

**LE GRUYÈRE**<sup>®</sup>  
**SWITZERLAND**



présente la revue trimestrielle  
de l'Interprofession du Gruyère  
Edition spéciale



# l'oiseau

Rapport annuel **2013**  
de l'Interprofession du Gruyère





## SOMMAIRE

- 03 MESSAGE DU PRÉSIDENT
- 04 SITUATION GÉNÉRALE
- 06 GESTION DES QUANTITÉS
- 07 SITUATION DU MARCHÉ
- 08 DOSSIER AOP ET SITUATION INTERNATIONALE
- 09 QUALITÉ DU GRUYÈRE AOP
- 11 DISTINCTIONS POUR LE GRUYÈRE AOP LORS DE CONCOURS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX
- 13 MARKETING
- 16 MANIFESTATIONS 2013
- 18 ORGANES DE L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
- 21 COMITÉ DE L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
- 22 PERSPECTIVES 2014

## GRAPHIQUES

- 04 RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION DE GRUYÈRE AOP PENDANT L'ANNÉE 2013
- 05 VENTE 2013 EN SUISSE ET À L'EXPORTATION
- 06 PRODUCTION 2012-2013
- 07 COMPARAISON DES VENTES
- 10 COMPARAISON DE LA QUALITÉ SELON L'ANNÉE CIVILE
- 12 COMPARAISON DE LA PRODUCTION (MARQUES CASÉINE)
- 14 COMPARAISON DES EXPORTATIONS ANNUELLES DE GRUYÈRE AOP
- 15 COMPARAISON DES EXPORTATIONS DE GRUYÈRE AOP DE JANVIER À MARS
- 18 COMPARAISON DE L'ÉVOLUTION DES STOCKS (FIN MARS 2014)
- 22 RÉPARTITION DU POTENTIEL TOTAL DE PRODUCTION DE GRUYÈRE AOP PAR FROMAGERIE ET PAR CANTON POUR L'ANNÉE 2014

[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

### Impressum

Editeur: Interprofession du Gruyère  
Case postale 12, CH - 1663 Pringy  
e-mail: [interprofession@gruyere.com](mailto:interprofession@gruyere.com)  
[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

Rédaction:  
Interprofession du Gruyère  
Microplume, [www.microplume.ch](http://www.microplume.ch)  
Tirage: 3'200 exemplaires

Traduction:  
Trait d'Union  
3000 Bern  
[www.traitdunion.ch](http://www.traitdunion.ch)

Graphisme:  
Effet-i-media  
e-mail: [bepbep@bluewin.ch](mailto:bepbep@bluewin.ch)



## Message du **Président**

### **Merci !**

C'est avec satisfaction que nous pouvons boucler l'exercice 2013 de l'Interprofession du Gruyère AOP Switzerland.

Notre situation dans la branche est enviable, le prix du lait est parmi les plus élevés de la Suisse, la marge de contribution des fromagers et des affineurs leur permettent d'assumer l'avenir.

J'adresse en priorité mes remerciements à tous les producteurs de lait, fromagers et affineurs ainsi qu'à tous leurs collaborateurs pour le travail effectué dans le respect strict du cahier des charges et du guide des bonnes pratiques du Gruyère AOP.

Je tiens à remercier tous les membres de l'assemblée des délégués, du comité et des commissions de travail pour leur engagement. Vous avez pris des décisions importantes dans l'intérêt du Gruyère et du futur de notre organisation. Souvent, après des

discussions animées, c'est l'objectif commun de renforcer le Gruyère AOP et l'IPG qui l'a remporté sur les intérêts particuliers. Notre processus de décision démocratique de la « majorité dans chaque collègue » nous oblige à trouver des solutions acceptables pour tous.



Nous avons une forme d'organisation très suisse qui est de plus en plus à la mode dans une éco-

nomie globale dépersonnalisée, d'orienter les 2500 entreprises indépendantes qui forment l'IPG vers un objectif commun « Gruyère AOP ».

Merci à Philippe Bardet et son équipe pour leur engagement quotidien, indispensable au bon fonctionnement de notre organisation.

Merci et félicitations à Philippe Bardet et tous ceux qui ont contribué à la réussite du dépôt de la marque « Gruyère AOP Switzerland » aux USA et en Afrique du Sud.

Je me réjouis de continuer avec vous à dessiner l'avenir de l'Interprofession du Gruyère AOP Switzerland.

Oswald Kessler  
Président de l'IPG

**LE GRUYÈRE**<sup>®</sup>  
**SWITZERLAND**





## Situation générale

Sur la base de la vision 2025 posée en début d'année, l'Interprofession du Gruyère a pu poursuivre ses tâches en 2013 dans un contexte positif. La défense du nom et du produit a connu une avance majeure en 2013 avec l'enregistrement de deux marques importantes aux Etats Unis et en Afrique du Sud. Cette démarche initiée en 2007 a connu un aboutissement en automne avec une marque verbale en Afrique du Sud et une semi-figurative outre-Atlantique. Ces deux enregistrements dans des pays qui ne reconnaissent pas la démarche d'appellation d'origine sont des points de départ primordiaux pour combattre les usurpateurs au niveau de l'utilisation du nom Gruyère. Ce résultat a été possible grâce au travail des juristes mandatés par l'Interprofession ainsi qu'une coordination de tous les instants avec les autorités fédérales qui ont en plus apporté une aide financière bienvenue dans cette démarche.

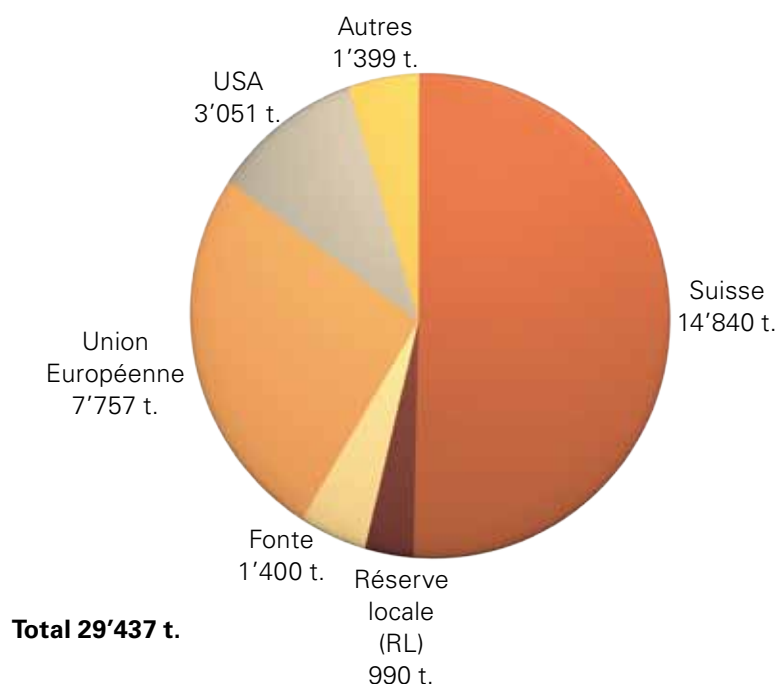
Cet aspect juridique vient s'ajouter à la protection déjà existante au niveau de l'Union Européenne par la reconnaissance mutuelle. Sur cette base,

l'Interprofession a pu continuer sa phase de progression de vente sur le marché. Ainsi, malgré une situation économique morose, Le Gruyère AOP a connu un accroissement des ventes tant en Suisse qu'à l'étranger. La progression rencontrée aux Etats-Unis et en Allemagne est plus que réjouissante. Il faut également relever que Le Gruyère AOP se

vend dans plus de 50 pays, ce qui représente encore un axe de développement non négligeable.

Cette augmentation a aussi permis d'octroyer des quantités supplémentaires dans les fromageries avec 2% temporaires auxquels s'additionne le volume d'une nouvelle fromagerie à Guin/Düdingen. Cette vitalité a aus-

### Répartition de la consommation de Gruyère AOP pendant l'année 2013 en tonnes





si donné l'occasion à de nombreux sites de se rénover ou d'entrer dans de nouveaux locaux.

En 2013, le Gruyère AOP a approché la barre des 30'000 tonnes en production qui ont à ce jour tous trouvé preneur pour le plus grand plaisir du palais des consommateurs. En outre, ces quantités ont été produites en garantissant une qualité sans faille que l'on pourra honorer en automne 2014, dans le cadre de la remise des distinctions pour les meilleures moyennes de taxation portant sur les années 2009 à 2013.

