



L'oïseau

L'Interprofession du Gruyère vous souhaite
de belles Fêtes



ainsi qu'une excellente année **2017!**



Aussi
pour le
Réveillon.

Le goût des Suisses depuis 1115.
www.gruyere.com



Suisse. Naturellement.



Notre Fromage Suisse. 

www.fromagesuisse.ch

Les bureaux de l'Interprofession du Gruyère seront fermés du lundi 26 décembre 2016 au 9 janvier 2017 à 7h30.
En cas d'urgence, vous pouvez atteindre Monsieur Philippe Bardet au 079 317 82 61.

SOMMAIRE

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 03 | ÉDITORIAL | 14 | CHAMPIONNATS D'EUROPE
D'ATHLÉTISME À AMSTERDAM |
| 04 | SWISS CHEESE AWARDS - CHAMPION
SUISSE TOUTES CATÉGORIES | 16 | LE GRUYÈRE AOP, PARTENAIRE DE LA
COUPE DU MONDE DE SKI DE FOND |
| 06 | SWISS CHEESE AWARDS - CHAMPION
DES GRUYÈRE AOP | 18 | LE GRUYÈRE AOP ASSOCIÉ À DE
GRANDES MANIFESTATIONS |
| 08 | L'OPTIGRAPHE POUR ANALYSER
L'APTITUDE DU LAIT À LA
COAGULATION | 19 | FÊTE FÉDÉRALE DE LUTTE SUISSE,
ESTAVAYER-LE-LAC 2016 |
| 10 | LE GRUYÈRE AOP À NEW YORK | 20 | RECETTES |
| 12 | LA DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE EN
BELGIQUE : SAVOIR-FAIRE PARTAGÉ
PAR LE GRUYÈRE AOP | | |

www.gruyere.com

Impressum

Editeur : Interprofession du Gruyère
Place de la gare, CP 12, CH - 1663 Pringy
interprofession@gruyere.com
www.gruyere.com

Rédaction :
Interprofession du Gruyère
Tirage : 2'500 exemplaires

Traduction :
Trait d'Union
3000 Berne
www.traidunion.ch

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



Editorial

Un léger pas dans la bonne direction

Alors que l'hiver pointe son nez, l'Interprofession du Gruyère a pris des décisions qui permettent de voir l'avenir avec un certain espoir. En effet, sur la base des indicateurs du marché et d'une gestion stricte de la production, la filière pourra repartir en 2017 pour une production de 93% soit 3% de plus que cette année.

C'est grâce aux efforts conjugués des acteurs de la vente, du marketing et d'une production maîtrisée que cette décision a été prise. Celle-ci pourra en outre être revue à la fin mars. Si la situation générale se maintient, ce n'est pas utopique de penser que le reste de l'année soit encore plus favorable. Cette gestion stricte des quantités permet ainsi de garder un prix inchangé malgré les grands tourments économiques vécus ces deux dernières années.

Afin que cette ligne se poursuive, l'Interprofession a également décidé un budget apte à garantir un investissement important

dans les différents marchés où Le Gruyère AOP est présent. Ces efforts ont plusieurs axes ; en Suisse, il s'agit de pérenniser la place de numéro un du Gruyère AOP malgré une pression énorme de l'importation de fromages étrangers ainsi



que des autres fromages suisses. Dans les pays proches, il faut renforcer la distribution de ce noble fromage et dans les contrées plus lointaines, il est nécessaire d'accroître la notoriété de celui-ci.

Ce travail marketing doit s'appuyer sur une qualité du fromage sans

faillir afin que la promesse faite aux consommateurs se vérifie. Dans ce cadre, on ne peut que saluer la victoire du Gruyère d'Alpage AOP des Amburnex aux Swiss Cheese Awards qui a été élu grâce à un jury international.

Le Gruyère AOP a un avenir mais il faut le soigner chaque jour. Ceci part du lait, en passant par la transformation et au travail d'affinage. La présentation à la vente est également primordiale afin que Le Gruyère AOP trouve la bonne place. Ainsi chaque acteur peut être remercié pour le travail effectué qui contribue à la bonne mise en marché du Gruyère AOP.

C'est sur ce message d'espoir qu'on peut souhaiter à chacun de belles fêtes de Noël et surtout une année 2017 apte à confirmer la bonne tenue du Gruyère AOP.

Philippe Bardet
Directeur de l'IPG



Swiss Cheese Awards

Champion suisse toutes catégories

Le Gruyère d'Alpage AOP de Jean-Claude Pittet a été élu champion suisse parmi les 777 fromages en lice pour le Swiss Cheese Awards. Quelques instants avant, il avait été proclamé meilleur Gruyère d'Alpage AOP. Ces deux nominations récompensent le travail fourni à l'alpage Les Amburnex, appartenant à la ville de Lausanne et situé sur le territoire de la commune du Chenit, dans les contreforts du Marchairuz.

Jean-Claude connaît l'alpage Les Amburnex comme sa poche. En effet, cela fait 67 ans que la famille Pittet y monte chaque été. C'est d'abord son grand-père qui y emmenait ses vaches durant la bonne saison, puis son papa et son oncle. « Tout gamin, j'y montais déjà. À l'époque, c'était très différent. Les vaches donnaient moins de lait. Il fallait davantage de monde, car on trayait à la main. Et puis on rentrait les vaches pour les attacher. » Depuis lors, le travail à l'alpage est devenu pour lui une passion.

