale européenne de l'athlétisme. Quelques semaines seulement avant les Jeux Olympiques de Londres, ce rendez-vous sera décisif pour bien des sportifs. Grâce à une extraordinaire visibilité télévisuelle, le Gruyère AOC renforce sa présence sur le plan européen. www.helsinki2012.fi/en

Slowup Gruyère

Ce rendez-vous, qui attire chaque année les foules, se déroulera le dimanche 8 juillet. www.slowup.ch

Paléo Festival

Du 17 au 22 juillet, la hot-fondue sera comme chaque année le régal des festivaliers. www.paleo.ch

Gruyère Cycling Tour

Le dimanche 26 août, Bulle et les préalpes deviennent le haut-lieu du cyclisme.
www.gruyere-cycling-tour.ch

Woman Sport Evasion

Les 1^{er} et 2 septembre, près de 1'000 femmes se retrouveront au stade de Langenthal pour découvrir des activités fitness. Un week-end d'évasion et de découverte.
www.womensportevasion.ch

Comptoir Suisse

Cette 93^e édition, du 14 au 23 septembre 2012, aura pour fil rouge la thématique de la nutrition, où le Gruyère AOC pourra mettre en avant ses vertus. www.comptoir.ch

Open bike Gruyère

Samedi 15 septembre, les bikers se mesureront sur ce parcours du Haut-Intyamont. www.openbike.ch

Züspa

Du 21 au 30 septembre à Zurich. La plus importante foire zurichoise avec quelque 100'000 visiteurs attendus.
www.zuespa.ch

Olma

Du 11 au 21 octobre St-Gall accueillera la grande foire agricole de la Suisse orientale. Le Gruyère AOC y sera présent avec un stand toujours très couru. www.olma.ch

Salon des Goûts et Terroirs

Du 31 octobre au 4 novembre à Bulle. Le Gruyère AOC est partenaire de cette manifestation qui réjouit les sens et le palais. www.gouts-et-terroirs.ch



La fromagerie des Ponts-de-Martel renouvelle son exposition

Par une journée glaciale de février, nous nous rendons aux Ponts-de-Martel pour découvrir la nouvelle exposition. L'arrivée se fait hésitante, entre route et champs, tellement la neige a été soufflée. Ce décor féérique se déploie en plein cœur du canton de Neuchâtel et jouit d'une situation intéressante pour la promotion du Gruyère AOC.

Revenons à la source de cette fromagerie. Construite en 1992 suite à la fusion de plusieurs sociétés, elle a été d'emblée pensée pour mettre en valeur la fabrication du Gruyère AOC. C'est ainsi que la galerie de l'étage a été conçue pour permettre aux visiteurs de voir en direct le travail des fromagers, au travers d'une bulle vitrée centrale. Tout autour, une douzaine de panneaux informatifs retracent tous les éléments-clés de la fabrication du Gruyère AOC. L'effet est total lorsque l'odeur du cailler monte à l'étage, ce qui surprend beaucoup les visiteurs.

Dès les débuts, il a été décidé que la visite serait gratuite, l'aspect didactique et la mise en valeur de la

fabrication du Gruyère AOC prévalant. Ce projet ambitieux a notamment été soutenu par le canton de Neuchâtel, ainsi que par divers organismes.

Collaboration étroite avec l'IPG

L'Interprofession du Gruyère est convaincue que cette fromagerie est



d'intérêt notoire pour la promotion du Gruyère AOC dans l'arc jurassien. Une étroite collaboration s'est mise en place entre les deux entités de Pringy et des Ponts-de-Martel. «C'est en mettant en commun nos connaissances que nous pouvons offrir aux visiteurs une exposition de qualité,

ceci pour l'intérêt du Gruyère AOC, explique Laure Rousseau de l'IPG.»

Une exposition toujours attrayante

A l'obtention de l'AOC en 2001, les panneaux de la galerie ont dû être rafraîchis. Il fallait dès lors communiquer avec cette reconnaissance. Après 10 années, on s'est rendu compte que ces panneaux perdaient de l'attractivité auprès des visiteurs. «Nous avons donc décidé, avec l'IPG, de redynamiser cette exposition avec de nouveaux supports, explique Sandrine Germain, responsable de l'exposition.»