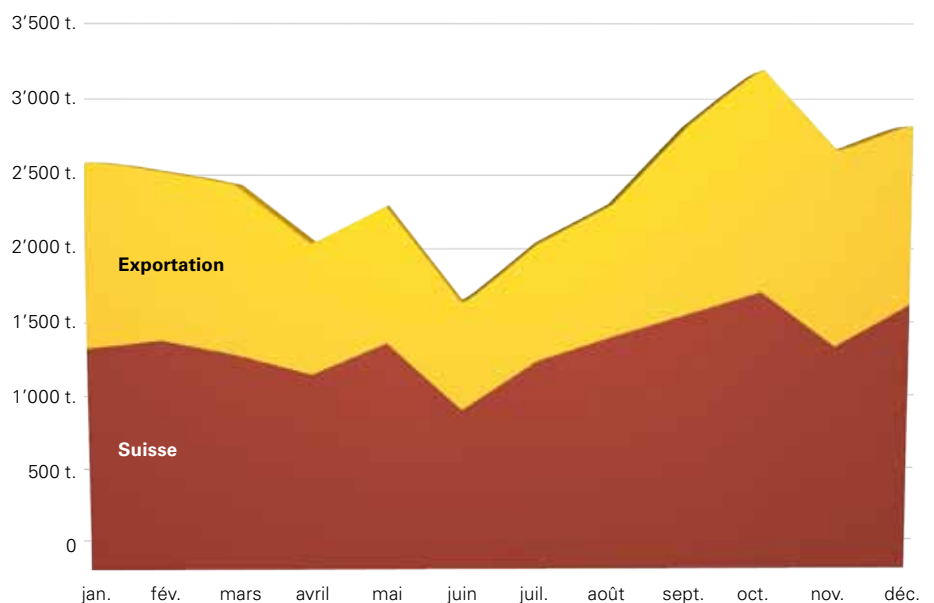
2013 est également une année de transition au niveau de la politique publicitaire en Suisse. En effet, après 14 ans de partenariat avec l'agence de publicité Art-Com qui a positionné le Gruyère dans les vingt marques les plus connues de Suisse, ce mandat a fait l'objet d'un concours sur invitation. C'est la firme Numéro 10 de Berne qui a été choisie pour la nouvelle campagne qui a été initiée à la fin de l'année 2013. En mettant en avant le Gruyère AOP avec le slogan «Le goût des Suisses depuis 1115», cette nouvelle campagne met en scène des morceaux de Gruyère pour s'adresser à un public très large.

Ces perspectives globalement favorables permettaient à l'assemblée des délégués de fin d'année de décider une hausse de prix globale de 55 centimes par kilo de Gruyère AOP sortie cave d'affinage. Cette première augmentation depuis 2007 vise à repositionner le Gruyère AOP comme un produit de marque qui doit être à même de rémunérer toute une filière dans l'esprit d'un produit d'appellation respectant les

principes d'un commerce équitable, garantissant le retour de la plus-value dans les régions décentralisées.

Ainsi, l'Interprofession du Gruyère poursuit sa vision d'une augmentation mesurée des volumes et des prix dans le respect du savoir-faire et de la tradition, tout en étant un produit moderne à disposition de personnes de tous les âges et de toutes les classes de revenus.

### Vente mensuelle 2013 en tonnes







## Gestion des quantités

**L'Interprofession du Gruyère a poursuivi son travail dans la ligne d'une gestion stricte des quantités tout en donnant des perspectives d'augmentation sur la base des décisions de principe prises le 21 novembre 2012.**

Au début du mois de janvier, une nouvelle entité pouvait commencer sous les meilleurs auspices à Guin/Düdingen. Grâce à un commencement prudent de la production laitière sur les trois premiers mois, des volumes temporaires de l'ordre de 2 % du volume global ont été octroyés. Il a également été possible de donner une flexibilité plus grande au semestre. Il faut préciser que le printemps plus que maussade inci-

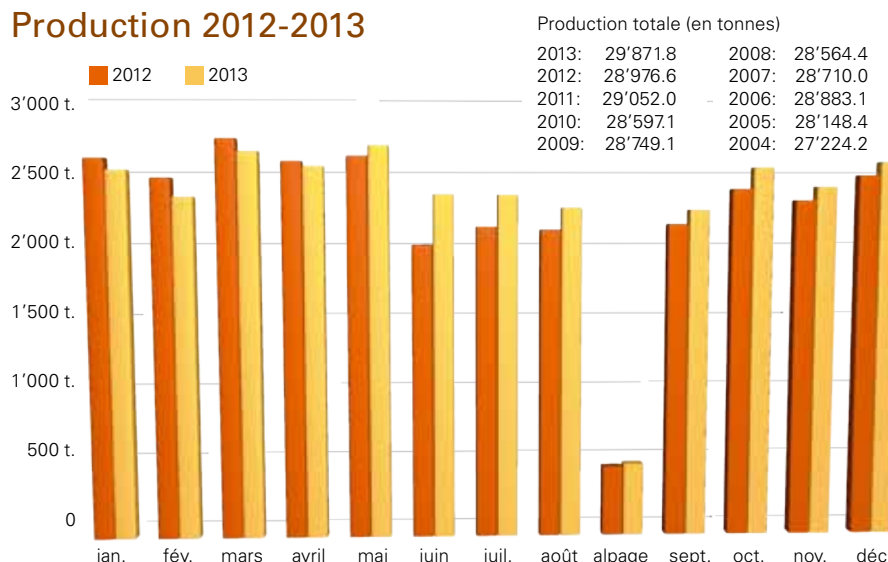
taut plus à la fondue qu'à la grillade, ce qui donnait un coup de pouce aux ventes globales. Il serait souhaitable qu'à l'avenir la production puisse suivre une courbe similaire à celle observée en 2013.

Les soucis de qualité rencontrés en 2012 ont incité l'assemblée des délégués à prendre une mesure restrictive dans les fromageries concernées. En effet, celles ayant, sur deux ans, une moyenne de taxation située en-dessous de 18 points, soit une production en IB, ont vu leur quantité diminuée de 10% alors que celles situées dans une fourchette entre 18 et 18,5 points avec plus de 10% de IB ont vu leur volume être amputé de 5%. Ces diminutions annuelles sont temporaires.

Dans la perspective d'évolution prudente des quantités et compte tenu de la décision prise de la mise en production de la fromagerie de Wengliswil au 01.01.2014, l'assemblée des délégués décidait d'accorder, pour l'année 2014, 1% définitif tout en suspendant l'octroi des quantités temporaires. L'évolution du marché suite à l'augmentation du prix décidée pour le début de l'année 2014 donnera des indications pour une décision dans le courant du premier semestre 2014. Mais il est clair que seule une production de qualité ainsi qu'une vente soutenue pourront faire évoluer les volumes à l'avenir de la filière du Gruyère AOP.



### Production 2012-2013





## Situation du marché

**La vente du Gruyère AOP a connu une évolution très encourageante en 2013. Les efforts des vendeurs conjugués avec la promotion ont été couronnés de succès. Le marché suisse a été très proche du niveau record tenu en 2012 et il est à relever que ces excellents chiffres ont été obtenus tant par une valorisation du commerce de détail que dans la restauration.**

Sur le plan international, Le Gruyère AOP a atteint un niveau global jamais obtenu jusqu'à ce jour. Fait encore plus prometteur, les volumes vendus ont pris de l'ampleur autant dans l'Union Européenne que hors de ces contrées. Ces résultats globaux sont plus qu'encourageants car, avec plus de 12'000 tonnes vendues, c'est une nouvelle progression record que le Gruyère AOP enregistre à l'étranger. Si le marché allemand se porte

à merveille, la France reste en retrait. En effet, ce pays qui a longtemps constitué l'un des fers de lance de l'exportation du Gruyère AOP, a vu son volume tomber à quelques 1'700 tonnes. La situation économique de la France, ainsi que la concurrence accrue d'autres fromages du même type, représente sûrement la source de cette diminution. Cette dégradation ne doit toutefois pas faire baisser les efforts marketing effectués dans ce pays. Hors de l'Union Européenne, il est à relever que si les Etats-Unis avaient un marché en demi-teinte en 2012, les ventes ont connu une évolution très encourageante en 2013. D'une manière globale, ce nouveau record d'exportation justifie amplement les efforts marketing entrepris dans ce pays depuis 2 ans.

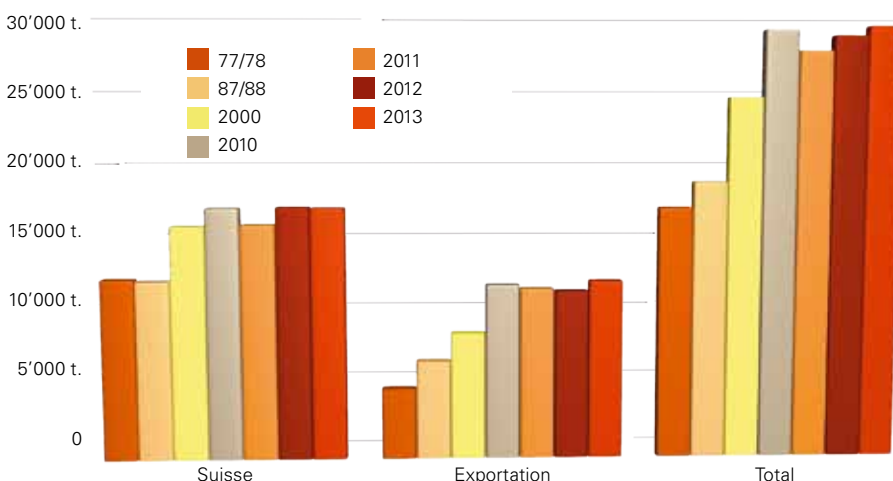
Il est à relever que Le Gruyère AOP se vend dans quelques 55 pays sur tous les continents. Ainsi, une progression constante des ventes du Gruyère

AOP est à observer sur les marchés internationaux avec en parallèle le maintien de son excellent positionnement au niveau national.