Au rythme des vaches et de la fabrication du Gruyère AOP

Cette passion est partagée par son épouse Mireille : « Passer l'été à l'alpage, c'était mon rêve depuis toujours. J'aime cette vie. Passer

L'été à 1350 m d'altitude

Depuis 2011, Jean-Claude et Mireille Pittet passent tout l'été à l'alpage, alors que leur fils et un employé s'occupent de leur ferme à Cottens/VD. Le couple travaille avec un fromager



les journées au rythme des vaches et de la fabrication du fromage. C'est une évidence pour moi. Je suis fille d'agriculteur et j'ai fait un apprentissage agricole. C'est mon métier. »

Christian Dubois, un saisonnier et un apprenti. Ils s'occupent de 68 vaches laitières et de 170 jeunes bétails et fabriquent 3 à 5 pièces de Gruyère d'Alpage AOP par jour, selon la période. « Pour nous, c'est indis-



© David Bochud

pensable qu'il y ait quelqu'un de la famille à la montagne, explique-t-il.

Les secrets de la réussite

« Nous sommes attentifs à monter des vaches produisant du lait de bonne qualité, à la bonne gestion de la pâture et aux soins apportés au bétail, constate-t-il. Après avoir produit du lait de qualité, c'est le savoir-faire du fromager et de son aide qui nous permet ainsi d'obtenir un Gruyère AOP primé. » La famille Pittet attache aussi une grande importance qu'une bonne collaboration règne entre les uns et les autres. « On aime aussi être sur place pour assurer une bonne ambiance, relève Mireille. Chacun donne ainsi le meilleur de lui-même. »

Avoir un œil partout

Jean-Claude Pittet accorde une attention particulière à toutes les étapes du travail, depuis la traite des vaches jusqu'à l'entreposage des Gruyère AOP dans la cave à fromage durant six semaines. Au fil des années, il a amélioré ses installations. Aujourd'hui, il dispose de deux cuves, d'une centrifugeuse, d'une chaudière à vapeur et d'une cave à fromage dotée d'un système de refroidissement.

Une belle émotion

Lorsque Jean-Claude et Mireille ont appris, la veille de la remise des prix, que leur fromage était primé, ils ont eu une bien belle émotion : « J'avais

Un engagement

Jean-Claude Pittet s'engage en outre dans la filière. Il est Président de sa société de fromagerie de Cottens et un membre actif de la Commission



presque oublié ce concours, se souvient-il. Lorsque j'ai reçu l'appel téléphonique et que mon interlocuteur m'a félicité, mon cœur s'est mis à battre plus fort. Il m'a juste dit que mon fromage avait été sacré meilleur Gruyère d'Alpage AOP. C'est seulement à la remise des prix qu'il m'a annoncé qu'il y avait encore une autre surprise : la désignation comme meilleur fromage suisse.

d'alpage de l'Interprofession. Il peut aussi compter sur les bonnes relations qu'il entretient avec son affineur Fromco SA à Moudon.





Swiss Cheese Awards

Champion des Gruyère AOP

Lors des Swiss Cheese Awards à la Vallée de Joux, Le Gruyère AOP Bio de Pierre Buchillier, fromager aux Moulins, a été nommé champion des Gruyère AOP.

Cela fait 17 ans que Pierre Buchillier travaille à la fromagerie des Moulins au Pays d'Enhaut. Il a commencé comme employé, puis comme indépendant. Ce sont les hasards de la vie qui l'ont amené à fabriquer du Gruyère AOP Bio en 2001.

Convaincre les producteurs de lait

Cette nouvelle option a constitué un grand changement pour les producteurs de lait qui ont dû convertir leur exploitation laitière en agriculture



biologique. Il fallait une bonne dose de confiance à une époque où on parlait encore peu du bio. La majorité d'entre eux ont accepté de relever le défi. Certains ont considéré qu'ils s'agissaient d'une opportunité, d'autres se sont sentis obligés de suivre. Quelques producteurs ont préféré partir, alors que d'autres, qui n'avaient pas de lien avec la fromagerie, se sont rapprochés, car ils travaillaient déjà en bio. Aujourd'hui, la fromagerie des Moulins travaille avec 19 producteurs et une production annuelle totale de 2 millions de kg de lait. Cela représente 5000 meules.

Toute la production en bio

La fromagerie des Moulins est la seule de la filière à ne produire que



du bio. Cela simplifie grandement le travail de Pierre Buchillier. En effet, il n'a pas besoin de trier le lait entre le bio et le conventionnel. La traçabilité est donc simplifiée. Son Gruyère AOP Bio a le label de qualité Le bourgeon.

Exportation aux États-Unis

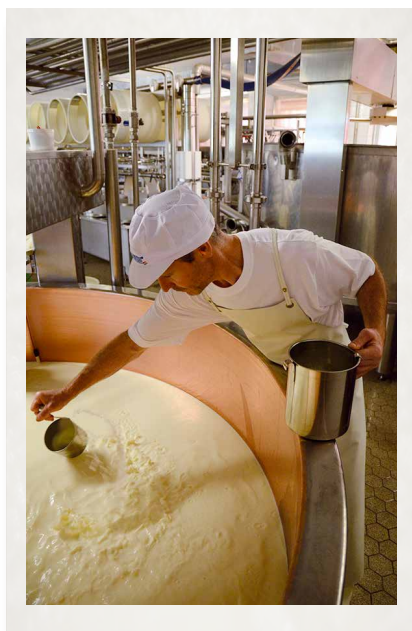
Pour Pierre Buchillier et les producteurs de sa fromagerie, il serait évidemment intéressant de se lancer sur le marché américain. Mais les conditions d'entrée des fromages bio sont extrêmement strictes et ne permettent pas au label Le bourgeon d'y accéder.

Le métier dans le sang

Son père et son frère étaient maîtres fromagers. Après avoir été attiré par le métier de paysan étant enfant, Pierre s'est tourné vers la fromagerie. Une évidence. Depuis lors, il voue une attention particulière à la qualité de ses produits. Le secret de la réussite ? « Il faut du lait de haute qualité, un travail de fabrication et un affinage méticuleux, relève-t-il. »

Se mesurer aux autres

Pour bien conduire sa fromagerie, Pierre Buchillier estime qu'il faut développer des compétences



d'entrepreneur. Il faut avoir un brin de psychologie avec tous les parte-

naires, faire preuve de créativité et ne pas redouter les travaux administratifs. C'est peut-être cet esprit d'entrepreneur qui l'a conduit à participer à des concours : « Si l'on veut avoir une chance de gagner une épreuve, il faut évidemment y prendre part ! » Pas étonnant qu'il ait obtenu de bons résultats au Swiss Cheese Awards ces dernières années, avant de remporter ce prix en 2016. Et puis, sur le plan international, son Gruyère AOP, présenté par Fromco SA à Moudon, a déjà gagné des prix à plusieurs reprises à l'International Cheese Awards à Nantwich en Angleterre.





