

# L'oiseau



Rapport annuel **2016**  
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
- 14 MARKETING
- 18 MANIFESTATIONS 2016
- 20 ORGANES DE L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
- 23 COMITÉ DE L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
- 24 PERSPECTIVES 2017

## GRAPHIQUES

- 04 RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION DE GRUYÈRE AOP PENDANT L'ANNÉE 2016
- 05 VENTE MENSUELLE 2016 EN SUISSE ET À L'EXPORTATION
- 06 PRODUCTION TOTALE 2000-2016
- 07 COMPARAISON DES VENTES
- 10 COMPARAISON DE LA QUALITÉ SELON L'ANNÉE CIVILE
- 14 COMPARAISON DE LA PRODUCTION (MARQUES CASÉINE)
- 15 VENTE 2015-2016 EN TONNES
- 16 COMPARAISON DES EXPORTATIONS ANNUELLES DE GRUYÈRE AOP
- 17 COMPARAISON DES EXPORTATIONS DE GRUYÈRE AOP DE JANVIER À MARS
- 20 COMPARAISON DE L'ÉVOLUTION DES STOCKS (FIN MARS 2017)
- 22 COMPARAISON DE LA PRODUCTION ALPAGE MARQUE DE CASÉINE
- 24 RÉPARTITION DU POTENTIEL TOTAL DE PRODUCTION DE GRUYÈRE AOP PAR FROMAGERIE ET PAR CANTON POUR L'ANNÉE 2017

[www.gruyere.com](http://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: 3'200 exemplaires

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

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



# Message du **Président**

## **Vingtième anniversaire de l'Interprofession du Gruyère AOP**

Il est bon de savoir d'où on vient et où on est pour planifier le futur. Soyons honnêtes, les pionniers et fondateurs ne savaient pas avec certitude ce qui allait assurer au Gruyère un avenir prospère. Emotion, passion et amour du produit ont été la motivation de créer quelque chose en commun.

Il y a 30 ans déjà, quelques personnes averties étaient conscientes qu'un changement se préparait pour l'économie laitière et fromagère en Suisse.

**1981** la Confrérie du Gruyère est fondée. Aujourd'hui, elle compte 1600 solides compagnons. Chaque membre a juré lors de son intronisation avec une main sur une meule de Gruyère de l'aimer, de l'honorer et de le défendre dans le monde entier.

**1992** la charte du Gruyère est signée. Producteurs de lait, fromagers et affineurs s'engagent à respecter les procédures de production et les critères de qualité.

**1997** l'ordonnance fédérale qui légifère les appellations d'origine entre en vigueur.

**1997** fondation de l'Interprofession du Gruyère.

Les fondateurs ont eu la sagesse d'élire Pierre Dubois comme Président. Il n'était ni producteur de lait, ni fromager, ni affineur, ni entrepreneur mais un socialiste avec l'expérience des processus démocratiques typiquement suisses. En tant qu'ancien Conseiller d'Etat du canton de Neuchâtel, il savait évoluer avec des avis contradictoires, des convictions et des intérêts particuliers. Avec sa vision neutre de l'extérieur et son expérience, il a réussi

à motiver les membres de l'Interprofession à trouver démocratiquement des solutions constructives.

**1999** au premier mai, la prise en charge et le prix garantis par la Confédération tombent.

**2001** l'appellation AOC est accordée pour le Gruyère.

**2006** le marché pour les fromages entre la Suisse et l'Europe est complètement ouvert.

**2009** fin du contingentement laitier en Suisse.

**2011** reconnaissances réciproques des AOC et AOP entre la Suisse et l'Europe.

**2012** Le Gruyère AOP Appellation Contrôlée devient Appellation Protégée

**2014** la marque "LE GRUYERE AOP SWITZERLAND" et le nom GRUYERE sont enregistrés aux USA, Afrique du Sud, Jamaïque, Amérique du Sud et Russie.

### **Non seulement notre produit est unique, l'Interprofession du Gruyère l'est aussi!**

L'Interprofession du Gruyère est organisée démocratiquement.

La plus haute instance de décision est l'Assemblée des délégués de l'Interprofession.

20 producteurs de lait, 20 fromagers et 9 affineurs représentent :

- 2200 Producteurs de lait
- 165 Fromageries
- 54 Alpagnes
- 9 Affineurs "Commerces de fromages/exportateurs"

Nous décidons ensemble. Personne ne peut commander.

Pour prendre une décision, il faut impérativement une majorité dans chaque groupe.

Aucun groupe ne peut se développer au détriment des autres.

Je tiens à remercier les pionniers parmi les producteurs de lait, fromagers et affineurs qui ont, avec une vision claire et avec courage et conviction en travaillant étroitement avec l'Office fédéral de l'agriculture, créé cette organisation.

Vous avez posé les fondations pour notre succès d'aujourd'hui.

### **Notre engagement**

Nous ne produisons pas plus que le marché national et international demandent.

Nous respectons sans compromis les décisions et les règlements en vigueur de l'Interprofession du Gruyère.

Le Gruyère AOP est produit d'une façon artisanale.

Nous garantissons la qualité et la traçabilité complète.

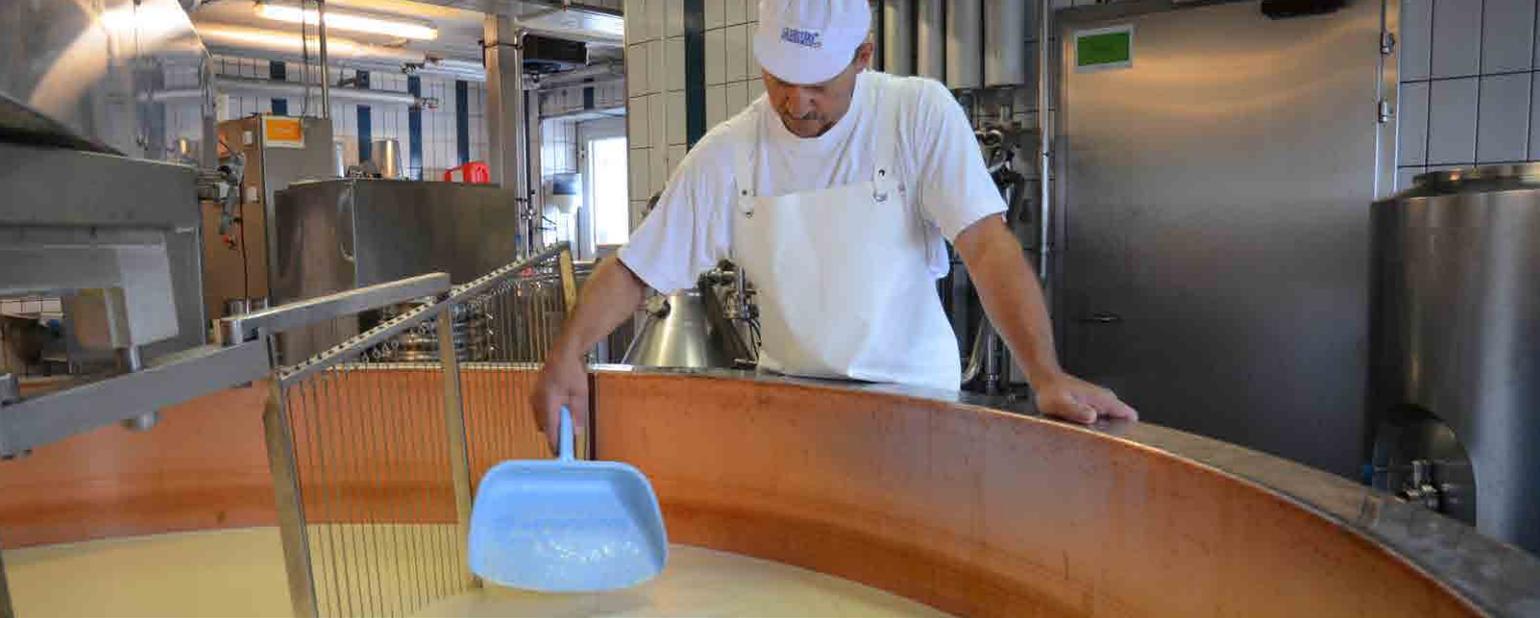
Nous voulons un revenu correct et une répartition équitable de la valeur ajoutée entre les producteurs de lait, les fromagers et les affineurs.