Il est donc primordial que les conditions cadres de la législation agricole restent dans la ligne tracée aujourd'hui. La nouvelle PA 2014-2017 prévoit toujours un encadrement pour les fromages avec la confirmation de la prime pour le lait transformé en fromage ainsi que celle pour le lait issu de l'affouragement de non-ensilage. Dans le même sens, les dispositions prévoyant un fonds de promotion des ventes sont les bienvenues. Il est toutefois regrettable que, malgré les promesses données par les plus hautes instances fédérales d'encourager les produits agricoles qui connaissent des succès à l'exportation, l'Administration Fédérale prenne des dispositions contraires en diminuant les montants alloués au fromage mis à disposition de Switzerland Cheese Marketing et à l'association pour la promotion des produits AOP-IGP. En outre, il est inquiétant d'observer que les règles mises en place entraînent des complications administratives qui ne sont pas propices à un travail efficace auprès du consommateur.

Il est primordial qu'à l'avenir les instances fédérales soutiennent de manière pragmatique et efficace les tâches effectuées par les filières dans l'intérêt de l'économie agricole dans son entier et du Gruyère AOP en particulier.

### Comparaison des ventes





## Dossier AOP et **situation internationale**

En 2013, l'Interprofession du Gruyère a entériné la première modification du cahier des charges enregistré en 2001. En effet, comme annoncé dans le rapport annuel 2012, l'assemblée des délégués réunie au mois de juin 2013 a accepté le changement d'AOC en AOP pour Appellation d'Origine Protégée. Ce dossier a été envoyé en bonne et due forme auprès de l'Office Fédéral de l'Agriculture. A l'heure actuelle, la modification n'est pas encore entrée en force puisque cette instance entend faire paraître une publication groupée de tous les produits effectuant le même changement. L'Interprofession espère que ce sera chose faite durant ce premier semestre 2014 encore. Il n'en reste pas moins que cette modification est d'ores et déjà utilisée au niveau de la publicité, tant au niveau de l'étiquetage que pour les objets promotionnels. Tous les nouveaux documents ou emballages portent d'ores et déjà la nouvelle nomenclature AOP, selon le nouveau logo éponyme.

En ce qui concerne les négociations avec l'Union Européenne, il est à noter que la coexistence entre le Gruyère IGP français et le

Gruyère AOP Suisse se met gentiment en place. La collaboration avec les autorités françaises et européennes s'effectue de manière optimale dans le sens d'avoir une protection mondiale pour le nom Gruyère.

A ce titre, l'enregistrement des deux marques, l'une semi-figurative, sans disclaimer aux Etats-Unis, et l'autre



verbale en Afrique du Sud, sont des avancées importantes pour la reconnaissance pleine et entière du nom Gruyère.

Il y a lieu de remercier ici les juristes en Suisse et dans les pays concernés, de même que les autorités et l'administration fédérale pour le rôle non négligeable joué dans ce cadre.

Il est donc primordial de poursuivre ces efforts, car l'obtention d'une marque n'est qu'un premier pas. Le

travail de sa défense est une tâche encore plus ardue qu'il y a lieu de remplir quotidiennement. A ce titre, la collaboration avec toutes les instances et organisations sont vitales. L'association pour la promotion des produits AOP et IGP, Switzerland Cheese Marketing, Origin, ainsi que les différentes administrations telles que l'OFAG, l'IPI ainsi que les services diplomatiques sont autant d'appuis indispensables à la protection de notre produit phare.

L'aboutissement en Suisse du dossier Swissness est également un domaine qui ne manquera pas de faire progresser la notion de protection d'un patrimoine et d'un savoir-faire pour l'avenir.

**LE GRUYÈRE**<sup>®</sup>  
**SWITZERLAND** 





# Qualité du Gruyère AOP

## Taxations et contrôles

**Selon les dispositions du cahier des charges, chaque lot de Gruyère AOP est soumis mensuellement à la taxation lorsqu'il atteint l'âge moyen de 4 mois et demi.**

Auparavant il subit une première appréciation qualitative effectuée par l'affineur lors de la prise en charge ou pesée. Ce deuxième contrôle, ou taxation, s'effectue par une commission composée d'un taxateur de l'IPG ainsi qu'un représentant des fromagers. Un recours est toujours possible ; il peut être déposé contre le résultat et un nouvel examen est alors opéré par la commission de recours. Celle-ci est composée de deux représentants des affineurs et d'un fromager. Son résultat est irrévocable. Cette façon de procéder garantit toute l'objectivité nécessaire à l'appréciation qualitative du Gruyère AOP vendu sur le marché. Une troisième appréciation est effectuée par l'affineur-vendeur lorsque les meules sortent de la cave.

Cet important travail requiert un professionnalisme de tous les instants

ainsi qu'une très grande rigueur qui assure in fine une qualité irréprochable au Gruyère AOP présent dans les différents pays où le consommateur l'apprécie.



De manière globale, la qualité produite en 2013 a été d'excellente facture. La proportion de IB a été en diminution par rapport à l'année précédente. Il est donc réjouissant de constater que les mesures mises en place en fin d'année 2012 pour revaloriser la qualité du Gruyère AOP ont porté leurs fruits.

Ainsi le 96,22 % des lots ont été classés en qualité IA. La proportion

de lots ayant obtenu 19 points et plus a passé à 56,20 % alors qu'elle était à 54,58 % l'année précédente.

La proportion de IB se monte à 3,46 % et celle de 2<sup>ème</sup> choix à 0,07 %. Il est à mentionner que 52 recours ont été déposés contre la taxation et que 26 ont été gagnés. Ces différents résultats ont permis de payer 5'067'984,-- francs de prime de qualité.

Dans cette excellente situation de qualité, le niveau du Gruyère AOP Bio a été légèrement en retrait, ce qui a incité 2 fromageries à cesser cette production.

La production de Gruyère d'Alpage AOP 2013 a été de très bonne tenue. Le savoir-faire élevé des fabricants qui sont confrontés à des conditions climatiques changeantes, ce qui a été particulièrement le cas en début de saison, a permis d'obtenir ce bon résultat. Ainsi, quelques 93,14 % de la production ont obtenu un classement de qualité IA alors que 51,06 % ont atteint 19 points et plus.



## Analyses chimiques

### Teneur en eau, matière grasse, sel

Afin que le consommateur soit assuré que le produit corresponde à sa déclaration et aux dispositions du cahier des charges, l'Interprofession du Gruyère effectue une analyse de teneurs sur chaque lot. Ces résultats ont montré que quelques 51 lots étaient situés au-delà des prescriptions du cahier des charges. 19 analyses ont fait l'objet de recours, dont 13 ont été gagnés. Il faut relever que les analyses portent sur plus de 2'100 lots. Le respect global des teneurs figurant dans le cahier des charges s'effectue sur une moyenne de 6 mois.

### Analyses de listéria et analyses spécifiques

Outre les analyses concernant les teneurs, il est effectué des analyses sur la présence de listéria et des qualités hygiéniques. En 2013, la totalité des échantillons prélevés ont eu des résultats négatifs par rapport à la présence de listéria, donc conforme aux prescriptions légales.

Ce même résultat a été obtenu pour toutes les analyses spécifiques, ce qui conforte le consommateur dans son choix d'acheter du Gruyère AOP, produit sans aucun additif.

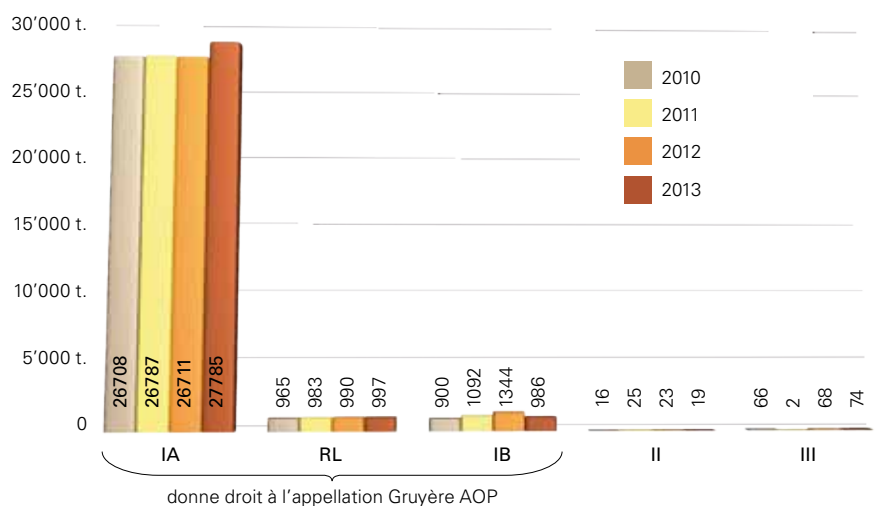
profession). Le critère qualitatif est primordial pour assurer dans le futur la présence du Gruyère AOP sur les étalages.

## Commission qualité

La commission qualité s'est réunie à plusieurs reprises. Elle est appelée à jouer un rôle plus important à l'avenir en utilisant par délégation ses membres pour intervenir dans des fromageries en difficulté (cf. chapitre sur les organes de l'inter-



## Comparaison de la qualité selon l'année civile en tonnes







## Distinctions pour Le Gruyère AOP lors de concours nationaux et internationaux

L'Interprofession du Gruyère est fière de pouvoir compter de nombreux lauréats dans les différents concours qui se sont déroulés en 2013. Elle félicite tous les membres de la filière qui ont permis ces excellents résultats, rendus possibles grâce à un lait de très haute qualité, une production et un affinage remarquables. La très haute qualité qui en ressort est le meilleur gage pour l'avenir du Gruyère AOP.