L'Optigraphe pour analyser l'aptitude du lait à la coagulation

Quelle est l'aptitude du lait destiné au Gruyère AOP à bien coaguler ? Jusqu'à ces dernières semaines, personne ne pouvait apporter de réponse scientifique à cette question. Et cela pour une raison simple : La question n'était/n'est pas à l'ordre du jour, chacun pouvant dire qu'apparemment tout va bien. Cependant, ces dernières années, les interprofessions de plusieurs fromages AOP italiens et français ont observé une dégradation de l'aptitude de leur lait à la coagulation. L'IPG se devait de faire le point.

L'acquisition d'un appareil pouvant définir l'aptitude du lait à la coagulation a été envisagée suite à une discussion entre l'IPG et CASEi, société de conseil en économie laitière basée à Grangeneuve. Un tel appareil existait en Suisse dans le passé, mais il était devenu obsolète et avait disparu de la circulation. C'est ainsi qu'un Optigraphe a été acheté par l'IPG et confié au LAAF*. Objectif : réaliser les tests nécessaires pour permettre l'utilisation de l'appareil au sein de la filière du Gruyère AOP. Cette phase de tests étant achevée, l'Optigraphe est désormais prêt à un large usage. À noter que les productions d'appellation protégée du Vacherin fribourgeois, de la

Tête de Moine et du Vacherin Mont d'Or peuvent profiter des analyses réalisées par l'Optigraphe. Dans ce cadre, les services de conseil en fromagerie CASEi et Arqha sont à même d'encadrer cette démarche.



Pourquoi le laboratoire agroalimentaire de Grangeneuve ?

Si le LAAF a été nommé dépositaire de l'appareil, c'est pour plusieurs raisons. D'abord, pour la phase de test, ce laboratoire disposait sur place des ressources des unités de production, de fabrication et de conseil. Cette synergie a évidemment été des plus utiles pour affiner le processus d'analyse. De plus, Grangeneuve est un lieu de formation. Et pour un producteur ou un fromager en devenir, il est évidemment plus agréable de

tester l'appareil en direct plutôt que de se le faire enseigner seulement théoriquement.

Les facteurs favorables à une bonne coagulation

Les éléments qui favorisent la coagulation sont liés autant à la vache qu'à des éléments externes. Quand une vache a un riche potentiel de production en protéines, notamment les variantes génétiques les plus favorables de la kappa caséine, elle a toutes les chances de fournir un lait au potentiel de coagulation élevé. (On peut souligner l'importance de cet aspect dans le choix de la génétique du troupeau ou lors de l'acquisition d'une vache.)

À l'opposé, un lait de mammite engendre une faible aptitude à la coagulation.

Quant aux éléments externes, il est évident que la qualité de l'affouragement, la maîtrise du procédé de fabrication, la température et le pH jouent un rôle favorable ou défavorable indéniable.

Les enjeux

Trois paramètres jouent un rôle dans la coagulation. Le temps de prise, le taux de raffermissement et la ferme-

* Laboratoire agroalimentaire fribourgeois



té du caillé à 30 minutes. L'analyse de l'Optigraph permet de déterminer plusieurs catégories de lait. Ainsi, pour la fabrication d'un Gruyère AOP, 6 classes sont recensées.

- Classe A** Lait avec une bonne aptitude à la coagulation
- Classe B** Lait avec temps de prise long, mais bonne fermeté du caillé
- Classe C** Lait avec temps de prise court, mais faible fermeté du caillé
- Classe D** Lait avec court temps de prise, mais avec une fermeté trop élevée
- Classe E** Lait avec temps de prise long et fermeté faible
- Classe F** Lait inapte à la coagulation

Pour l'heure, il est vraisemblable que les laits de fromagerie se retrouvent le plus souvent dans la classe A, mais seule la multiplication des analyses permettra de le dire avec certitude.

Il n'est pas inutile de rappeler qu'une bonne coagulation du lait est un facteur primordial à l'élaboration d'un fromage de haute qualité.

Comment fonctionne l'Optigraph ?

L'Optigraph détermine l'aptitude à la coagulation du lait grâce à un pro-

céde simple en apparence. Il envoie des rayons lumineux proches de l'infrarouge à travers le lait. Au fur et à mesure que le caillé se forme, ces signaux ont de plus en plus de peine à passer. La mesure exacte de la réduction du signal lumineux est mesurée avec un récepteur optique.



À noter que l'atténuation du signal est influencée par plusieurs facteurs : pH, acidité, teneurs en MG, protéines et caséine, cellules.

Qui peut demander à connaître l'aptitude à la coagulation de son lait ?

Toutes les fromageries et tous les producteurs peuvent demander une analyse. Elle ne coûte qu'une dizaine de francs. Les fromageries feront

parvenir un échantillon des laits de mélange du matin. Il n'est pas prévu de différencier les laits des producteurs. Mais si un problème devait apparaître, il serait évidemment possible de le faire.

Il est certain qu'une telle analyse peut se révéler très utile pour un fromager qui subit des fluctuations perceptibles au cours de l'année. Parfois, il se rend compte qu'il doit mettre plus de présure pour coaguler la même quantité de lait dans le même temps. En recourant à l'analyse de l'Optigraph, il pourra savoir s'il a un problème d'aptitude du lait à coaguler.