C'est ainsi que Laure Rousseau et Sandrine Germain se sont attelées à la tâche. Elles ont remis à plat tout le concept visuel ainsi que le contenu. C'est un graphiste de la région qui a réalisé tous les supports. «Il connaît très bien nos besoins, car nous travaillons ensemble depuis plusieurs années, ajoute Sandrine Germain.» Quant aux textes, ils ont été repris un à un pour être entre autres adaptés à la terminologie utilisée actuellement par l'IPG. Un panneau supplémentaire expliquant le rôle de l'Interprofession du Gruyère a également été ajouté.

Maturation, affinage et stockage

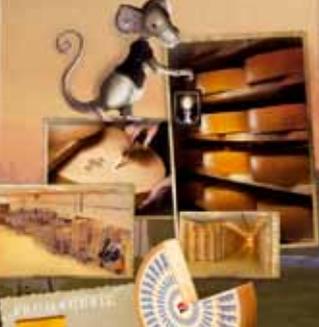
Le processus comprend plusieurs étapes :

- Les mozzes passent d'abord 10 jours dans le bain de l'huile à une température de 12 degrés au-dessus sans sel, puis dans un bain de sel pendant 10 jours.
- Elles traversent ensuite dans le bain de l'huile à 12°C, à un taux d'humidité constant de 85% pendant 10 jours.
- Passé ces deux étapes d'une durée de 20 jours, le fromage est stocké dans des mozzes pendant 10 jours dans une cave de stockage.

Enfin, ces mozzes sont affinées pendant 10 jours dans une cave de stockage à 12°C, à un taux d'humidité constant de 85% pendant 10 jours.

La mozzarella est affinée pendant 10 jours dans une cave de stockage à 12°C, à un taux d'humidité constant de 85% pendant 10 jours.

Le fromage est stocké pendant 10 jours dans une cave de stockage à 12°C, à un taux d'humidité constant de 85% pendant 10 jours.



Reifung und Lagerung

Der Reifungsprozess umfasst mehrere Schritte :

- Die Mozzarellen werden zunächst 10 Tage in Öl bei 12°C gereift, gefolgt von 10 Tagen in Salzlake bei 12°C.
- Danach werden sie für 10 Tage in Öl bei 12°C gereift, wobei die Feuchtigkeit konstant bei 85% gehalten wird.
- Danach werden sie für 10 Tage in Öl bei 12°C gereift, wobei die Feuchtigkeit konstant bei 85% gehalten wird.

Der Reifungsprozess umfasst mehrere Schritte :

Reifung und Lagerung

Der Reifungsprozess umfasst mehrere Schritte :

Der Reifungsprozess umfasst mehrere Schritte :

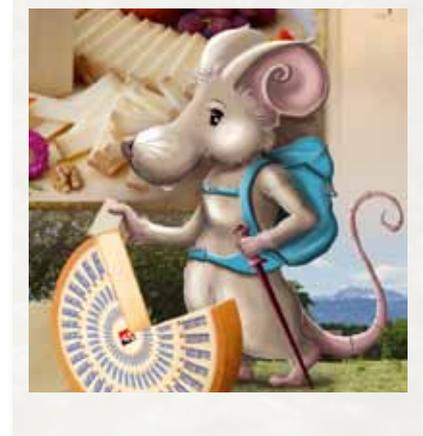
Der Reifungsprozess umfasst mehrere Schritte :



Tous ces panneaux racontent une histoire, et pas des moindres, celle de la fabrication du Gruyère AOC. Pour captiver davantage le visiteur – comme pour attirer les plus petits – la mascotte de la fromagerie, une souris, sert de fil rouge à la visite. Présente sur chaque panneau, elle se met en situation en fonction du thème. Cet aspect plus ludique tenait à cœur des initiateurs du projet.