Ces distinctions renforcent l'image positive de notre pâte dure. Elles rappellent aussi que le mot qualité rime avec respect d'une tradition, d'une nature, d'un savoir-faire et d'une rigueur dans le travail de tous les jours. Par ces concours, le travail de toute une filière est récompensé.

**1<sup>er</sup> concours du « Mondial du Fromage et des Produits Laitiers » Tours, France – du 1<sup>er</sup> au 3 juin 2013**

**Des médailles d'argent ont été décernées à :**

M. Grégoire Kern, Fromagerie de Misery, pour son Gruyère AOP affiné chez Margot Fromages SA.

M. Nicolas Rey, Alpage de Plan Rion, pour son Gruyère d'Alpage AOP affiné chez Margot Fromages SA.

**Nantwich International Cheese Awards – 31 juillet 2013**

**Des médailles d'or ont été décernées à :**

M. Pierre Buchillier, Fromagerie Les Moulins, pour son Gruyère AOP bio affiné chez Emmi.

M. Benoît Kolly, Fromagerie du Mouret, pour son Gruyère AOP affiné chez Emmi.

**Ont obtenu une médaille d'argent :**

M. Roland Pittet, Fromagerie de Bouloz, pour son Gruyère AOP affiné chez Lustenberger & Dürst AG.

M. Vincent Tyrode, Fromagerie de l'Auberson, pour son Gruyère AOP affiné chez Margot Fromages SA.

**Ont obtenu une médaille de bronze :**

M. Gérald Raboud, Fromagerie de Courgenay, pour son Gruyère AOP affiné chez Emmi.

M. Adrian Scheidegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné chez Cremo SA – Von Mühlennen.

**Concours des fromages d'alpage de l'Olma – octobre 2013**

Chaque année se déroule en octobre le concours des fromages d'alpage, dans le cadre de l'OLMA, la foire suisse de l'agriculture et de l'alimentation de St-Gall.

**Le 3<sup>ème</sup> prix** est revenu à M. Maurice Bapst, de l'alpage Vacheresse, pour son Gruyère d'Alpage AOP affiné par la coopérative fribourgeoise des producteurs de fromage d'alpage.

**Le 5<sup>ème</sup> prix** a été attribué à M. Beat Piller, de l'Alpage Vounetz, pour son Gruyère d'Alpage AOP affiné par la coopérative fribourgeoise des producteurs de fromage d'alpage.

**Le 7<sup>ème</sup> prix** est revenu à M. Yvan Brodard, de l'alpage Les Grenerêts, pour son Gruyère d'Alpage AOP affiné chez Mifroma.

**Ont obtenu un certificat :**

MM. G. Magnin et P.-A. Golay (fabriqué par M. J.-P. Ruch), de l'alpage Les Grands Plats du Vent, pour leur Gruyère d'Alpage AOP affiné chez Magnenat SA

M. Pierre-André Barras, de l'alpage Les Groins, pour son Gruyère d'Alpage AOP affiné par la coopérative fribourgeoise des producteurs de fromage d'alpage.

M. Stefan König, de l'alpage la Vatia d'Avau, pour son Gruyère d'Alpage AOP affiné par la coopérative fribourgeoise des producteurs de fromage d'alpage.

**World Cheese Awards 2013 – novembre 2013**

Les World Cheese Awards 2013 se sont déroulés du 26 au 27 novembre 2013 à Birmingham (Angleterre).



### Ont obtenu une médaille Super Gold:

La Fromagerie Cremo SA à Villars-sur-Glâne pour son Gruyère AOP affiné chez Fromage Gruyère SA (2 médailles)

M. Philippe Geinoz, Fromagerie Les Sagnettes, pour son Gruyère AOP affiné chez Margot Fromages SA.

M. Gérald Raboud, Emmi AG, de la Fromagerie de Courgenay, pour son Gruyère AOP affiné chez Fromco.

M. Vincent Tyrode, de la Fromagerie de l'Auberson, pour son Gruyère AOP affiné chez Margot Fromages SA.

### Ont obtenu une médaille d'or:

M. Alexandre Guex, de la Fromagerie de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné chez Cremo SA – Von Mühlennen AG (2 médailles)

M. Franz Jungo, de la Fromagerie de Strauss, pour son Gruyère AOP af-

finé chez Cremo SA – Von Mühlennen AG

M. Benoît Kolly, de la Fromagerie Le Mouret, pour son Gruyère AOP affiné chez Emmi Käse AG.

M. Adrian Scheidegger, de la Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné chez Cremo SA – Von Mühlennen AG.

### Ont obtenu une médaille d'argent:

M. Franz Jungo, de la fromagerie de Strauss, pour son Gruyère AOP affiné chez Cremo SA – Von Mühlennen AG.

M. Adrian Scheidegger, de la Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné chez Cremo SA – Von Mühlennen AG (2 médailles)

### Ont obtenu une médaille de bronze:

M. Alexandre Guex, de la Fromagerie

de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné chez Cremo SA – Von Mühlennen AG (2 médailles)

M. Gérald Raboud, Emmi AG, de la Fromagerie de Courgenay, pour son Gruyère AOP affiné chez Fromco.

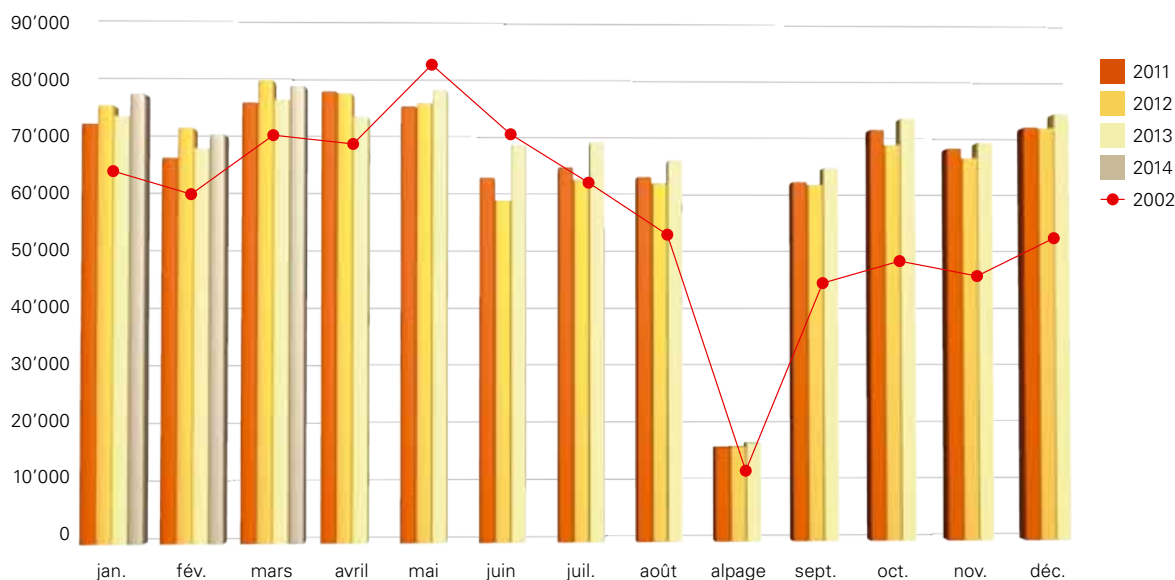
M. Nicolas Schmoutz, de la Fromagerie de Mézières, pour son Gruyère AOP affiné chez Fromco SA

### Le Gruyère AOP choisi par les autorités vaudoises

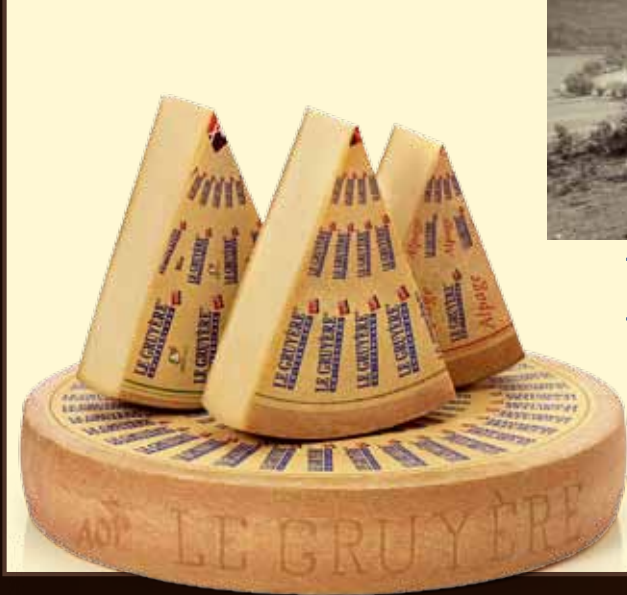
Le canton de Vaud a décidé d'agrémenter ses parties officielles 2014 de Gruyère AOP. Lors d'une dégustation à l'aveugle de 11 Gruyère AOP, c'est celui de René Pernet, Peney-le-Jorat qui a été désigné fromage officiel des autorités vaudoises pour l'année 2014.