Nous remercions les personnes qui ont œuvré à l'élaboration de ce projet, soit :

Mme Manuela Javet, responsable du LAAF, Laboratoire agroalimentaire fribourgeois

M. Davide Pollino, responsable du département de chimie du LAAF

M. Jean-Pierre Häni, responsable de CASEi, conseil en économie laitière





Le Gruyère AOP à New York

Dans le cadre du renforcement des mesures promotionnelles sur le marché des Etats-Unis, le Gruyère AOP a été à la fête en 2016. Dans le premier pays d'exportation, avec plus de 3'000 tonnes, il est important d'être bien présent. A l'instar de l'année précédente, une campagne publicitaire a accompagné la démarche. L'accent a porté sur l'origine du produit, sa tradition et son goût. Son caractère sans gluten, sans additif, sans lactose en fait un produit d'exception. Deux points forts de cette activité sont à relever avec les expositions du « Fancy Food Show », l'une au mois de janvier à San Francisco et l'autre au mois de juin à New York. Ces deux foires professionnelles permettent de bien implanter le Gruyère AOP auprès des vendeurs et revendeurs des deux cotés du continent américain. Le Gruyère AOP est devenu un acteur quasiment incontournable de l'assortiment fromager des différents magasins.

2016 a été l'occasion d'ancrer de manière encore plus forte le

Gruyère AOP dans l'esprit des Américains. En effet, en prélude à la présence au « Fancy Food Show » de New York, le Gruyère AOP a été à l'honneur grâce à l'habillage d'un bus touristique qui a sillonné, du printemps au début de l'été, les



ruelles de cette grande ville qui ne dort jamais. Mieux en avril, il a été le récipiendaire d'une action de guérilla marketing avec la distribution de sticks de Gruyère AOP dans les endroits stratégiques de cette ville. Une vidéo disponible sur YouTube rappelle cette haletante aventure.

Cette action a été menée en parfaite synergie et avec l'aide de Suisse Tourisme. L'Interprofession a également participé à la conférence de presse annuelle de Suisse Tourisme.

Ces activités ont permis d'arriver à la date du 24 juin en ayant bien préparé le terrain. Ce jour-là, débarquèrent dans la grande pomme, la Confrérie du Gruyère AOP accompagnée de son chœur dont l'un des chanteurs n'était autre qu'Yvan Brodard fabricant à l'Alpage du Grenerêts/La Carrat qui faisait la une de la publicité sur le bus.

Dans la deuxième partie du vendredi 24 juin, l'hôtel Hilton, près de Central Park, accueillait un chapitre inédit de la Confrérie. C'était la première fois que cette noble assemblée montrait ses fastes sur un autre continent et que la cérémonie d'intronisation se déroulait en français et en anglais.

Cette Confrérie unique par sa liaison à un seul fromage, le Gruyère AOP, a intronisé une quarantaine de compagnons américains, qu'ils soient actifs dans le milieu du fromage, journalistes ou encore impliqués dans la défense commerciale et juridique.



Chacun a pu mesurer la noblesse de jurer fidélité au Gruyère AOP.

Si cette cérémonie a pu avoir lieu, c'est grâce au déplacement de quelque 150 compagnons suisses mais surtout par l'acceptation de ces 40 compagnons américains. Nos félicitations vont aux nouveaux

nouveaux compagnons, pour son soutien précieux.

La fête s'est prolongée le lendemain avec une dégustation animée par les fromagers, Messieurs René Pernet, Nicolas Schmutz dans un magasin Whole Food (magasin qualitatif de New York). Toute cette activité était

des Cheese Mongers (championnat des vendeurs de fromages) tenu en même temps que le Fancy Food. Lors de cet événement, les participants ont plusieurs épreuves (emballage, finger food, etc.) mais ils bénéficient surtout d'une formation sur certains produits, dont le Gruyère AOP. Cette même manifestation a permis aux différents visiteurs de déguster les différentes déclinaisons du Gruyère AOP sur le stand de l'Interprofession, qu'il soit issu de fromagerie, âgé entre 10 et 24 mois ou d'Alpage.

Cette fin d'année sera encore l'occasion de plusieurs événements et animations pour poursuivre ce travail effectué avec maestria lors de la présence de la Confrérie.

Il est ainsi à espérer que ces différentes démarches permettent de bien implanter le Gruyère AOP comme le seul fromage digne de porter ce nom sur le territoire des Etats-Unis.

Vous pouvez visionner le film de l'événement sur : www.gruyere.com ensuite cliquez sur le picto youtube



intronisés et nos remerciements aux différents acteurs de la vente sur ce marché qui ont rendu possible cet événement. Pour la logistique, un merci spécial à la maison Emmi et plus particulièrement à son responsable sur place M. Schnyder,

en plus agrémentée de chansons du chœur de la Confrérie conduit à cet endroit par le fameux bus touristique double étage.

Le Gruyère AOP était encore un acteur principal de l'événement



La distribution spécialisée en Belgique : savoir-faire partagé par Le Gruyère AOP

La distribution spécialisée occupe une place importante en Belgique. Les crémiers sont des commerces de proximité, partenaires indispensables de la promotion du Gruyère AOP. SCM Benelux est proche de ces commerçants, qui restent de véritables artisans au service de leurs clients.

La distribution spécialisée belge est un univers de crémiers passionnés, curieux, et naturellement ouverts aux fromages venant de l'étranger : les fromages belges représentent à peine 20% du marché du fromage en Belgique. Les comptoirs proposent invariablement la seule AOP nationale, le fromage de Herve AOP, et des productions venues de toute l'Europe. Pour beaucoup, deux mots sont très importants : « lait cru ». C'est là que tout commence, avec une matière première de qualité. Et tous souhaitent que l'on continue à respecter les produits au lait cru, et surtout ceux qui les produisent, car ils sont les garants d'un savoir-faire inestimable.