Nos membres sont des entrepreneurs indépendants.

Le Gruyère AOP Switzerland est notre Marque !

Vive le Gruyère AOP

**Oswald Kessler**  
Président de l'IPG



## Situation générale

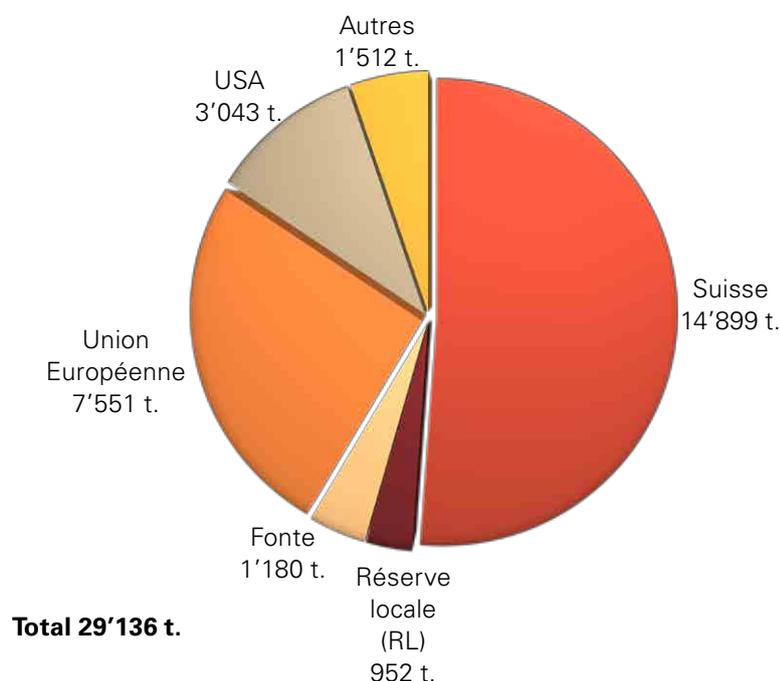
L'année 2016 n'a pas été de tout repos pour l'Interprofession. En effet, suite à l'abandon du taux plancher par la Banque nationale entre l'euro et le franc suisse en janvier 2015, les marchés se sont progressivement détériorés pour peser sur les stocks du Gruyère AOP. Si l'année 2015 avait connu une restriction globale de production de 3.5%, celle-ci a pu être portée à 3% sur les 3 premiers mois 2016, puis malheureusement à 10% compte tenu de volumes encavés trop élevés et surtout d'un déséquilibre qui faisait apparaître trop de marchandises âgées. Dans le même temps, l'Interprofession du Gruyère déployait des montants très importants pour soutenir les ventes, soit en augmentant le taux d'action sur le plan national ou en effectuant des activités promotionnelles complémentaires sur les marchés internationaux. A ces mesures exceptionnelles s'ajoutaient des soutiens ponctuels à la fonte et au marché industriel. Le point central de ces différents projets était de valoriser la plus ancienne marchandise sur l'entier de l'automne 2015 jusqu'au printemps 2016.

Ces démarches doivent toutefois rester exceptionnelles. La bonne tenue

générale des marchés en automne ont permis d'atteindre leur but. En fin d'année 2016, les stocks retrouvaient un équilibre tout en ayant un assez bon échelonnement des affinages. Cette situation permettait de proposer pour les 3 premiers mois 2017 un pourcentage de production à 93% avec la possibilité d'atteindre les 98% pour le reste de l'année 2017. Ainsi, après 2 ans de grandes turbulences, il semble que la perspective d'une production à 100% ne soit plus une utopie. Outre les moyens sup-

plémentaires mentionnés ci-dessus, l'Interprofession du Gruyère a également investi des sommes marketing dans les différents marchés qu'ils soient nationaux ou internationaux allant des pays proches aux marchés plus lointains, comme les pays du Nord de l'Europe, les Etats-Unis ou encore l'Asie. Comme point d'orgue à cette démarche, on peut citer entre autre le déplacement de la Confrérie du Gruyère au mois de juin à New York dans le cadre du Fancy Food Show. Ce voyage a permis d'in-

### Répartition de la consommation de Gruyère AOP pendant l'année 2016 en tonnes





troniser des acteurs importants du marché américain, marché qui représente environ le 10% de la vente du Gruyère AOP. Réunir ainsi des vendeurs de fromages sous le drapeau du Gruyère AOP et de la Confrérie en jurant ainsi fidélité à ce noble fromage est un indicible honneur.

Les problèmes d'une bonne adéquation entre la production et la vente du Gruyère AOP ont été maintes fois abordés par les instances de l'Interprofession, ce qui a entraîné la mise en place d'une étude

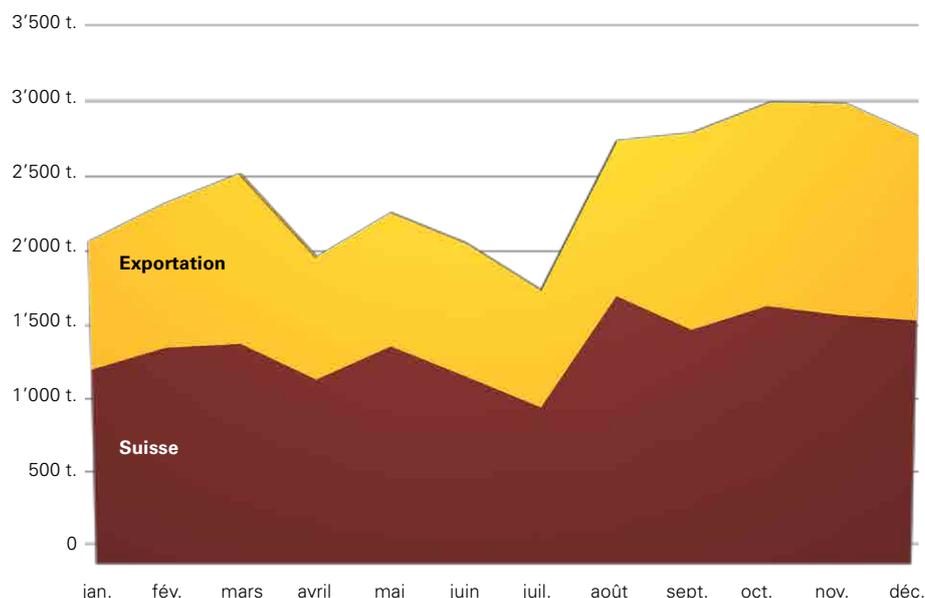
mandatée auprès d'une personne externe bénéficiant d'une grande expérience dans ce domaine. Cette analyse, portant sur le fil rouge de l'Interprofession du Gruyère, soit les thèmes que sont : la qualité, la quantité, la rentabilité, la valeur pour le client, la part au marché, la valeur de la marque et la viabilité de l'IPG, a été effectuée jusqu'à l'automne et remise auprès du bureau. Après une première analyse, ce rapport a été transmis au Comité afin de permettre une amélioration du fonctionnement de l'Interprofession du