## Comparaison de la production (marques caséine)

Nbre de meules







# Le goût des Suisses depuis 1115.

## Marketing

L'année 2013 a connu un tournant dans la démarche publicitaire de l'Interprofession du Gruyère. En effet, pour la présence nationale, un nouveau briefing a été élaboré afin de trouver une nouvelle ligne promotionnelle. Le concours sur invitation mis en place a permis d'attribuer le mandat publicitaire pour les 3 prochaines années à l'agence bernoise Numéro 10. La nouvelle campagne a pris place avant Noël en affichage et à la télévision. Le slogan de base est : « Le Gruyère AOP, Le goût des Suisses depuis 1115 ». Cette dernière date fait référence à la charte accordée par le premier Comte de Gruyères, Guillaume, à son neveu le chanoine Ulrich du prieuré clunisien de Rougemont. Dans ce document, on assure un revenu en faisant référence au fromage fabriqué dans les montagnes gruériennes. La campagne se décline sur la base de morceaux de Gruyère mis en scène, pour s'adresser à tout un chacun, petit et grand. Les détails figurent dans l'Oiseau N° 32 paru à Noël.

La campagne du début de l'année a été assurée par l'ancienne agence de publicité, Art-Com, qui avait conçu toutes les campagnes depuis l'an 2000. L'IPG tient à remercier cette compagnie pour le travail accompli qui a contribué à mener Le Gruyère AOP en haut de l'échelle de la notoriété.

Le Gruyère AOP a été vu à la TV ainsi qu'en affichage sur les bus ou trams des grandes villes de Suisse et à Zermatt.

En gage de continuité, l'habillage de ces véhicules s'est poursuivi dans la dernière partie de l'année et en 2014 à Zermatt et à Zürich. La présence dans cette ville tient à marquer la perspective des Championnats d'Europe d'athlétisme qui se dérouleront en août 2014.

Le Gruyère AOP est toujours actif dans le sponsoring avec une présence marquée, et surtout à portée internationale, dans l'athlétisme en partenariat avec l'association européenne d'athlétisme. Ce sport est aussi soutenu au niveau des deux meetings internationaux que sont Athlétissima à Lausanne et Weltklasse à Zürich. Sur le plan national, Le Gruyère AOP s'engage également pour la relève avec le projet « Mille Gruyère » qui tend à soutenir les espoirs nationaux de la course à pied.

Les sticks de Gruyère AOP ont aussi accompagné les coureurs du Tour de Romandie et du Tour de Suisse.

Fin novembre, Le Gruyère AOP a assuré une forte présence publicitaire dans le cadre des « Le Gruyère European Curling Championships » en Norvège.

Bien entendu, notre noble fromage a accompagné Fribourg Gottéron dans

sa lutte pour obtenir des lauriers dans le cadre du championnat suisse de hockey sur glace.

Ces actions, de même que la présence dans des manifestations de portée plus régionales, sont l'occasion de mettre en avant la marque LE GRUYERE AOP SWITZERLAND tout en assurant la visibilité du produit sous forme de sticks, de plateaux de fromage, de plats cuisinés ou de fondue. La hot-fondue a une nouvelle fois fait la joie des spectateurs du Paléo Festival à Nyon.

L'activité nationale a encore été renforcée par la participation aux foires suprarégionales dans différentes parties de la Suisse. En outre, les actions de dégustation dans les grands magasins permettent de soutenir l'attractivité du Gruyère AOP auprès du consommateur.

Le Gruyère AOP collabore activement avec les différentes instances cantonales de promotion des produits du terroir. Un axe particulier est mis en place par le canton de Vaud qui soutient financièrement le travail promotionnel par l'intermédiaire d'un accord liant le Vacherin Mont d'Or AOP, le Gruyère AOP, l'Etivaz AOP et le label des vins Terravin. Cet investissement est aussi lié au Gruyère d'Alpage AOP vaudois qui représente un peu plus de 60 % de toute la production de Gruyère d'Alpage AOP.





Au plan international, l'effort des acteurs de la vente est soutenu par des actions promotionnelles et publicitaires effectuées au travers des structures de Switzerland Cheese Marketing (SCM) ou directement par l'Interprofession.

En Allemagne, la campagne publicitaire est basée sur de la publicité imprimée dans des magazines grand public ainsi que sur la présence au front de vente. La publicité a été quelque peu modifiée en mettant en avant l'excellence du Gruyère AOP sous le slogan « Ein leckeres Stück vom Glück ». Le succès a été au rendez-vous avec une augmentation notable du volume.

En France, malgré un effort promotionnel constant, le Gruyère AOP, dont

la promotion se fait sous le slogan « pas de trous, que du goût », a connu un recul de ventes. Assurément la situation économique et le climat de consommation ont une influence négative sur l'attractivité du Gruyère AOP. Il n'en reste pas moins que la présence d'autres fromages de la même famille, tel le Comté AOP, sont aussi des facteurs qui péjorent les possibilités de vente des produits suisses.

Au Benelux, la place du Gruyère AOP est confortée par un travail promotionnel de proximité au front de vente, que cela soit dans des magasins de fromages ou dans la grande distribution. En outre, des actions de relations publiques permettant de faire parler et de proposer l'utilisation du Gruyère AOP au-travers de recettes sont pro-

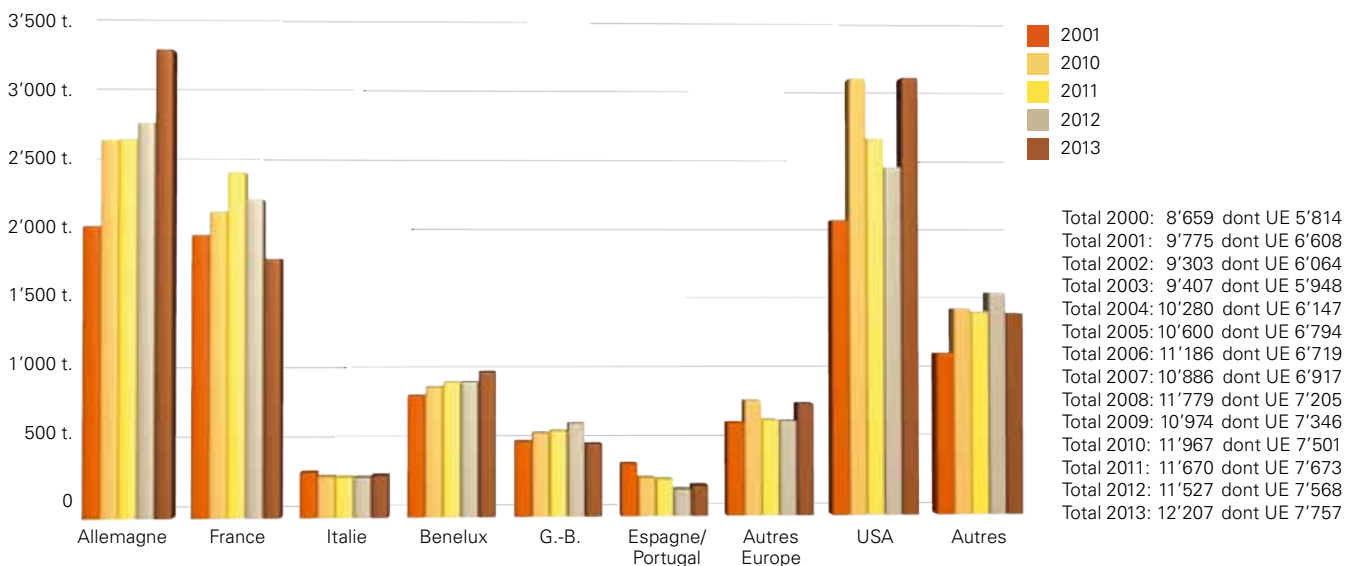
posées par de grands chefs dans les deux régions linguistiques du pays.

L'Italie est toujours un marché en demi-teinte pour le Gruyère AOP. On observe une petite augmentation de volumes grâce à des actions directes dans les points de vente qui s'adressent au consommateur final.

L'Espagne souffre de la situation économique, même si on effectue un travail de proximité soutenu par une publicité ciblée sur les deux grandes villes que sont Madrid et Barcelone. Ces actions ont permis de reprendre quelques quantités vendues par rapport à 2012.

L'Angleterre a connu un changement notable dans la conduite de sa promotion. En effet, Madame Helen

## Comparaison des exportations annuelles de Gruyère AOP en tonnes







Daysh a remplacé Monsieur Maurice Johnson qui a pris une retraite bien méritée après des années de succès au service des fromages suisses et du Gruyère AOP en particulier. La promotion est basée sur des campagnes imprimées dans des journaux spécialisés qui vantent les qualités intrinsèques du Gruyère AOP. La publicité est complétée par un travail dans les différentes régions au-travers de dégustations dans les Farm Shops.

Au niveau européen plus général, des campagnes spéciales ont été menées dans les pays du Nord, surtout en liaison avec les activités sponsoring de l'Interprofession. Ce travail est augmenté d'une promotion plus large basée sur des dégustations au front de vente ainsi que quelques démarches publicitaires.