L'IPG et SCM Benelux ont tissé des liens particuliers avec ce réseau. Car les valeurs sont les mêmes : la

défense de produits authentiques et la passion. Ainsi, depuis 2010, Le Gruyère AOP est partenaire du concours officiel du Meilleur Crémier de Belgique, organisé par l'Union des Détaillants Crémiers Fromagers, avec 7 épreuves de compétences. Les épreuves sont inspirées de



celles du concours du Meilleur Ouvrier de France mais sont davantage orientées sur la pratique du métier en boutique. Ce concours d'Excellence Professionnelle, reconnu par l'Etat belge a lieu tous les deux ans. Le soutien de l'IPG est important car il contribue à valoriser la profession de crémier et à mettre en avant Le Gruyère AOP Switzerland.

Pour renforcer ce lien professionnel et d'amitié entre la Suisse et la Belgique, l'IPG et SCM Benelux ont organisé une soirée de partage le 15 novembre 2015. Le but était de fêter un grand anniversaire avec les crémiers belges... les 900 ans d'excellence du Gruyère AOP ! Trois représentants de l'IPG ont fait le déplacement en Belgique : Marc Gendre, Christophe Magne et Thierry Bize, emmenant avec eux le « chalet » de fabrication. L'événement a pris place dans une belle grange du 18^{ème} siècle dans la campagne des environs de Bruxelles. Le bâtiment est classé Monument Historique. Le chaudron est installé sous la magnifique charpente en bois.

Répondant à l'invitation, un peu plus de 100 crémiers étaient présents, venus des 4 coins du pays, mélangeant le Français et le Flamand. Certains n'ont pas hésité à faire deux heures de route. Le jour choisi, un dimanche, ne les contraignait pas à rester dans leur boutique. Le message de bienvenue était le suivant : « Même si la recette du Gruyère AOP est la même depuis 1115, c'est aussi grâce à des professionnels comme vous que les valeurs du Gruyère AOP sont connues et reconnues ». Le lait



monté en température, la fabrication est lancée et tous les regards sont tournés vers l'équipe de l'IPG, qui a partagé ses connaissances, son savoir-faire, son expérience avec tous ces professionnels. L'émotion était palpable, surtout au moment de la sortie du fromage.

Marc Gendre : « J'espère que la présence du Gruyère AOP sera pour vous interprétée comme un signe de reconnaissance à votre fidélité en termes de promotion et vente de notre noble produit. Ses qualités reconnues seront pour vous un signe de professionnalisme et de succès pour votre commerce. Votre clientèle exigeante saura apprécier le Gruyère AOP que vous sélectionnez pour elle. »

Marc Gendre a aussi fait réaliser une superbe cloche spécialement pour cette soirée : un heureux crémier l'a remportée en estimant le poids de l'objet. S'en est suivi un repas convivial, précédé par des accords entre différents affinages de Gruyère AOP et des bières locales. Ces accords

avaient été imaginés par Philippe Wagman, spécialiste en la matière. Après le repas, une assiette de dégustation, présentée avec des thés,



a été préparée par Fabienne Effertz, crémière belge ayant vécu plusieurs années en Gruyère, elle aussi passionnée par le produit.

Pour prolonger ces moments, SCM Benelux a édité un album avec les photos de la soirée. Fabrication, décor, sourires... L'album a ensuite été

envoyé aux participants, afin de leur permettre de partager cette expérience avec leurs clients. Beaucoup l'ont exposé dans leur boutique.

Cet été, les crémiers ont encore été soutenus par le Gruyère AOP : ils ont reçu de beaux livres de recettes « Mon été avec le Gruyère AOP », afin d'inspirer leurs clients, ainsi que des sacs isothermes aux couleurs du produit. Ce matériel a été l'occasion d'organiser des activités en boutique, dans une saison traditionnellement moins focalisée en Belgique sur la vente de fromages à pâte dure.

Le Gruyère AOP est un produit authentique. L'IPG se démène dans le même sens que les crémiers afin de faire reconnaître ses qualités et de conforter le consommateur dans son choix pour le Gruyère AOP. Cette collaboration entre passionnés a encore un bel avenir. Un état d'esprit commun !



Championnats d'Europe d'Athlétisme à Amsterdam

Programme intense et varié pour Le Gruyère AOP aux Pays-Bas autour des Championnats d'Europe d'Athlétisme 2016 à Amsterdam.

Cette compétition est l'un des points culminants de l'engagement du Gruyère AOP pour l'athlétisme, où la performance de l'être humain est au centre. Un programme d'activation a aussi été élaboré autour de cet événement afin de mieux faire connaître la marque Gruyère AOP aux Pays-Bas.

Cet été Le Gruyère AOP était sponsor des Championnats d'Europe d'Athlétisme à Amsterdam, du 6 au 10 juillet. Il s'agissait d'une réelle opportunité de visibilité et de communication pour le Gruyère AOP aux Pays-Bas. La production fromagère locale est énorme, abondamment exportée, et aussi largement consommée par la population sur le marché national. La production hollandaise de fromage est très différente du Gruyère AOP, en termes de terroir, de savoir-faire, de fabrication et de goût, et l'idée développée par l'IPG et SCM Bene-

lux a été de titiller gentiment la fierté locale en communiquant sur la base « Au plat pays, le goût peut atteindre des sommets avec le Gruyère AOP ».



Bien avant l'événement, différentes actions ont été prévues dès le mois de mai. Tout d'abord chez Albert Heijn, principale chaîne de la grande distribution hollandaise : 50'000 échantillons de 27 gr de Gruyère AOP ont été ajoutés aux courses en ligne commandées par les clients du 16 au 22 mai, avec une brochure d'information. Au minimum 38'000 ménages ont été touchés.