Gruyère et de la filière dans son ensemble. L'objectif est de garantir à chacun les moyens de retrouver une certaine croissance et surtout une saine répartition de la plus-value que peut générer ce fromage. Ces différents points seront repris durant l'année 2017 afin de les concrétiser au plus vite. Certains aspects seront détaillés sous des chapitres plus particuliers : la qualité, la quantité, le marketing et des aspects juridiques.

Malgré ces aléas propres à la vie d'une filière où l'être humain est placé au centre, il y a lieu de relever que l'investissement s'est poursuivi avec plusieurs fromageries qui ont été fêtées, soit suite à des rénovations ou à des nouvelles constructions. Ces événements marquent la foi existante en ce noble produit. Cela encourage les différents organes à poursuivre leurs tâches afin de faire rayonner le Gruyère AOP sur les différents marchés et pour le plaisir du consommateur. Dans cet esprit, la victoire des Swiss Cheese Awards du Gruyère d'Alpage AOP des Amburnex a représenté un rayon de soleil bienvenu dans cette année 2016 particulièrement mouvementée.

Le Gruyère d'Alpage AOP sera encore à l'honneur en 2017 puisque la production de la Moesettaz a été choisie comme fromage d'honneur du Conseiller de l'Etat Vaudois.

## Vente mensuelle 2016 en tonnes





## Gestion des quantités

**Conformément à la décision prise en 2015, la gestion des quantités de Gruyère AOP dans les fromageries s'est poursuivie selon le système 3/9.**

Dans ce cadre et compte tenu de la situation du marché et des stocks, les organes de l'Interprofession du Gruyère ont d'abord opté pour une production à 97% sur les trois premiers mois de l'année puis ont dû se résoudre à décider d'une quantité à 90% sur une base annuelle pour les 9 derniers mois. Cette décision valait aussi bien pour le Gruyère AOP traditionnel que le Gruyère AOP Bio. Cette limitation drastique était nécessaire afin de permettre un assainissement des stocks et surtout de redonner une perspective saine à l'évolution des ventes.

Compte tenu de cette situation et de l'avancement des dossiers, l'Assemblée des délégués a décidé de reporter d'une année le projet de fromagerie Ropraz-Vuillens, soit au 1<sup>er</sup> janvier 2019, tout en maintenant au début de l'année 2018, l'ouverture de la fromagerie de Riffenmatt, issue du regroupement des sites existants d'Allmendli et de Scheuerguthubel avec la société de Riffenmatt. Dans cette même décision, il a aussi été confirmé les futurs sites pour 2022 relatif aux volumes de Romanel et de Mamishaus.

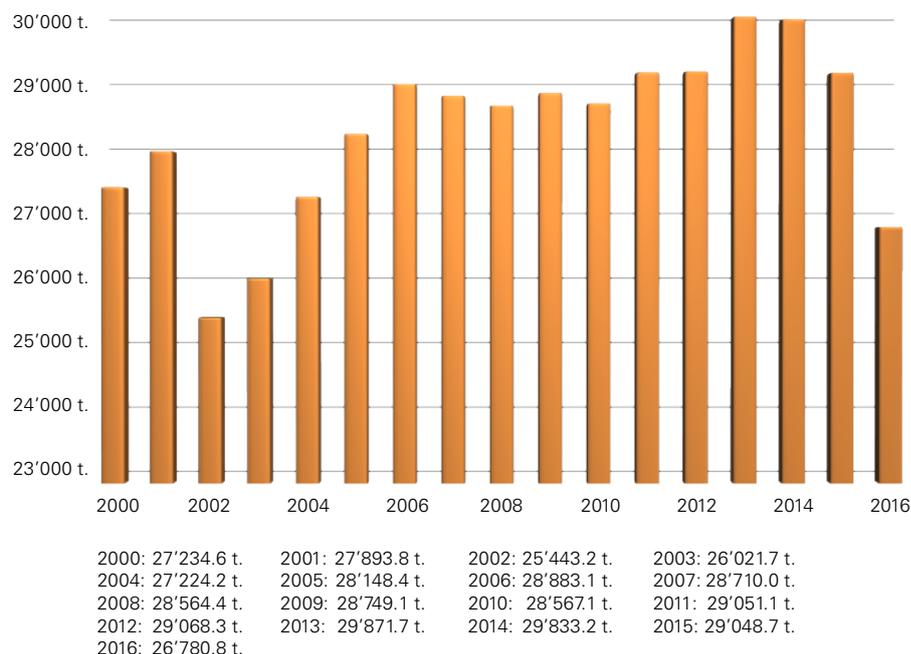
Pour rappel, les nouveaux volumes de fromages qui ont moins de 5 ans de production subissent une diminution quantitative du double de celle des sites plus anciens.

Il est à relever que compte tenu de l'amélioration constante de la qualité de Gruyère AOP et du système mis en place pour encourager la fromageabilité des laits dans les sites de fabrication, la diminution quantitative

due à la qualité est passée de 157 en 2015 à 83 tonnes en 2016.

En ce qui concerne le Gruyère d'Alpage AOP, la quantité à produire est restée à 100% compte tenu du bon niveau des stocks et des perspectives de marché encourageantes pour ce secteur. Cette spécialité qui est à l'origine du Gruyère AOP reste bien vivante et réjouit les palais les plus gourmands.