Des visiteurs sous le charme

Les visiteurs sont accueillis «comme à la maison». La saison des visites n'est pas régulière. L'hiver est très calme, tandis qu'avril et mai rencon-



trent la plus forte affluence. «Nous accueillons beaucoup de classes d'écoles qui viennent découvrir la fabrication du Gruyère AOC, tandis que les périodes de juin à octobre sont davantage fréquentées par les touristes, souligne la responsable du site.» A rappeler que, depuis 2011, les visiteurs à mobilité réduite peuvent également se rendre dans la galerie, au moyen d'une rampe mobile. Une autre aventure à succès menée conjointement avec l'IPG.

Toujours en mouvement

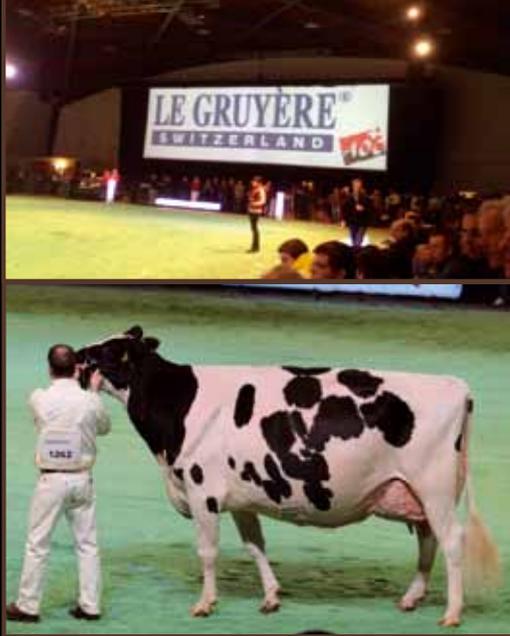
La prochaine étape est d'intensifier la place de la fromagerie de démonstration auprès des organisations touristiques. Sandrine et Didier Germain s'investissent beaucoup dans ce rôle. «Il faut sans cesse rappeler notre place auprès des mouvements touristiques cantonaux, précisent-ils.» C'est pourquoi ils font partie de différentes commissions, dans lesquelles ils peuvent valoriser la place de l'exposition. Leurs efforts portent déjà leurs fruits, car le site est reconnu comme endroit d'intérêt pour le tourisme local. La fromagerie a aussi obtenu le 5 jan-

vier 2012 le certificat ISO 22'000. Il aura fallu deux ans et demi à Didier Germain, responsable de la fabrication, pour mettre en place dans tous ses détails cette gestion stricte du fonctionnement de la fromagerie. Pour fêter l'accomplissement de tous ces beaux projets, Didier et Sandrine Germain organisent un week-end de fête et d'inauguration, les 11 et 12 mai 2012. Le Gruyère AOC sera bien entendu à l'honneur de la journée.

Infos pratiques:

Horaire: Ouvert tous les jours de 08h00-12h00 et 17h00-19h00
Visite: gratuite
 Tél +41 32 937 1666
 Fax +41 32 937 1419
 e-mail info@fromagerie-les-martel.ch
 Adresse: Major-Benoit 25, CH-2316 Les Ponts-de-Martel

www.fromagerie-les-martel.ch



Les plus belles vaches sur le ring de Swiss Expo 2012

22'000 visiteurs se sont rendus à Swiss Expo à Beaulieu Lausanne entre le 12 et le 15 janvier pour y suivre le concours international bovin et voir le salon professionnel agrotechnique. Le Gruyère AOC était de la partie. En effet, chaque éleveur qui présentait une bête sur le ring portait un dossard avec l'inscription Gruyère AOC. De plus, l'IPG avait un stand en collaboration avec Switzerland Cheese Marketing. On y vendait notre pâte dure qui était bien en vue, ainsi que d'autres fromages suisses. On y présentait aussi deux films, l'un sur la fabrication du Gruyère AOC et l'autre sur la Route du Gruyère AOC.