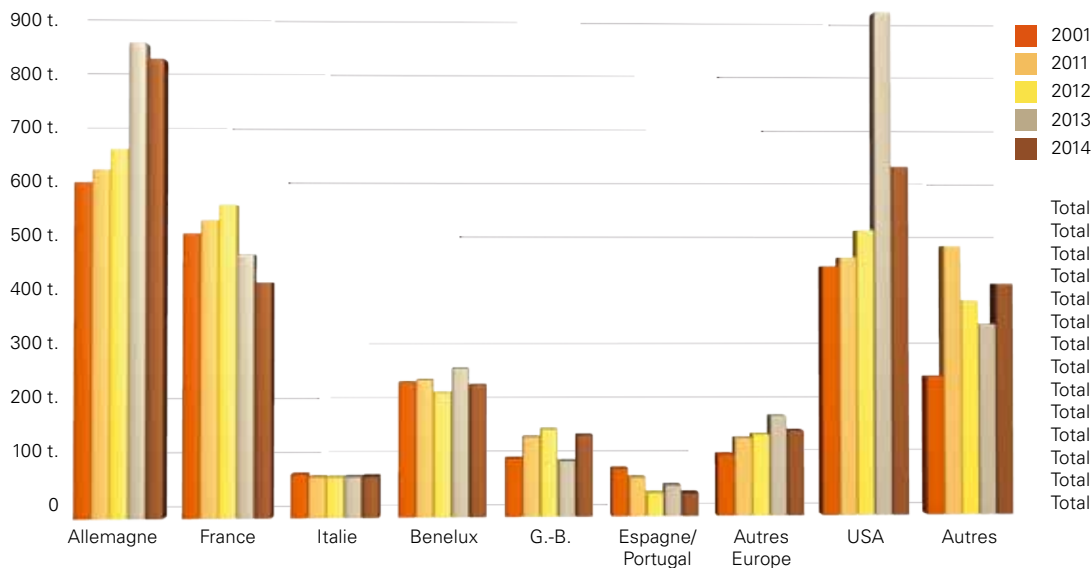
Afin de soutenir le travail promotionnel global, Le Gruyère AOP était présent dans un emplacement qui lui était entièrement dédié au sein du stand global de Switzerland Cheese Marketing à l'Anuga de Cologne.

En 2013, l'Interprofession du Gruyère a, pour la première fois, alloué un budget spécial pour les Etats Unis. Ce fut l'occasion de mener une campagne publicitaire où la marque est mise en avant avec la liaison sur les qualités intrinsèques et l'origine de notre noble fromage. En outre, un travail de proximité sur le front de vente est initié avec les acteurs du marché. Dans ce pays, l'Interprofession était présente au stand de la foire Fancy Food Show à New-York à la fin juin.

Ces différentes activités sont appelées à se renforcer à l'avenir pour permettre l'accroissement des ventes du Gruyère AOP ces prochaines années.



### Comparaison des exportations de Gruyère AOP de janvier à mars en tonnes



Total 2001: 2'461 dont UE 1'752  
 Total 2002: 2'421 dont UE 1'563  
 Total 2003: 2'401 dont UE 1'524  
 Total 2004: 2'588 dont UE 1'492  
 Total 2005: 2'409 dont UE 1'693  
 Total 2006: 2'602 dont UE 1'734  
 Total 2007: 2'497 dont UE 1'742  
 Total 2008: 3'024 dont UE 1'816  
 Total 2009: 2'367 dont UE 1'813  
 Total 2010: 3'066 dont UE 1'906  
 Total 2011: 2'814 dont UE 1'849  
 Total 2012: 2'796 dont UE 1'881  
 Total 2013: 3'293 dont UE 2'020  
 Total 2014: 2'979 dont UE 1'915



# Manifestations 2013

## Janvier à mars 2013

Rivella Giant X Tour. Cette compétition interscolaire attire chaque hiver pas moins de 2000 gymnasiens et apprentis (1)

## Janvier à mars 2013

Raquette Aventure (2)

## 11 au 13 janvier 2013

Courses de ski FIS masculines à Adelboden (14)

## 17 au 20 janvier 2013

Swiss Expo à Lausanne (3)

## 23 février au 3 mars 2013

Salon International de l'Agriculture à Paris

## 1<sup>er</sup> au 3 mars 2013

Indoor Athlétisme Göteborg/Suède (4)

## 22 mars au 1<sup>er</sup> avril 2013

Foire internationale de Lyon (5)

## 22 au 24 mars 2013

Marché des AOP de Bourg-en-Bresse

## 23 au 28 avril 2013

Tour de Romandie (6)

## 3 mai au 12 mai 2013

BEA, la foire bernoise de printemps

## 26 avril au 5 mai 2013

LUGA, foire d'exposition de Suisse centrale, Lucerne

## 7 au 11 mai 2013

Les Francomanias, Bulle

## 8 au 12 mai 2013

Poya d'Estavannens

## 21 au 23 juin 2013

Championnats par équipe athlétisme Gateshead/GB (7)

## Mai à août 2013

Jur'Alp Cup, courses VTT dans toute la Suisse romande

## Mai à septembre 2013

Mille Gruyère, concours d'athlétisme pour les 10-15 ans (8)

## 8 au 16 juin 2013

Tour de Suisse (9)

## 30 juin au 2 juillet 2013

Fancy Food Show à New York, USA

## 4 juillet 2013

Athlétissima

## 7 juillet 2013

Slow Up Gruyère

## 11 au 14 juillet 2013

Athlétisme Tampere

## 18 au 21 juillet

Athlétisme Rieti

## 23 au 28 juillet 2013

Paléo Festival de Nyon (10)

## 9 au 11 août 2013

Food Festival à Zermatt (11)

## 27-28 août 2013

Weltklasse, concours de lancer du poids à la gare de Zürich

## 29 août 2013

Weltklasse Zurich (13)

## 1<sup>er</sup> septembre 2013

Gruyère Cycling Tour

## 13 au 22 septembre 2013

Comptoir Suisse de Lausanne

## 14 septembre 2013

Open Bike de Haute Gruyère

## 20 au 29 septembre 2013

Züspa, foire de Zurich

## 5 au 8 octobre 2013

Anuga, Cologne

## 10 au 20 octobre 2013

Olma, foire nationale de l'agriculture et de l'alimentation à St-Gall

## 25 octobre au 3 novembre 2013

Comptoir Gruérien à Bulle

## 8 au 10 novembre 2013

Slow Food Market à Zurich

## 27 novembre au 1<sup>er</sup> décembre 2013

Salon des Goûts et Terroirs à Bulle (15)

## 23 au 30 novembre 2013

Le Gruyère European Curling Championship à Stawanger/Norvège

## 6 au 8 décembre 2013

Marché des saveurs à Martigny (12)

## Hiver 2013 – 2014

Fribourg Gottéron. Durant toute la saison d'hiver, le HC Fribourg-Gottéron affiche les couleurs du Gruyère AOP sur son maillot et autour de la glace.

## Octobre 2013 à mars 2014

Soirées fondue sur le lac des Quatre Cantons

## Toute l'année

Affichage sur tous les bus électriques de Zermatt

Du fromage suisse sur les vols économiques sortants de la compagnie Swiss









# Organes de l'Interprofession du Gruyère

**Conduites dans une ligne claire par M. Oswald Kessler, Président, les différentes instances de l'Interprofession du Gruyère ont poursuivi l'accomplissement de leurs tâches en 2013.**

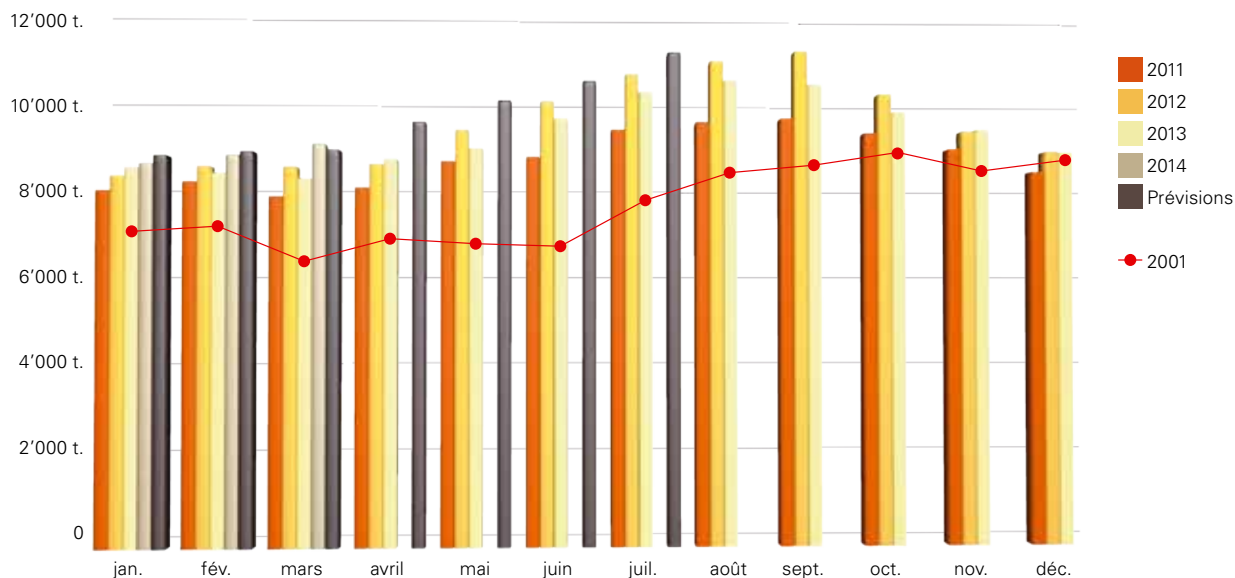
Le comité s'est réuni à 12 reprises pour prendre position sur les sujets d'actualité ainsi que pour définir les axes à long terme pour l'Interprofession. Sur la base de la vision posée en 2012, les membres du comité ont tenu un nouveau séminaire au début de l'année 2013 pour contrôler si la direction donnée allait dans le bon sens. Les différents thèmes figurant dans le chapitre « Perspectives 2013 » du rapport 2012 ont été repris et définis

de manière plus précise. A noter que pour avoir une vision plus large, un voyage a été organisée auprès de la filière du Comté. Les échanges avec les professionnels ainsi que le comité de cette organisation ont permis de faire le point sur des aspects et des problèmes similaires à ceux rencontrés dans l'organisation du Gruyère AOP.