### Production totale 2000-2016 en tonnes





## Situation du marché

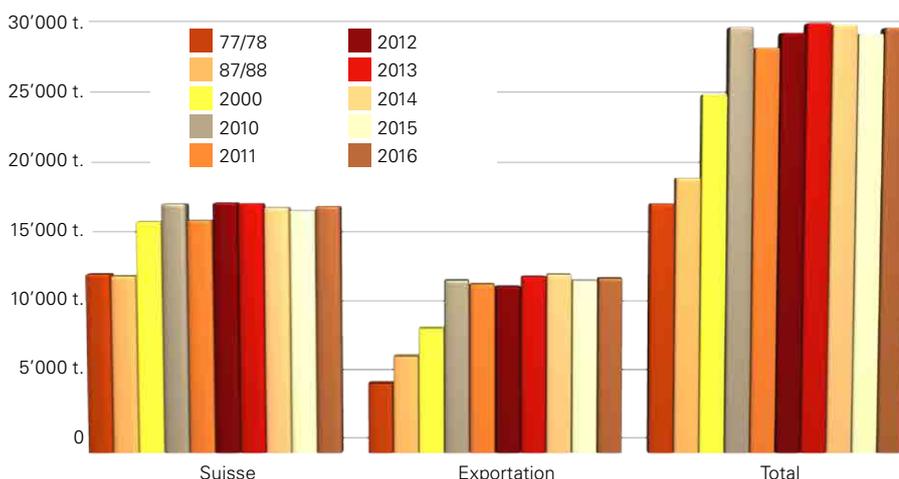
Si les quantités de Gruyère AOP vendues en 2016 ont été supérieures à celles de 2015, c'est avant tout grâce aux moyens financiers importants consentis par les acteurs du marché et l'Interprofession du Gruyère. Ces efforts ont permis de maintenir, voir d'accroître à certains endroits de la planète les parts de marché du Gruyère AOP, ce qui n'est pas une sinécure en cette période de concurrence acharnée. En outre, ce résultat est obtenu en maintenant un prix du lait et du fromage sortie fromagerie à un niveau donnant des perspectives équitables à l'entier de la filière.

Dans le détail, sur les 29'136 tonnes qui sont sorties des caves d'affinage, c'est quelque 12'106 tonnes qui ont été exportées, soit un chiffre supérieur à 2015. Hors de l'Union européenne, les Etats-Unis se maintiennent à plus de 3'000 tonnes. Au niveau européen, c'est l'Allemagne qui reste en tête avec 3'092 tonnes devant la France pour quelques 1'517 tonnes. Dans ce dernier pays, le placement du Gruyère AOP connaît des difficultés malgré une bonne distribution. En effet, le taux de change et surtout le réflexe qui vise à acheter français plutôt qu'un produit importé entraîne une préférence pour les pâtes dures sous label de qualité fabriqué dans l'hexagone.

De manière globale, le Gruyère AOP prend place dans 55 pays, avec toujours comme principal marché, la Suisse. Ce pays a gardé un volume appréciable en 2016 et ce dans tous les segments d'utilisation malgré une concurrence accrue des fromages d'autres régions, ainsi que ceux importés. Cette situation encourage l'Interprofession à maintenir les investissements aussi sur le plan national car le développement des ventes de Gruyère AOP ne peut se faire sans une base nationale solide.

Ces bons chiffres de l'année 2016 laissent entrevoir de bonnes perspectives pour 2017. Mais une réussite sur le marché ne passe que par une coordination des forces qui vont de la qualité à la promotion en passant par une vente efficace.

### Comparaison des ventes





## Dossier AOP et **situation internationale**

**L'année 2016 a représenté la fin des dispositions transitoires pour l'application du cahier des charges du Gruyère AOP. En effet, aussi bien l'accord de reconnaissance mutuelle avec l'Union européenne que les dernières modifications du cahier des charges sont entrés entièrement en force pendant l'année 2016. Cet aspect clarifie la situation juridique de la marque et de l'étiquetage Le Gruyère AOP Switzerland.**

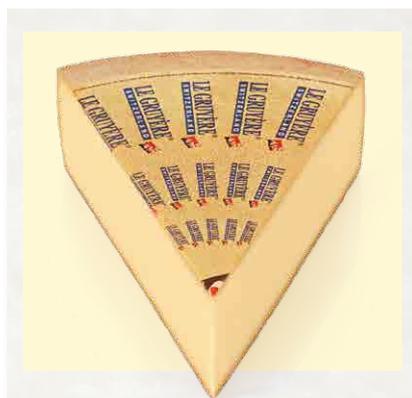
Fort de cette base juridique, il est primordial que chacun des acteurs présents sur le front de vente utilisent de manière précise en respectant les dispositions de la charte graphique, la marque Le Gruyère AOP Switzerland. L'Interprofession du Gruyère, sous le mandat de l'OIC (Organisme Intercantonal des Certifications) contrôle ainsi toutes les étiquettes mises sur le marché. Force est de constater qu'au niveau national et européen, ces dispositions sont globalement bien respectées.

Le but de l'Interprofession est également d'étendre cette démarche au monde entier. En effet, ceci fait sens par rapport aux différentes démarches marketing effectuées.

Dans le même temps, l'Interprofession du Gruyère mène un combat pour protéger le nom Gruyère AOP à travers le globe. Ce projet est mené de concert avec le Gruyère IGP français.

Ce travail se mène tant en Europe que dans les autres pays du Monde. Les principales démarches partent

sur les pays Anglo-Saxons comme les Etats-Unis sur la base de la marque enregistrée. Des actions ont été menées auprès des différents acteurs du marché qui utilisent le nom «Gruyère» à mauvais escient. Il est réjouissant de voir que plusieurs cas ont été aujourd'hui résolus. Des démarches sont également effectuées devant des instances étatiques ou juridiques des pays d'Amérique central et du sud. Il est réjouissant de constater que cette notion de protection du nom avance dans les différentes régions du globe. Il est évident qu'un nom connu à l'image du Gruyère AOP peut être vite utilisé pour se faire une meilleure place sur le marché.



Pour mener à bien son travail, l'Interprofession s'appuie sur ses avocats et ainsi que ceux mandatés dans les pays où le problème est rencontré. Elle est également aidée par les instances fédérales comme l'Office Fédérale de l'Agriculture, l'Institut de la propriété intellectuelle ainsi que l'Union européenne et plus particulièrement la France par l'intermédiaire de l'INAO. Les Organisations natio-

nales et internationales tel que Switzerland Cheese Marketing (SCM) et l'Association pour les AOP/IGP sont également très importantes dans ce cadre. L'expérience acquise par l'Association OriGin est aussi primordial pour conforter les arguments utilisés.

Dans le cadre du positionnement et de la défense des AOP, l'Interprofession a eu l'honneur de soutenir et de participer à la fête des fromages AOP qui s'est tenue au début du printemps à l'Institut agricole de Grangeneuve. Cette manifestation qui s'adressait à la fois à la profession et au grand public a eu un excellent succès et est ainsi appelée à se renouveler à l'avenir. Elle pourra ainsi ancrer l'IAG en tant que Centre de formation pour le Gruyère AOP et d'autres fromages au lait cru. Atout qui sera renforcé par la présence de la recherche agronomique et laitière à proximité à Posieux.

L'année 2017 représentera l'entrée en vigueur du dossier Swissness. Cette notion associée aux dispositions de l'Appellation d'origine protégée devrait encore renforcée la bonne utilisation de l'origine des noms. Ceci permettra d'avoir une présentation plus précise pour le consommateur, ce qui renforcera ainsi, au niveau national, la marque Le Gruyère AOP Switzerland.

Toutes ces démarches sont la base de la défense et du positionnement du Gruyère AOP sur les marchés. Elles passent également par un engagement sans faille de chacun des acteurs de la filière et de la vente de ce noble produit.