Durant les quatre jours, 1'000 vaches et génisses ont défilé sur le ring sous le regard aiguisé du juge. Les éleveurs qui les présentaient, tous habillés en blanc, étaient très attentifs à ce que leur bête soit bien mise en valeur. «Il faut être à la fois autoritaire et très calme, explique Cédric Germain qui produit avec son père du lait pour le Gruyère AOC à St-Georges dans le canton de Vaud. C'est difficile, parce que les bêtes

en ont marre d'attendre, elles ont les pis pleins. Il faut donc les tenir fermement pour qu'elles restent tranquilles; et il faut bien les mener pour qu'elles soient vraiment belles.»

Des éleveurs passionnés

Sur le ring, on sent la fierté des éleveurs d'avoir de beaux animaux. Elvina Huguenin est venue donner



un coup de main à son père, producteur de lait pour le Gruyère AOC à La Brévine, dans le canton de Neuchâtel: «On est tous passionnés dans la famille. Quand j'étais petite, je menais les petits veaux dans les concours, puis les génisses dès que j'ai eu l'âge de les tenir. Ça se passait

bien. Si les bêtes sont bien traitées depuis leur plus jeune âge, si on leur donne de l'affection, elles sont gentilles et on peut avoir une belle complicité avec elles.»

Suspens assuré

A chacune des épreuves, le juge, impassible, tourne autour des bêtes, revient sur ses pas, continue. Il prend son temps pour évaluer les qualités esthétiques des unes et des autres. Sur les gradins, chacun y va de ses commentaires et de ses pronostics, tandis que la musique, tantôt calme, tantôt rythmée, fait monter la pression. Le suspens est à son comble lorsque le juge fait part de ses choix en donnant une tape sur le dos de la championne puis des suivantes, dans l'ordre de ses choix. Applaudissements, crépitements des flashes, et parfois rumeur de surprise ou d'étonnement.

L'évolution des critères de beauté

La beauté de la vache a évolué au fil des ans. «Quand je regarde les photos de mes anciennes championnes, constate Pierre Oberson, éleveur et producteur de lait pour le Gruyère AOC à Maules dans le



canton de Fribourg, je suis étonné qu'elles aient été désignées comme telles, car les vaches ont beaucoup progressé; elles ont plus de caractère laitier, de meilleurs pis et de meilleurs membres.» Il y a donc de quoi se réjouir.



«C'est un concours de beauté exclusivement, raconte Philippe Gremaud, du service marketing de l'IPG. Mais les critères sont liés indirectement au côté fonctionnel. Des bons membres et une bonne démarche, valorisés dans les concours, sont des aspects importants pour un animal qui se déplace beaucoup. De la même manière, si la tétine est bien attachée, bien tenue, c'est non seulement un critère esthétique, mais aussi un gage de santé pour



une vache laitière.» Raoul Etienne, fromager et acheteur de fromages à Mifroma, conclut: «Pour avoir du bon fromage, il faut du bon lait et donc des vaches en bonne santé!» Préparer ces bêtes pour les concours est un travail quotidien, de longue

haleine, qui permet aux bovins d'évoluer vers l'excellence. Une démarche qui a des effets bénéfiques sur toute la filière. L'IPG félicite tous les éleveurs et producteurs de lait pour le Gruyère AOC qui se sont distingués lors de cette Swiss Expo 2012.



Le Gruyère AOC aux côtés des **jeunes sportifs et des grands athlètes**

Depuis plusieurs années, l'IPG s'engage sportivement dans le soutien à l'athlétisme. Il s'agit d'un partenariat avec l'Union Européenne d'Athlétisme, ainsi que du projet commun avec Swiss Athletics, le Mille Gruyère. Au niveau européen, plusieurs points d'orgue sont à noter ces prochains mois et années. Cela commence au mois de juin 2012 avec les Championnats d'Europe d'athlétisme à Helsinki, dernier grand rendez-vous avant les Jeux Olympiques. Les Championnats d'Europe suivants auront lieu à Zurich du 12 au 17 août 2014. Cet événement sera une opportunité de taille pour l'IPG de réunir avec cohérence ces deux soutiens, à la compétition de haut niveau comme à la relève suisse.