Ensuite, dans la même chaîne, un concours pour les consommateurs a été organisé du 16 mai au 22 juin, permettant de gagner 200 couteaux Le Gruyère AOP ou 5x2 places VIP pour les Championnats d'Europe d'Athlétisme. 36'000 leporello's ont été apposés sur les paquets de Gruyère AOP à cette occasion. Côté crémiers, un concours de décoration de vitrines a été lancé en juin dans 22 boutiques, permettant de gagner de la visibilité et d'attirer l'attention de la distribution spécialisée sur les valeurs du Gruyère AOP.

Toujours avec l'objectif de recruter de nouveaux consommateurs, Le Gruyère AOP était aussi présent à l'événement public « Taste of Amsterdam », une manifestation gourmande au Amstelpark, un des principaux espaces verts de la ville. Du 2 au 5 juin, les visiteurs ont pu s'y informer et déguster Le Gruyère AOP Classic, Le Gruyère AOP Réserve, et Le Gruyère d'Alpage AOP.

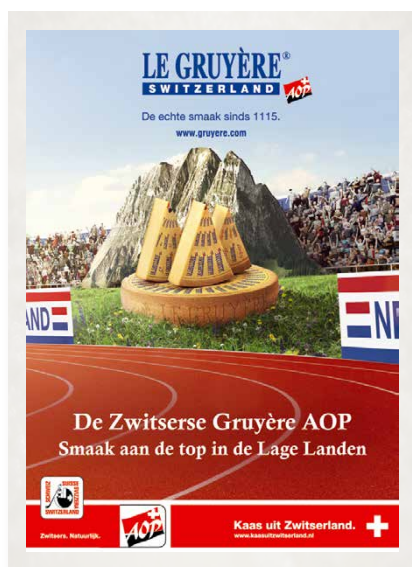
Le plan d'action s'est ensuite bien sûr focalisé sur la période du Championnat, du 6 au 10 juillet. Le lieu principal des épreuves était le stade



Olympique d'Amsterdam. Avec un total de 125'000 tickets vendus, les attentes ont été largement dépassées, car les organisateurs comptaient sur la vente de 100'000 tickets. Sur la plupart des journées, le stade était complet.

Au Stade Olympique, Le Gruyère AOP était installé à côté du « Medalplaza », grande scène sur laquelle les athlètes pouvaient recevoir leurs médailles. Les visiteurs y étaient accueillis pour déguster du Gruyère AOP Classic, du Gruyère AOP Réserve, du Gruyère d'Alpage AOP, et une délicieuse fondue traditionnelle au Gruyère AOP. Le public était aussi invité à participer à un sympathique jeu qui rappelait les montagnes suisses ! Petits et grands y ont pris beaucoup de plaisir. Sourires, bonne humeur et découvertes gustatives étaient au rendez-vous. Il était aussi possible pour les visiteurs d'acheter les produits, et bien entendu de s'informer grâce au matériel promotionnel disponible. Le nouveau film de promotion du Gruyère AOP y était diffusé. L'équipe présente sur place était venue de Suisse, de Belgique et des Pays-Bas, et polyglotte face à un public hollandais et international.

Le Gruyère AOP s'est aussi invité au petit-déjeuner des principaux hôtels officiels de la compétition, afin de démarrer l'expérience gustative dès le matin. Le Gruyère AOP Classic, Le Gruyère AOP Réserve et Le Gruyère d'Alpage AOP pouvaient aussi être dégustés dans la zone VIP du Stade Olympique, où une mise en avant avec une table traditionnelle de découpe avait été installée.



Afin d'intensifier la communication dans cette même période, l'objectif de l'IPG et de SCM Benelux était également de rendre Le Gruyère

AOP visible dans toute la ville d'Amsterdam, qui accueille en outre de nombreux touristes dans cette période estivale. Un affichage digital avait été prévu sur 4 grands panneaux à la Gare Centrale, porte d'entrée de la capitale hollandaise pour de nombreux visiteurs. Le visuel thématique « Au plat pays, le goût peut atteindre des sommets avec le Gruyère AOP » y était fièrement affiché. Une équipe de guérilla marketing, aux couleurs du Gruyère AOP et équipée de triporteurs typiques du paysage urbain hollandais, a distribué 19'500 échantillons de 27 gr de Gruyère AOP Réserve dans le centre-ville. Pour l'impact visuel, 10'000 housses de selles de vélos aux couleurs du Gruyère AOP ont été placées dans les espaces de stationnement réservés aux vélos, le moyen de locomotion préféré des Hollandais. L'effet était étonnant, et l'opération a rencontré un beau succès, créant immédiatement la sympathie pour le produit.

Cette première action de grande ampleur aux Pays-Bas pour le Gruyère AOP a permis de partir à la rencontre d'un nombre important de consommateurs dans un pays qui est lui-même un grand producteur de fromage. Au plat pays, le goût a pu atteindre des sommets avec le Gruyère AOP !



Le Gruyère AOP, partenaire de la **Coupe du Monde de Ski de Fond**

En 2015, le Gruyère AOP est devenu l'un des sponsors principaux de la Coupe du Monde de Ski de Fond de la FIS. Ce nouveau partenariat permet à la marque d'avoir une excellente visibilité dans les pays nordiques (Finlande, Suède, Norvège) où ce sport est très populaire. En plus de ces pays nordiques, la Coupe du Monde de Ski de Fond fait aussi étape, chaque année, notamment pour le Tour de Ski, en Suisse, en Allemagne et en Italie. Lors de la saison 2015/2106, des étapes ont été organisées en Slovénie et en Tchéquie. La finale s'est déroulée au Canada, pays amateur de Gruyère AOP.

Durant la saison 2016/2017, le Gruyère AOP sera aussi très présent lors des différentes étapes programmées entre la fin novembre et la mi-mars. En plus des destinations citées plus haut, la Coupe du

monde passera aussi par la Corée du Sud, l'Estonie, la France et la Russie pour la finale.