# Qualité du Gruyère AOP

## Taxations et contrôles

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

Compte tenu de la traçabilité sans faille liée à la marque de caséine, chaque meule est ainsi contrôlée précisément lors de son existence. Une première appréciation qualitative est effectuée aux environs de 3 mois, lorsque l'affineur prend en charge le produit à la sortie des caves des fromageries. La taxation s'effectue elle, par une commission composée d'un taxateur de l'Interprofession du Gruyère et d'un co-expert issu des fromagers en exercice. La procédure peut être soumise à un recours, soit un nouvel examen par une commission de recours composée de deux représentants des affineurs et d'un fromager. Son résultat est alors irrévocable. Cette façon de procéder garantit l'objectivité nécessaire à l'appréciation qualitative du Gruyère AOP vendu sur le mar-

ché. Avant la sortie définitive des caves, le Gruyère AOP subit une 3<sup>ème</sup> appréciation qui est effectuée par l'affineur/vendeur.

Cet important travail au professionnalisme de tous les instants assure au Gruyère AOP qu'il soit irrépro-



chable lorsqu'il arrive sur la table du consommateur, qu'il soit suisse ou étranger.

De manière globale, la production 2016 du Gruyère AOP traditionnel et biologique a été d'excellente qualité. La baisse de proportion de IB entamée en 2013 s'est poursuivie en

2016. Les mesures mises en place ces dernières années pour assurer la qualité du Gruyère AOP ont porté leurs fruits. Ainsi, le 97,36% des lots a été classé en qualité IA. La proportion des lots ayant obtenu 19 pts et plus est passée à 59% alors qu'elle était de 60,45% l'année précédente. Le niveau de 2<sup>ème</sup> choix est très faible. Il est à mentionner que sur 60 recours qui ont été déposés, environ le 50% a été gagné. Ces différents résultats ont permis de payer quelques 5 millions de primes de qualité.

La production de Gruyère d'Alpage AOP a été également de très bonne tenue. Grâce à leur savoir-faire, les fabricants ont su s'adapter aux conditions d'alpage pour le moins changeantes. 91,31% de la production a été obtenue en classement de qualité IA alors que 57,38% a atteint 19 pts et plus.

**LE GRUYÈRE®**  
**SWITZERLAND** 



## Analyses chimiques

### Teneur en eau et matière grasse

Des contrôles systématiques de la composition chimique sont effectués sur chaque lot mis dans le commerce. 12 analyses ont fait l'objet de recours dont 6 ont été gagnés. Il faut relever que les analyses portent sur plus de 2'000 lots. Le respect des teneurs dans le cahier des charges s'effectue sur une moyenne de 6 mois. Il est primordial que cet objectif soit globalement rempli.

### Analyses spécifiques

L'Interprofession procède à des analyses liées à la qualité hygiénique et bactériologique du fromage. En 2016, la totalité des échantillons prélevés a eu des résultats négatifs par rapport à la présence de différents produits pathogènes tel que listéria. On peut affirmer que le Gruyère AOP est conforme aux prescriptions légales. Ceci est important pour le consommateur qui achète un Gruyère AOP qui est produit sans aucun additif.

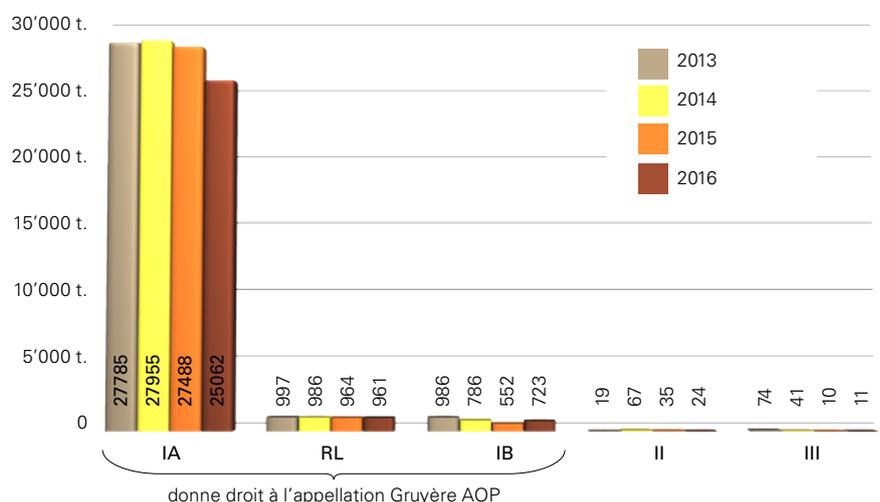
## Commission qualité

Comme mentionné dans le chapitre des organes de l'Interprofession du Gruyère, la commission qualité et surtout sa délégation ad hoc est à disposition des acteurs de la filière pour trouver la meilleure option lorsqu'il y a un problème récurrent de qualité insuffisante dans un site de production. Elle a été sollicitée à deux reprises durant 2016. L'objectif de cette démarche est de donner à la structure de transformation

des perspectives économiques sereines. Ce qui est atteint dans les différentes fromageries de la filière du Gruyère AOP.



## 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 au cours de l'année. 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 ainsi récompensé.

**Swiss Cheese Awards, Vallée de Joux, 23 au 25 septembre 2016**

Les fromages suisses étaient à l'honneur fin septembre à la Vallée

de Joux lors des Swiss Cheese Awards. Le Gruyère d'Alpage AOP de Monsieur Jean-Claude Pittet et de son fromager Monsieur Christian Dubois de l'alpage des Amburnex, affiné par Fromco SA, a recueilli l'unanimité du jury final en remportant le Swiss Cheese Award toute catégorie.

Le vainqueur de la catégorie Gruyère AOP est le Gruyère AOP Bio de la famille Pierre Buchillier des Moulins affiné également par Fromco SA. Ce noble produit n'était pas très loin du meilleur lors de la finale.

Ces fromagers sont la pointe de l'iceberg d'une multitude d'excellents Gruyère AOP à l'image de tous ceux qui ont gagné un diplôme.

### Le Gruyère d'Alpage AOP

- Jean-Claude Pittet, Alpage Les Amburnex, (Swiss Champion) Affineur Fromco SA, Moudon
- Nicolas Remy, Alpage Les Groins du milieu,

Affineur Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'alpage, Charmey

- Samuel Bapst, Alpage la Grandsonnaz  
Affineur Fromco SA, Moudon

### Le Gruyère AOP

- Pierre Buchillier, Fromagerie Les Moulins  
Affineur Fromco SA, Moudon
- Didier Germain, Fromagerie Les Martels  
Affineur Fromco SA, Moudon
- Martial Bovay, Fromagerie de Vaulion  
Affineur Fromco SA, Moudon
- Gérald Raboud, Fromagerie de Courgenay  
Affineur Fromco SA, Moudon
- Benoît Kolly, Fromagerie Le Mouret  
Affineur Emmi Schweiz AG, Kirchberg
- Gilbert Golay, Fromagerie de Penthérez  
Affineur Margot Fromages SA, Yverdon
- Thierry Ecoffey, Fromagerie de Romont  
Affineur Mifroma SA, Ursy



- Alexandre Guex, Fromagerie de Châttonnaye  
Affineur Cremo Von Mühlennen SA
- Marc Müller, Fromagerie de Farvagny  
Affineur Mifroma SA, Ursy
- Etienne Aebischer, Fromagerie gourmande de Montricher  
Affineur Fromco SA, Moudon

#### Concours de fromages d'alpage de l'OLMA, St. Gall, 14 octobre 2016

Le Gruyère d'Alpage AOP de Laurent et Nicolas Brodard, Alpage La Guignarde, La Roche, a obtenu le **2ème prix** dans la catégorie fromage à pâte dure.