Grâce au Mille Gruyère, les filles et les garçons passionnés d'athlétisme peuvent courir un mille mètres et se mesurer avec les meilleurs du pays. Ils s'inscrivent librement, qu'ils soient affiliés à un club d'athlétisme ou non. Une nouvelle fois cette année, ces jeunes athlètes pourront

participer aux finales régionales qui auront lieu de mai à septembre dans toute la Suisse. Les plus rapides des six catégories d'âge s'y qualifieront pour la grande finale. Celle-ci aura lieu le 22 septembre à Aarau.

Pour le plaisir et pour la relève



«Depuis 2008, constate Laure Rousseau du service marketing de l'IPG, nous sommes fiers de nous associer activement à cette manifestation. D'autant plus que, parmi les participants, les motivations peuvent être bien différentes: il y a celles et ceux qui ont juste du plaisir à faire du sport et d'autres qui foncent et

s'entraînent pour former la relève.» Lors des premiers Jeux olympiques de la jeunesse, en 2010 à Singapour, la Suissesse Andrina Schläpfer, née en 1993, avait gagné la médaille d'argent au 1000 mètres. Cette jeune fille avait participé précédemment au Mille Gruyère.

Deux tours et demi de stade sans s'arrêter

Il n'est pas évident pour un jeune sportif âgé de 10 à 15 ans de courir un mille mètres, soit deux tours et demi de stade. Il doit «se donner à fond» pendant 3 à 5 minutes sans s'arrêter. Le demi-fond impose donc de l'endurance, mais aussi un esprit tactique. De plus, la gestion de la vitesse est très importante. Malgré toutes ces difficultés, cette épreuve tente toujours davantage de filles et de garçons: «Le Mille Gruyère s'impose d'année en année, constate Philipp Schmid, responsable marketing à Swiss athletics. Le nombre de participants augmente à chaque édition.»

Le Gruyère AOC aux côtés des jeunes sportifs



Le Gruyère AOC est partenaire principal de cette manifestation pour la jeunesse. A chaque finale régionale, il est de la partie avec une excellente visibilité: des arches gonflables, des banderoles, des pop-up et des beach flags. Chaque enfant peut manger une portion de fromage et reçoit un T-shirt avec le logo du Gruyère AOC. Cet engagement auprès des jeunes qui aiment courir se marie particulièrement bien avec notre fromage. En effet, pour ce qui est de son image, Le Gruyère AOC se conjugue volontiers avec la jeunesse, le sport ainsi que la vie saine et active.

Ressembler à une star de l'athlétisme

Nul doute que pour les jeunes Suisses, les Championnats d'Europe à Zurich de 2014 seront une motivation supplémentaire pour s'intéresser et participer au Mille Gruyère. Pour Philipp Schmid, «un tel événement sportif donnera assurément envie à des filles et des garçons de faire de l'athlétisme pour devenir comme les sportifs de pointe qu'ils voient à la télévision. Il faut dire que certains sont des stars dans notre pays.»

Le Gruyère AOC aux côtés des grands athlètes et du public

L'IPG conçoit actuellement sa campagne de promotion pour les Championnats d'Europe d'athlétisme à Zurich. Au vu du grand retentissement de cet événement

sportif, elle entend être présente aux abords du stade du Letzigrund, mais également dans la ville elle-même, afin de donner une visibilité supplémentaire. Cette présence renforcée s'impose, puisque la Suisse reste le principal marché pour notre pâte dure.



Une présence médiatique remarquée

On peut déjà prévoir que la présence du Gruyère AOC à Zurich sera fructueuse et les retombées médiatiques importantes. Lors des Championnats d'Europe de Barcelone par exemple, il y a eu plus de mille heures de télévision, durant lesquelles la marque du Gruyère AOC a été bien visible.