La marque le Gruyère AOP est présente autour du stade principal ainsi



que sur le parcours avec des panneaux publicitaires et une meule

gonflable géante. Lors de plusieurs étapes, le logo Gruyère AOP se retrouve même sur les dossards des coureurs. Une pointe de Gruyère, bien visible, est aussi distribuée aux vainqueurs des différentes courses. Le Gruyère AOP installe également un stand sur la majorité des étapes de la coupe du monde. On peut y déguster plusieurs affinages de Gruyère AOP ou acheter une hot fondue. On y distribue aussi des bonnets de ski de fond Craft avec le logo du Gruyère AOP, des bonnets qui connaissent un franc succès auprès des spectateurs.

Tant les résultats pour la saison 2015/2016 communiqués par FIS Marketing AG que ceux obtenus par l'étude indépendante (ARGUS der Presse AG) commandée par le Gruyère AOP confirment les performances de la marque associée à cet événement de grande envergure. Voici, ci-après, quelques chiffres pour illustrer cette réussite.



Spectateurs

256'570 spectateurs se sont rendus aux différentes étapes de la Coupe du Monde de Ski de Fond.

Val di Fiemme (dernière étape du Tour de ski) est l'étape qui a attiré le plus de spectateurs avec **30'000 personnes** qui sont venues encourager les coureurs sur la durée du week-end.

TV

662 : 21 : 54 (h : mm : ss), c'est le temps total de retransmission de la Coupe du Monde de Ski de Fond (85 : 22 : 07 en Suisse* et 576 : 59 : 47 à l'International**). Ceci représente **une audience cumulée de 285.51 millions de personnes.**

Le temps d'image consacré à la **marque Le Gruyère AOP** est de **48 : 14 : 37** (12 : 16 : 01 en Suisse et 35 : 58 : 36 à l'International). Ce résultat représente une part de **7.3 %** de temps d'image sur le temps total de retransmission.

C'est en **Finlande** que le Gruyère AOP a eu le plus de temps d'image avec environ **13h08** suivi par la Suisse et la Russie. Cependant, la **Suède et la Norvège** ont touché le plus de personnes, ce qui relève la

pertinence de notre choix de sponsoring. En effet, notre but était de toucher les nouveaux marchés, à savoir les pays nordiques.

En Suisse, la chaîne ayant le plus diffusé cet événement est la **RSI LA 2 avec 3 : 35 : 24** mais la chaîne qui a le plus touché de téléspectateurs était la **SRF 2**. Ceci corrobore la stratégie du Gruyère AOP en Suisse qui veut

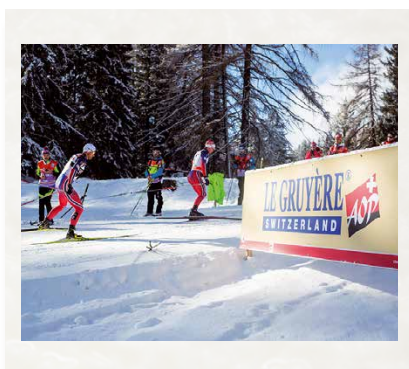
de la présence des médias sur toute la saison de Ski de Fond 2015/2016.

Les supports publicitaires qui sont les plus vus et, par-là, les plus efficaces sont les **panneaux publicitaires** avec un temps d'image de **31 : 56 : 05** suivis du mur d'interview avec un temps d'image de 4 : 32 : 53 et de la meule gonflable qui a généré un temps d'image de 3 : 41 : 19.

Compte tenu de ce qui précède, le Gruyère AOP est très satisfait de l'impact généré par sa présence aux différentes étapes de la Coupe du Monde de Ski de Fond. Il est bien évidemment toujours très difficile de mesurer les répercussions directes sur les ventes. Par contre, grâce au sponsoring, la marque peut se positionner en Suisse et à l'étranger avec une image jeune et dynamique. Le Gruyère AOP se réjouit de s'associer à nouveau à ce grand rendez-vous hivernal et espère pouvoir compter sur de belles performances de notre équipe nationale et en particulier de son leader, Dario Cologna.

Découvrez l'agenda de la Coupe du Monde de Ski de Fond sur le lien suivant :

www.fis-ski.com/cross-country



mettre l'accent sur la Suisse alémanique au niveau de la publicité. Cette zone représente en effet de plus grandes possibilités de progression que le marché romand notamment.

Les 4 étapes du Tour de Ski ont généré près de la moitié de la valeur équivalente totale de la publicité et

*Tous les types des programmes ont été évalués

**Seuls les programmes spécifiques pour le ski de fond ont été évalués



Le Gruyère AOP associé à de grandes manifestations

Fribourg Gottéron

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

Coupe du Monde de Ski de Fond

Pour la deuxième année, Le Gruyère AOP sera présent sur les courses de la Coupe du Monde de Ski de Fond entre le 26 novembre 2016 et le 19 mars 2017. Le Tour de Ski fera étape en Suisse en Allemagne et Italie entre le 31 décembre 2016 et le 8 janvier 2017.

www.fis-ski.com/cross-country

Giant Xtour

Cette compétition interscolaire attire chaque hiver pas moins de 2000 gymnasiens et apprentis. www.giantxtour.ch

Tavolago

Durant tout l'hiver, soirée fondue le vendredi sur un bateau du lac des Quatre-Cantons. www.tavolago.ch

Swiss Expo

Du 12 au 15 janvier 2017 à Beaulieu, Lausanne, se déroulera le Salon

professionnel agrotechnique et les concours internationaux bovins, manifestation qui attire chaque année près de 22'000 visiteurs et professionnels de la branche. www.swiss-expo.com

Cheesemonger invitational

Le Cheesemonger invitational se déroulera le 21 et 22 janvier 2017 à San Francisco. C'est un événement de formation aux professionnels du fromage sur 2 jours avec notamment des compétitions. Le deuxième jour est ouvert au public. www.cheesemongerinvitational.com/mission