Outre les aspects concernant l'application du cahier des charges et du guide des bonnes pratiques, tels que la construction et la grandeur des fromageries, la problématique du prix du Gruyère AOP et celui du lait ont été ardemment débattus dans la seconde partie de l'année. En effet, la conjoncture favorable de même que le niveau des prix pratiqués en Suisse

ont incité les acteurs de la filière du Gruyère AOP à aborder de manière plus concrète ce sujet. Depuis 2007, les prix n'avaient en effet pas évolués. Seul le taux de change avait fait varier les prix sur les marchés étrangers. En ce concerne le prix du lait, c'est essentiellement la rémunération de la crème qui avait entraîné des modifications ces dernières années. Au vu des évolutions sur le plan international et également celles d'autres fromages suisses, la filière est arrivée à la conclusion qu'une augmentation était envisageable et ceci pour le 1<sup>er</sup> janvier 2014. Ainsi, l'assemblée des délégués de l'automne entérinait une augmentation de prix du Gruyère AOP, sortie cave d'affinage qui apportait une revalorisation de 15 centimes

## Comparaison de l'évolution des stocks (fin mars 2014) en tonnes







par kilo aux affineurs, de 10 centimes sur la contribution allouée à l'Interprofession, ainsi qu'un montant de 30 centimes par kilo pour les producteurs et les fromagers à répartir sur la base de  $\frac{4}{5} - \frac{1}{5}$  tel qu'il avait été pratiqué jusqu'à aujourd'hui pour la matière grasse. Cette augmentation est bienvenue pour toute une filière et surtout représente bien la valeur et le positionnement du Gruyère AOP qui reste au plan national un produit accessible pour tout un chacun. Au niveau international, il est plutôt positionné dans le moyen-haut de gamme, ce qui est logique au vu de sa qualité et qu'il peut être classé au titre de spécialité. Les délégués se sont également réunis en juin pour l'assemblée statutaire alors qu'au printemps une séance informelle était organisée à St-Imier dans les locaux de l'entreprise Longines. Les différents membres présents ont été accueillis par le Directeur, M. Walter von Känel qui a pu, par sa grande expérience, démontrer les enjeux de la vente d'un produit positionné haut de gamme et qui porte une marque de renom. Il a été intéressant de tirer des parallèles entre le milieu horloger et le positionnement et la protection du Gruyère AOP même si les marchés ne sont pas tout à fait comparables.

Le bureau, qui est l'organe de préparation des séances de comité et de l'assemblée des délégués, a tenu 4 séances, dont une pour fixer la politique salariale et générale du personnel. Une réunion particulière s'est tenue le 31 juillet dans les locaux de

l'Interprofession du Gruyère, à la demande de M. le Conseiller Fédéral Johann Schneider-Amman. Cette rencontre, au caractère informel, a été l'occasion d'échanger les préoccupations de l'Interprofession par rapport aux discussions de la Confédération. La défense du nom Gruyère et le soutien à la promotion ont été deux moments forts de la discussion.

Au début de l'année, une réunion de la conférence des Chefs de service de l'agriculture romande (CCSAR) s'est tenue à Pringy. Ce fut l'occasion pour les différents cantons romands liés à la zone de production de réaffirmer leur soutien au Gruyère AOP. En outre, cette séance a permis de clarifier la démarche pratiquée en cas de rénovation ou construction de nouvelles fromageries. Les autorités cantonales demanderont à l'avenir le préavis de l'Interprofession à ce sujet, afin de s'assurer que ces projets sont en adéquation avec la ligne d'avenir de la filière. Pour compléter ce thème, une séance a été agendée avec les différents architectes et corps de métier liés à ces investissements. Le bon échange a permis de clarifier le sens des lignes directrices données par l'IPG, gage de succès pour l'avenir.

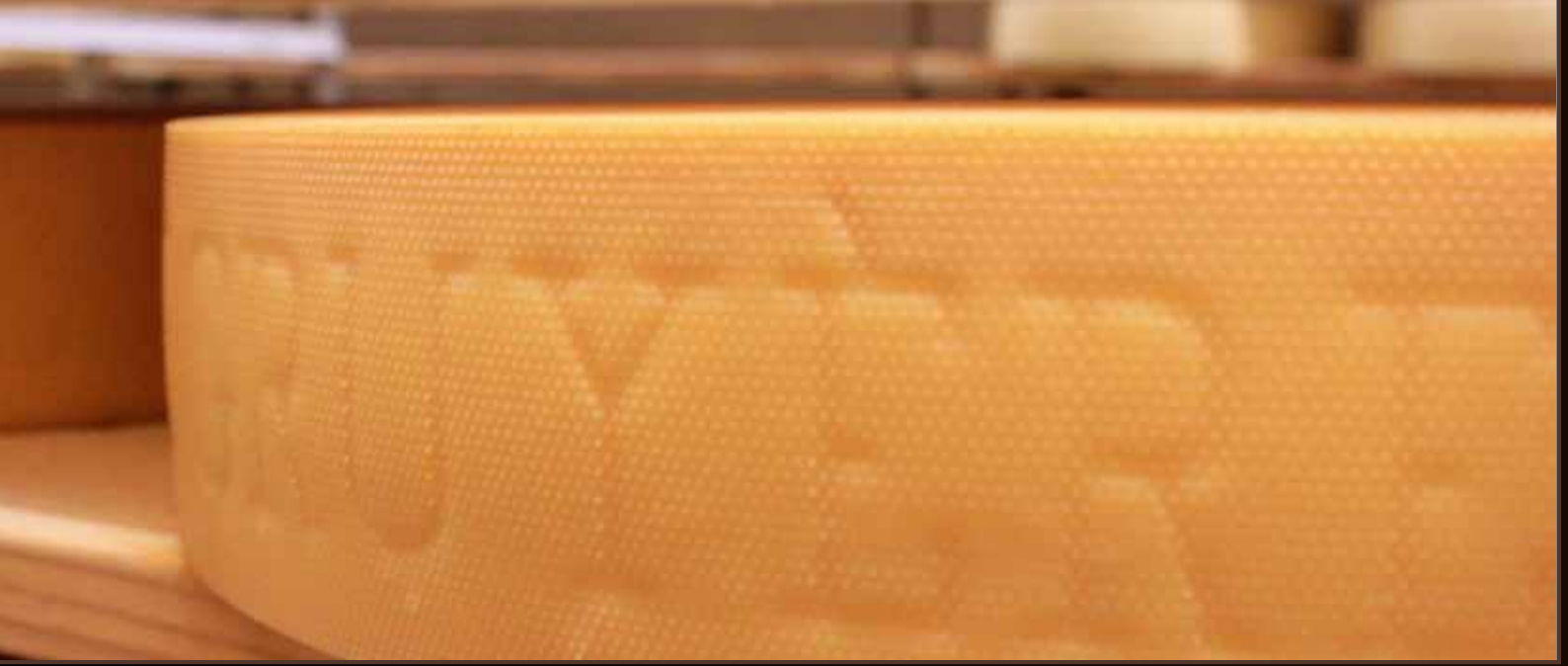
La commission de planification, organe important pour la gestion des quantités de Gruyère AOP, s'est réunie à 5 reprises. Ses décisions ont fait l'objet de recours qui ont été traités par la commission du même nom, laquelle s'est réunie à 2 occasions.

A noter que la commission de planification s'est prononcée sur les modifications engendrées dans la production biologique. Nous y reviendrons plus précisément ci-dessous.

La commission d'Alpage, qui traite de toutes les questions concernant la production de Gruyère d'Alpage AOP, s'est réunie à 2 reprises pour aborder le sujet des quantités, de la qualité et du positionnement de ce produit. En fin d'année, il a été constaté que Le Gruyère d'Alpage AOP a connu un léger fléchissement de la demande. En effet, les problèmes rencontrés sur le marché français ont une répercussion importante sur la vente du Gruyère d'Alpage AOP qui se vend essentiellement en Suisse et en France.

La commission Bio traite spécifiquement de la production de Gruyère AOP Biologique ; elle a tenu 3 séances. La commission a eu à traiter de la problématique de qualité rencontrée dans 2 sites. En effet, il a été décidé que la production de Gruyère AOP Bio à La Praz et St-Imier serait arrêtée et répartie dans les autres sites de fabrication. A l'heure actuelle, la production Bio atteint quelques 1'100 tonnes annuellement.