Le Gruyère d'Alpage AOP de Jacques Ruffieux, Alpage Tissiniva, Charmey, a obtenu le **3ème prix** aussi dans la catégorie fromage à pâte dure.

Ces deux fromages ont été affinés par la coopérative fribourgeoise des fromages d'alpage.

#### World Championship Cheese Contest à Madison, USA, 7 au 9 mars 2016

Le Gruyère AOP de M. Jean-Daniel Jaeggi, Fromagerie de Grandcour, affiné par Fromco SA à Moudon a obtenu une distinction.

#### World Cheese Awards, Donostia – San Sebastian, Espagne, 16 au 18 novembre 2016

Le Gruyère AOP a remporté diverses médailles lors de ce grand concours international.

##### Médaille « Super Gold »

- M. Franz Jungo, Fromagerie Strauss de St.Ursen, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, 2 médailles Super Or
- M. Laurent Python, Fromagerie de Grandvillard, pour son Gruyère AOP affiné par Lustenberger & Dürst AG

##### Médaille d'Or « Gold » :

- M. Alexandre Guex, Fromagerie

de Châttonnaye, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, 2 médailles d'Or

- La Fromagerie Cremo, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA, 2 médailles d'Or



- M. Adrian Scheiddegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA
- M. Markus Sturny, Fromagerie de Lanthen, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA



**Médaille d'argent :**

- M. Philippe Dénervaud, Fromagerie de Villaz-St-Pierre, pour son Gruyère AOP affiné par Emmi Schweiz AG
- M. Alexandre Guex, Fromagerie de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA
- M. Markus Sturny, Fromagerie de Lanthen, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA
- La Fromagerie Cremo, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA
- M. Gérald Raboud, Fromagerie de Courgenay, pour son Gruyère AOP affiné par Emmi Schweiz AG

**Médaille de bronze :**

- M. Adrian Scheiddegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, 2 médailles de bronze
- M. Jean-Jacques Clément, Fromagerie de Moudon, pour son Gruyère AOP affiné par Emmi Schweiz AG

**Le fromage d'excellence par le Conseil d'Etat vaudois**

L'Interprofession du Gruyère se réjouit que le Conseil d'Etat vaudois ait choisi comme fromage d'excellence pour l'année 2017 le Gruyère d'Alpage AOP de la Moesettaz (Le Brassus) élaboré par M. Martial Rod et affiné par Fromage Gruyère SA à Bulle. Ce Gruyère a été choisi lors d'une dégustation à l'aveugle effectuée par le Conseil d'Etat. Il prendra place lors des manifestations officielles du Conseil d'Etat vaudois au côté du vin du domaine Autecourt 2015, AOC la Côte, lui aussi choisi dans des critères de

sélection similaires. L'Interprofession est fière qu'une nouvelle fois le Gruyère AOP et plus particulièrement le Gruyère d'Alpage AOP soit ainsi honoré.





# Marketing

Pour soutenir les ventes du Gruyère AOP, la filière investit tant au plan national qu'à l'étranger. En Suisse, la campagne placée sous le slogan « Le goût des Suisses depuis 1115 » s'est poursuivie avec un nouveau spot publicitaire et des affiches faisant décliner des morceaux de Gruyère AOP, accompagnés de la phrase « Aussi pour... ». Ces publicités ont connu un bon écho puisque l'affichage a été primé. Dans le même temps, le Gruyère AOP était présent lors des différentes foires de portée suprarégionale, que cela soit la Muba, Züscha, LUGA, BEA, Schlaraffia, Slow Food Market, Olma, le Comptoir suisse, la foire du Valais, les Automnales ou encore le Salon des Goûts et Terroirs. Cette activité se déroule en parfaite collaboration avec l'association

des AOP/IGP et de Switzerland Cheese Marketing (SCM). Ces présences, auxquelles s'ajoutent celles plus régionales souvent assurées par des partenaires de la filière, permettent de faire découvrir ou surtout redécouvrir les déclinaisons du Gruyère AOP, qu'il soit traditionnel, bio ou d'alpage. Le contact avec le consommateur est encore accentué par un nombre important de dégustations auprès de la grande distribution, ceci plus particulièrement en Suisse alémanique.

En automne, chaque fromagerie de Gruyère AOP a reçu un kit promotionnel permettant à l'un des premiers ambassadeurs de ce produit de mettre en avant la marque « Le Gruyère AOP Switzerland ».

Outre la publicité générale, le

Gruyère AOP se décline aussi au travers des démarches de sponsoring. Pour la dernière fois en 2016, le Gruyère AOP a accompagné les Champions cyclistes au Tour de Romandie et de Suisse. En effet, après plus de 10 ans sur les routes du pays, il a été décidé de se tourner vers d'autres domaines sportifs afin de trouver de nouveaux consommateurs. Le Gruyère AOP est ainsi présent lors des différentes étapes de la Coupe du Monde du ski de fond. Ce noble fromage a aussi accompagné les skieurs lors de la Patrouille des glaciers. Il est également de la partie en Athlétisme à Athletissima à Lausanne, à Weltklasse à Zürich ou encore lors du Mille Gruyère. La finale du Mille Gruyère qui s'est tenue à Fribourg a vu la présence d'un ancien coureur de fond en la personne de M. Le Conseiller fédéral, Alain Berset et de Miss Suisse, Mme Lauriane Sallin. Le point d'orgue en 2016 a

## Comparaison de la production (marques caséine)





été les Championnats d'Europe à Amsterdam où le Gruyère AOP est parti à la conquête de la Hollande et du Benelux et a accompagné les différents médaillés suisses au début du mois de juillet.

En fin d'été, le Gruyère AOP a pris place aux abords de l'arène de la Fête fédérale de lutte Estavayer 2016 dans un stand commun avec le Vacherin Fribourgeois AOP.

Le Gruyère European Curling Championship qui s'est tenu à Glasgow a aussi été l'occasion de montrer la marque du Gruyère AOP tout en soutenant la promotion de ce fromage sur le marché britannique.

Le sponsoring est un excellent moyen d'accroître la visibilité de la marque en augmentant la présence sur le territoire national et international.

A l'étranger, en cette année difficile, l'Interprofession du Gruyère a encore redoublé d'efforts pour ne pas perdre de part de marché et aider en cela les différents vendeurs pour écouler de manière optimale le Gruyère AOP.

En Allemagne, en plus des activités promotionnelles habituelles, un programme de merchandising a été lancé à grande échelle dans le sud du pays. Dans le même sens, il a été développé une nouvelle présentation d'un produit « tranquette » pour la grande distribution.