Winter Fancy Food Show

Le Fancy Food Show d'hiver aura lieu à San Francisco du 22 au 24 janvier 2017. C'est la plus grande foire alimentaire de la Côte Ouest, avec 80'000 produits présentés par 1'400 exposants des Etats-Unis et de 35 pays. www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show

Le Salon International de l'Agriculture de Paris (SIA)

Du 25 février au 5 mars 2017 aura lieu

le très couru rendez-vous de l'agriculture française et internationale. Une opportunité pour Le Gruyère AOP d'asseoir sa renommée. www.salon-agriculture.com

Marché des AOC – AOP - IPG

Le 11 et 12 mars 2017, Le Gruyère AOP sera présent à Bourg en Bresse pour le marché des AOC, AOP et IGP. www.grandmarchedesao.com

BEA

Du 28 avril au 7 mai aura lieu l'édition 2017 de la BEA, « le Comptoir de Berne ». www.beapferd.ch

LUGA

La LUGA se tiendra à Lucerne du 28 avril au 7 mai 2017. www.luga.ch

Muba

Le Gruyère AOP participe pour la 6^{ème} année à la grande foire de Bâle du 12 au 21 mai 2017. www.muba.ch

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 



Fête Fédérale de lutte suisse, Estavayer-le-Lac 2016

Le Gruyère AOP était partenaire de la dernière Fête Fédérale de lutte suisse qui a eu lieu en terre fribourgeoise du 26 au 28 août 2016.

Afin d'organiser notre présence sur place, nous nous sommes associés avec le Vacherin Fribourgeois AOP, lui aussi sponsor bronze. La collaboration avec cette organisation a été parfaite.

Une vitrine avec nos deux produits en vente permettait à tous les participants de se ravitailler à tout moment. La température enregistrée sur le site (entre 35 à 37 degré) pendant la journée nous laissa un succès des ventes mitigé.

En revanche, le stand Hot Fondue (pain chauffé rempli de fondue à la place de la traditionnelle saucisse) eu

un succès retentissant avec plus de 3'500 Hot Fondues vendues sur le weekend. Durant toute la durée de



la manifestation, nous avons aussi distribué 40'000 sticks (20 gr) de Gruyère AOP aux visiteurs de la fête. Un groupe de jeunes sympathiques ont sillonné la fête afin de distribuer les sticks. Le public a beaucoup apprécié cette attention !

Le Gruyère AOP était aussi présent dans la planche de prix avec le dernier chaudron fabriqué par l'entreprise Turrian à Château-d'Oex.

Comme beaucoup de monde, nous étions tous logés dans des camping-cars au camping de la fête. Ce lieu avait une atmosphère particulière et l'on pouvait contempler toutes formes de logement éphémère. De la roulotte de chantier modifiée, la classique tente de camping, tous les modèles de camping-car, la bétailière ou le camion à bétail garni de paille etc...

C'était une merveilleuse expérience d'avoir participé à ce grand événement national et surtout d'avoir fait découvrir ou redécouvrir le Gruyère AOP aux spectateurs d'outre-Sarine.

Recettes



Les traditionnels macaronis de chalet au Gruyère AOP

Temps de préparation : 20min
Temps de cuisson : 10min

Ingrédients pour 4 personnes :

300 gr de macaronis
2 oignons

4 dl de crème 35%
2 dl de lait
200 gr de Gruyère AOP râpé
Sel et poivre

Préparation :

- Cuire les macaronis 10 minutes dans l'eau bouillante.
- Colorer les macaronis dans une poêle avec un peu de beurre et d'huile.



Pour les fêtes Écume de Gruyère AOP, œuf mollet et girolles

Temps de préparation : 35min
Temps de cuisson : 20min

Ingrédients pour 4 personnes :

200 g de Gruyère AOP râpé
1/3 litre de lait
1/3 litre de crème liquide
4 œuf frais
200g de petites girolles
4 gousses d'ail
persil plat
3 c à s d'huile d'olive pour la cuisson
Fleur de sel
Poivre du moulin
1 siphon et 1 cartouche
4 verres à martini

Préparation :

- Cuire 5 minutes les œufs en les plongeant délicatement dans l'eau bouillante légèrement vinaigrée
- Arrêter la cuisson des œufs en les passant sous l'eau froide
- Les écaler sous un filet d'eau froide et réserver
- Dans une casserole, faire bouillir le lait et la crème liquide, y ajouter Le Gruyère AOP râpé et remuer jusqu'à ce qu'il fonde : saler et poivrer
- Filtrer la crème obtenue dans une passette, débarrasser dans un bol et laisser refroidir 20 minutes au réfrigérateur
- Laver les girolles sous l'eau courante, sans les faire tremper
- Les brosser délicatement
- Les égoutter et les essuyer avec un linge propre
- Hacher l'ail et le persil et les mélanger pour préparer une persillade
- Faire revenir les girolles dans une poêle bien chaude avec 1 cuillère à soupe d'huile. Remuez de temps

- Couper les oignons en cube et également les faire revenir avec un peu de beurre et d'huile séparément des macaronis.
- Mélanger le tout, ajouter la crème, le lait et Le Gruyère AOP

Assaisonner et servir

- en temps jusqu'à ce que les girolles rejettent leur eau de végétation
- Egoutter les champignons et vider la poêle de l'eau de cuisson
 - Chauffer l'huile restante dans la poêle, sur feu doux
 - Déposer les girolles avec la persillade, mélanger délicatement et cuire quelques minutes
 - Salez, poivrez et réserver au chaud
 - Verser la crème au Gruyère AOP dans un siphon et percuter une cartouche.
 - Déposer un œuf mollet au fond d'un verre à martini
 - A l'aide du siphon, recouvrir l'œuf d'écume de Gruyère AOP et répartir sur le dessus quelques girolles. Assaisonner selon votre goût, décorer de quelques sommités de persil plat et servir sans attendre

Trucs & astuces : vous pouvez remplacer les girolles par des cèpes. Et pour une entrée de fêtes, déposer quelques lamelles de truffes