Un premier rendez-vous à Helsinki, du 27 juin au 1^{er} juillet 2012

Avant le grand rendez-vous de 2014, le Gruyère AOC s'envolera vers la capitale finlandaise pour les Championnats d'Europe d'athlétisme 2012. Il sera présent dans les magasins de la région d'Helsinki dans les jours qui précèdent l'événement et durant toute la manifestation. Aux abords du stade, dans des tentes montées pour l'occasion, des dégustateurs proposeront aux visiteurs de goûter deux sortes de Gruyère AOC ainsi que de la fondue. De plus, sur place, les quatre traiteurs agréés devront utiliser du Gruyère AOC dans leurs préparations: c'est ainsi que notre fromage se retrouvera dans des sandwiches, des paninis, des grätins et sous d'autres formes encore, vendus dans les restaurants et les points de vente aux abords du stade olympique. Laure Rousseau s'est déjà rendue sur place pour voir comment mettre en valeur le Gruyère AOC durant la manifestation. Elle souligne combien les restaurateurs se sont montrés prêts à jouer le jeu: «Les uns et les autres ont apprécié la qualité de notre produit et ont accepté avec enthousiasme de l'utiliser dans leurs préparations.» C'est dire si bon nombre des 160'000 visiteurs qui feront le déplacement jusqu'au stade d'Helsinki apprécieront notre fromage.

www.mille-gruyere.ch





Recettes



Risotto de patates douces avec Gruyère AOC

Ingrédients, pour 4 personnes:

200 g de Gruyère AOC
 2 patates douces, env. 350 g
 3 c. à s. d'huile d'olive
 1 oignon
 2 gousses d'ail
 300 g de riz pour risotto
 Env. 1 l de bouillon de légumes chaud
 2 branches de romarin
 25 g de canneberges séchées
 200 g de jeunes pousses d'épinard
 Sel, poivre

Préparation:

Éplucher les patates douces et les couper en dés d'1,5 cm env. Faire chauffer 1 ½ cuillère à soupe d'huile. Ajouter les patates douces, les faire dorer 5-8 minutes à feu moyen.

Hacher finement l'oignon et l'ail. Faire revenir dans le reste de l'huile, ajouter le riz et le faire revenir en même temps. Verser le bouillon chaud petit à petit. Laisser mijoter pendant 20 minutes en remuant de temps en temps.

Couper à peu près la moitié du Gruyère AOC en copeaux, râper fi-

Laitue sur lit de couscous avec croûte de noix au Gruyère AOC

Ingrédients, pour 4 personnes:

200 g de Gruyère AOC salé
 25 g de beurre
 2 c. à s. de farine
 4 dl de lait
 Sel, poivre, noix de muscade
 200 g de couscous
 2 dl de bouillon de légumes
 800 g de laitue
 75 g de noix de pécan
 Quelques noix de beurre

Préparation:

Faire fondre le beurre dans une petite poêle, y faire revenir brièvement la farine. Ajouter le lait, faire bouillir en remuant et laisser mijoter 5 mi-

nement le reste du fromage. Hacher finement les aiguilles de romarin. Ajouter les patates douces, le romarin, les canneberges et les épinards au risotto en remuant. Dès que les épinards se réduisent, ajouter le Gruyère AOC en remuant. Saler et poivrer. Saupoudrer avec les copeaux de Gruyère AOC.

nutes. Râper le Gruyère AOC, ajouter la moitié à la sauce en remuant. Assaisonner avec le sel, le poivre et la noix de muscade.

Étaler le couscous dans un plat à gratin. Faire cuire le bouillon et le verser sur le couscous.

Détacher les feuilles de laitue. Les blanchir brièvement dans de l'eau bouillante salée jusqu'à ce qu'elles soient molles. Les retirer et bien laisser s'égoutter.

Aérer le couscous à l'aide d'une fourchette. Le recouvrir avec la laitue et verser la sauce. Hacher grossièrement la noix de pécan, la saupoudrer sur le gratin, avec le reste de Gruyère AOC. Ajouter des noix de beurre.

Faire gratiner environ 15 minutes au milieu du four chauffé à 220 degrés.