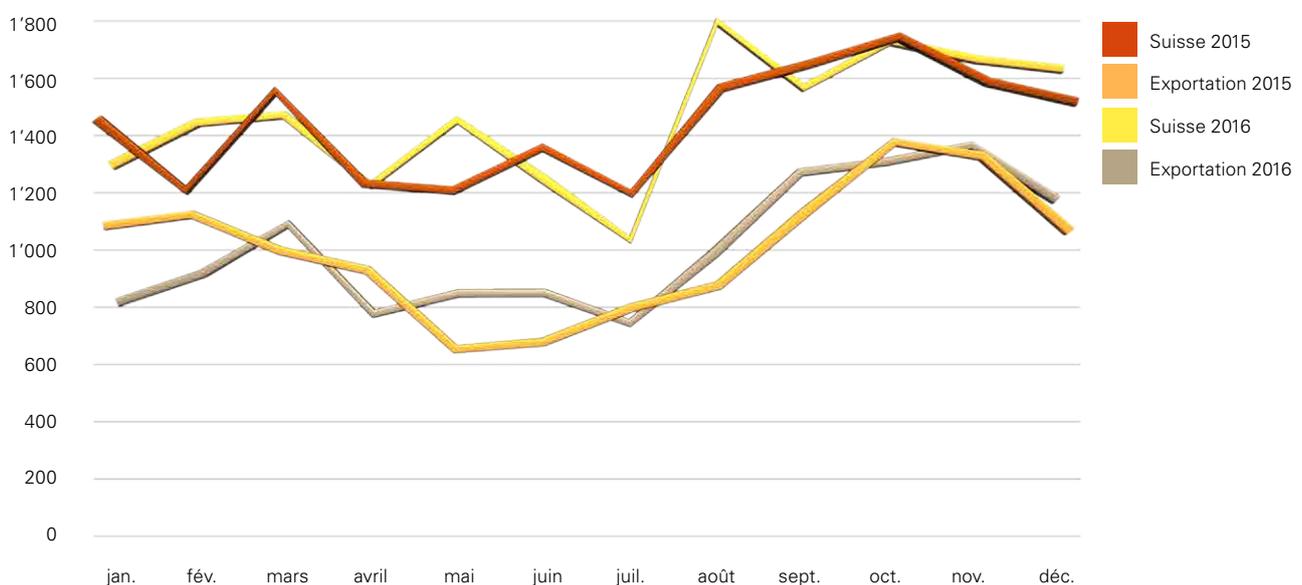
Ces activités coordonnées avec les autres sortes : Emmentaler AOP, Appenzeller ou encore la Tête de Moine AOP pour le merchandising devraient renforcer la distribution et la rotation du Gruyère AOP à l'avenir. Avec quelque 3'000 tonnes vendues dans ce pays, où le partenariat avec SCM fonctionne très bien, le Gruyère

AOP entend encore développer ses volumes vendus.

La situation est par contre plus difficile en France où les quelque 1'500 tonnes représentent aujourd'hui un plancher par rapport aux quelques 2'200 tonnes obtenues il y a quelques années. Des efforts importants sont déployés avec SCM pour reconquérir ce marché où la concurrence des fromages français, sous signe de qualité, est rude. Là également, un programme de merchandising a été mis en place pour encourager la vente. A noter, la présence remarquable du Gruyère AOP au Salon de l'Agriculture en début d'année et au SIAL en automne.

Le Benelux a connu un excellent millésime 2016 avec comme point d'orgue, la présence au Championnat d'Europe d'athlétisme au mois de juillet. Grâce à une bonne collaboration

## Vente 2015-2016 en tonnes





avec la filiale de SCM, il a été possible d'avoir une synergie entre le sponsoring et une activation marketing dans cette région.

L'Italie et l'Espagne ont connu des ventes en demi-teinte malgré des activités ciblées sur les grandes villes. Il est toujours très difficile de faire progresser les volumes dans ces régions latines qui pourtant apprécient le fromage et le Gruyère AOP en particulier.

La Grande - Bretagne a vu ses volumes augmentés malgré une livre sterling toujours plus anémique. Les activités de terrain effectuées par le Gruyère AOP dans cette contrée porte ces fruits. La participation à plusieurs shows où le Gruyère AOP a obtenu des distinctions démontrent la bonne qualité de ce fromage et son excellente présence sur le front de vente. Le Gruyère AOP était également de

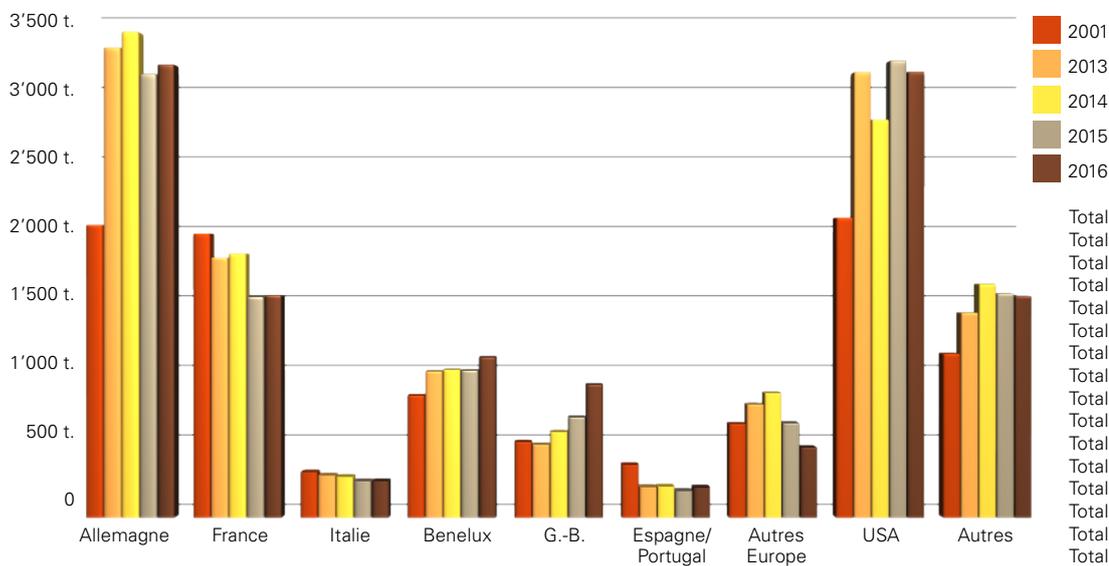
la partie en fin d'automne au Gruyère European Curling Championship à Glasgow.

Depuis la mise en place du programme « nouveaux marchés » par la Confédération, l'Interprofession du Gruyère a pu, grâce à la coordination technique de SCM, étendre son activité sur plusieurs pays. Ce dossier est géré en collaboration avec les différents acteurs de la vente. L'un des accents est mis sur les « Pays du Nord » qui recèlent un certain potentiel par le pouvoir d'achat de ses habitants. Ces derniers sont friands de produits typés. Ces activités sont renforcées par le nouvel axe sponsoring lié au ski de fond. Les étapes en Suède, Norvège et Finlande permettent de faire découvrir la marque et le fromage lui-même. Des dégustations et d'autres promotions sur le front de vente sont également mises en place.

Dans ce même esprit, plusieurs projets sont menés en Asie, dans l'hémisphère sud et à l'est de l'Europe. Pour cette dernière région, plus particulièrement la Russie, l'évolution est plus contrastée du fait des difficultés économiques et parfois logistiques que connaît ce pays.