La commission marketing a tenu 6 séances. Cette commission sert de préparation au comité pour donner des préavis sur les questions de promotion des ventes ainsi que les axes marketing généraux. Il a été en outre décidé que dans le cadre des nouvelles possibilités allouées par



la Confédération, l'Interprofession du Gruyère s'impliquerait dans la promotion du Gruyère AOP dans les nouveaux marchés que sont les pays du Nord de l'Europe, quelques pays de l'Est, la Russie, l'Asie, tel le Japon et la Corée du Sud, ainsi que l'Amérique du Nord.

La commission qualité a tenu 4 séances. La commission a dû se pencher de manière plus précise sur l'évolution de la qualité du Gruyère AOP. Il a été décidé qu'une délégation de la commission serait à disposition des fromageries en difficulté pour essayer de trouver les solutions idoines à leur problème. L'Interprofession continue à collaborer étroitement avec les organes de conseil, Arqha et CASEi ainsi qu'avec la station fédérale de recherche ALP.

Dans le même ordre d'idée, le contrôle de l'application du cahier des charges est primordial pour le maintien de la ligne qualitative ; il est effectué sous l'experte conduite de l'Organisme Intercantonal de Certification (OIC).

En outre, l'Interprofession du Gruyère participe activement aux travaux de Switzerland Cheese Marketing, de l'Association pour la promotion des AOP et IGP ; de plus, elle soutient l'action de l'organisme de défense des indications géographiques à travers le monde, Origin. Elle participe également à la vie de la Maison du

Gruyère à Pringy, dont le Directeur assure la présidence.

Le siège administratif accompagne et exécute les décisions prises par les différents organes. La direction est toujours placée sous la conduite de Messieurs Philippe Bardet, Directeur et Marc Gendre, Vice-Directeur. Cette entité traite des dossiers politiques, de la représentation ainsi que de la défense juridique du Gruyère AOP.



Monsieur Philippe Bardet assure la responsabilité du secteur marketing avec la collaboration de Mesdames Laure Rousseau, Stéphanie Grivel et Monsieur Philippe Gremaud. Monsieur Marc Gendre est responsable du secteur quantité-qualité ; il est soutenu dans sa tâche par Messieurs Jean-Louis Andrey, Thierry Bize et Charly Kuenzi.

Ce dernier a été en arrêt maladie durant une partie de l'année et a pris sa retraite au début de l'année 2014. L'Interprofession entend remercier l'engagement pour la promotion de la qualité dont a fait preuve Monsieur Charly Kuenzi tout au long de son activité professionnelle. En effet, après avoir été fromager, Monsieur Charly Kuenzi a poursuivi sa carrière en qualité de taxateur-contrôleur auprès de l'Interprofession. Il est également membre fondateur de l'assemblée des délégués de cette même institution. Pour le remplacer, l'Interprofession du Gruyère a engagé pour le 1<sup>er</sup> mars 2014 Monsieur Christophe Magne, maître-fromager et ancien directeur de la Coopérative de l'Etivaz AOP.

La comptabilité est tenue par Mesdames Sandy Uldry et Magali Vuichard, toutes deux à 50 %.

Le secrétariat et la coordination des différentes données traitées sont assurés par Mesdames Christine Grandjean et Corinne Berbiers, toutes deux à 80%. Cette équipe motivée entend relever les différents défis qui lui font face pour l'année 2014.





## Comité de l'Interprofession du Gruyère

Président	Oswald Kessler*	Yverdon-les-Bains
Producteurs	Romane Botteron Stefan Fasel Didier Roch* Nicolas Savary	La Sagne St-Antoni Ballens Sâles (Gruyère)
Fromagers	Nicolas Schmoutz Jean-Marie Dunand Didier Germain*# René Pernet	Mézières Le Crêt Les Ponts-de-Martel Peney-le-Jorat
Affineurs	Jean-Marc Collomb Gilles Margot Jean-Charles Michaud Gérald Roux*	Fromco SA, Moudon Margot Fromage SA, Yverdon Mifroma SA, Ursy Fromage Gruyère SA, Bulle
Invités	Olivier Isler Daniel Koller Jean-Pierre Huguenin	Fromarte, Berne PSL, Berne Avocat, Neuchâtel

\* Membres du Bureau  
# Vice-Président

**LE GRUYÈRE**<sup>®</sup>  
SWITZERLAND 



# Perspectives 2014

**L'Interprofession du Gruyère va, en 2014, intensifier les différents sujets sur lesquels elle a axé sa vision pour l'avenir.**

- **Quantités.** L'Interprofession du Gruyère va poursuivre sa ligne d'une gestion stricte des volumes à produire tout en recherchant l'optimum par rapport aux possibilités de vente. En outre, le système d'intégration graduelle des nouveaux acteurs sera progressivement mis en place.
- **Qualité.** Un nouveau schéma de gestion de la qualité du lait sera proposé avec, comme corollaire, un soutien accru à une élaboration de Gruyère AOP de haute qualité tout en se basant sur une production artisanale au lait cru.
- **Rentabilité.** Les organes de l'Interprofession chercheront, dans chacune de leurs décisions, une solution à la bonne répartition économique entre les différents acteurs qui font le Gruyère AOP.
- **Valeur pour le client du Gruyère AOP.** Les efforts promotionnels seront poursuivis de façon à garantir aux clients une pleine maî-

trise de la traçabilité, de son origine, et garantir une éthique pour maintenir un goût unique à ce nectar de la gastronomie. Il est primordial que chaque acteur de la filière se retrouve derrière ces différentes valeurs.

- **Renforcer la marque Le Gruyère AOP Switzerland.** Les efforts politiques et juridiques pour la défense du Gruyère AOP et de sa marque seront poursuivis. En outre, l'année 2014 devrait voir entériner définitivement la modification du terme AOC en AOP (Appellation d'origine protégée).
- **Formation.** L'Interprofession du Gruyère entend se préoccuper davantage des connaissances spécifiques liées au Gruyère AOP des différents partenaires qui l'élaborent chaque jour. Le cahier des charges et le guide des bonnes pratiques doivent faire partie intégrante de la formation, qu'elle soit de base ou continue. Les sites d'enseignement doivent également porter le message de la ligne directrice du Gruyère AOP. En outre, les chefs des entreprises, autant au niveau de la production agricole que celle de la fromagerie, doivent avoir suivi un cursus adéquat avant d'assumer leur lourde charge.

- **Viabilité et avenir des acteurs de l'Interprofession du Gruyère.** Il est important que chaque groupe reste dans le rôle qui lui est dévolu pour assurer un avenir aux 6'000 emplois liés à la filière du Gruyère AOP. L'Interprofession du Gruyère ne veut pas une intégration verticale dans le cadre des corps de métiers permettant l'élaboration de son produit-phare. Aucun groupe ne doit prendre la place d'un autre.

- **Communication.** La communication doit être maîtrisée et elle reste l'apanage de la Direction et de la Présidence. Sur cette base, l'Interprofession espère poursuivre sa lente progression des volumes tout en maintenant une bonne attractivité économique pour les acteurs de la filière du Gruyère AOP et préserver tout l'intérêt que lui porte son consommateur.

L'Interprofession du Gruyère aura un œil attentif sur l'évolution politique des différents dossiers agricoles et de protection des marques pour l'avenir. C'est sur cette base que la filière pourra évoluer et relever les défis d'avenir pour faire progresser les ventes du Gruyère AOP.

## Récapitulation de la répartition du potentiel total de production de Gruyère AOP par fromagerie et par canton pour l'année 2014 (avec roulement)

Canton	Villageoises			Bio			Villageoise + Bio		Alpages			Toutes les fromageries		
	Quantités (Kg)	(%)	Nbre	Quantités (Kg)	(%)	Nbre	Quantités (Kg)	(%)	Quantités (Kg)	(%)	Nbre	Quantités (Kg)	(%)	Nbre
FR	14'725'467	51.87	86	335'529	30.26	4	15'060'996	51.06	184'110	35.48	30	15'245'106	50.79	116
VD	8'041'319	28.33	43	314'549	28.37	3*	8'355'868	28.33	313'598	60.43	20	8'669'466	28.88	64
NE	2'831'521	9.97	16	97'422	8.79	1	2'928'943	9.93				2'928'943	9.76	16
JU	699'517	2.46	3	139'680	12.60	1	839'197	2.85				839'197	2.80	3
JUBE + al. 1	845'491	2.98	6	96'037	8.66	1	941'528	3.19	21'203	4.09	3	962'731	3.21	9
BE	783'650	2.76	9	125'655	11.33	2	909'305	3.08				909'305	3.03	9
Autres cantons	460'235	1.62	6				460'235	1.56				460'235	1.53	6
<b>Totaux</b>	<b>28'387'200</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>1'108'872</b>	<b>100.00</b>	<b>12*</b>	<b>29'496'072</b>	<b>100.00</b>	<b>518'911</b>	<b>100.00</b>	<b>53</b>	<b>30'014'983</b>	<b>100.00</b>	<b>223</b>

\* Le nombre total de fromageries produisant du bio est composé de 11 fromageries produisant du traditionnel et bio et 1 fromagerie produisant uniquement du bio.