Un accent spécifique a été mis en 2016 sur l'Amérique du Nord, principalement aux Etats-Unis. En effet, des publicités « print » ont été élaborées en prime pour renforcer l'origine et la tradition suisse du Gruyère AOP. L'Interprofession du Gruyère en collaboration avec Suisse Tourisme a effectué un travail préparatoire au printemps pour la venue de la Confrérie du Gruyère en juin lors du Fancy food show. Ce fut l'occasion de la mise en place d'une excellente manifestation pour soutenir les acteurs du marché dans leur travail qui place les

## Comparaison des exportations annuelles de Gruyère AOP en tonnes



Total 2000: 8'659 dont UE 5'814  
 Total 2001: 9'775 dont UE 6'608  
 Total 2002: 9'303 dont UE 6'064  
 Total 2003: 9'407 dont UE 5'948  
 Total 2004: 10'280 dont UE 6'147  
 Total 2005: 10'600 dont UE 6'794  
 Total 2006: 11'186 dont UE 6'719  
 Total 2007: 10'886 dont UE 6'917  
 Total 2008: 11'779 dont UE 7'205  
 Total 2009: 10'974 dont UE 7'346  
 Total 2010: 11'967 dont UE 7'501  
 Total 2011: 11'670 dont UE 7'673  
 Total 2012: 11'527 dont UE 7'568  
 Total 2013: 12'207 dont UE 7'757  
 Total 2014: 12'376 dont UE 8'063  
 Total 2015: 11'956 dont UE 7'307  
 Total 2016: 12'106 dont UE 7'551

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

Aussi  
pour les  
fondeurs.



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

  Les Fromages de Suisse.   
www.fromagesuisse.ch



Etats-Unis à la 1<sup>ère</sup> place des marchés d'exportation.

Le Canada est aussi travaillé en collaboration avec les acteurs présents sur place. Il a été organisé des activités importantes lors des finales de la Coupe du Monde du ski de fond à Canmore et au Québec.

A noter que dans une vision du développement international, le Gruyère AOP fait un travail de fond dans le cadre de la collaboration existante au plan vaudois et soutenu par les autorités de ce canton entre le Vacherin Mont d'or AOP, l'Étival AOP et le label Terravin. En effet, des cours de connaissance et d'utilisation du produit sont donnés régulièrement aux différentes écoles hôtelières ayant leur siège dans le canton de Vaud. Dans le même esprit, l'Interprofession prend une part active et

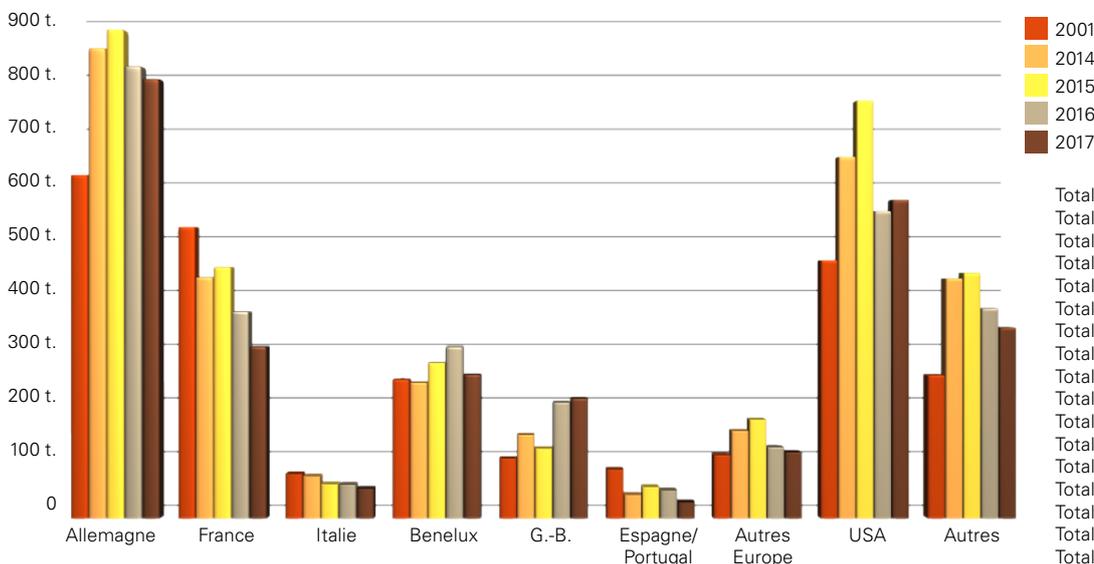
soutient financièrement la Maison du Gruyère qui a une nouvelle fois atteint un record de visiteurs en 2016. En outre, le Président et le Directeur de l'Interprofession ont pris part au Jury mis en place pour le concours d'architecte de la nouvelle Maison du Gruyère à l'horizon 2020-2025.

Tous ces projets sont repris au niveau du site internet [www.gruyere.com](http://www.gruyere.com) qui est traduit en français, allemand, italien, espagnol, anglais, suédois, finlandais, japonais et russe. L'accent est mis sur ce site sur les différentes recettes où le Gruyère AOP trouve une place de choix.

Une certaine présence est assurée au niveau d'Instagram, Facebook et Pinterest. Ces médias sociaux sont travaillés avec plus ou moins d'intensité selon les pays concernés.

Ainsi, toutes ces activités ont pour but d'accroître la notoriété de la marque Gruyère AOP à travers le monde tout en faisant découvrir ce fromage dont le goût reste l'atout premier. Comme l'a relevé le rapport de l'expert, il est impératif que la structure marketing soit renforcée pour assurer toutes les prestations et que les actions soient encore mieux coordonnées avec les acteurs de la vente. Il va s'en dire que toutes ces mesures ne peuvent être couronnées de succès que si elles sont menées de manière optimale et que les fonds accordés par la Confédération restent disponibles. Si toutes ces conditions sont remplies, le Gruyère AOP pourra poursuivre sa conquête du marché mondiale et défendre sa place de fromage suisse le plus apprécié des consommateurs suisses.

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





# Manifestations 2016

## Janvier à mars 2016

Giant Xtour (1)

## 14 au 17 janvier 2016

Swiss Expo, Lausanne

## 17 au 19 janvier 2016

Winter Fancy Food Show et Cheesemonger Invitational, San Francisco (2)

## 27 février au 6 mars 2016

Salon International de l'Agriculture de Paris (SIA) (3)

## 10 au 13 mars 2016

Schlaraffia, Weinfelden

## 19 et 20 mars 2016

Marché des AOC, AOP et IGP, Bourg-en-Bresse

## 2 au 10 avril 2016

Championnats du Monde de Curling masculins, Bâle

## 5 au 9 avril 2016

Zermatt Unplugged

## 15 au 24 avril 2016

Muba, Bâle

## 19 au 22 avril 2016

Patrouille des glaciers

## 22 au 24 avril 2016

Journées des fromages suisses AOP, Grangeneuve

## 26 avril au 1 mai 2016

Tour de Romandie

## 29 avril au 8 mai 2016

BEA, Berne

## 29 avril au 8 mai 2016

LUGA, Lucerne

## Entre mai et septembre 2016

Finales régionales du Mille Gruyère (4)

## 7 et 8 mai 2016

Foire agricole, Moudon

## 25 au 29 mai 2016

Tutticanti, Bulle

## 11 au 19 juin 2016

Tour de Suisse (5)

## 24 juin 2016

Intronisation des compagnons américains à la Confrérie du Gruyère, New York (6)

## 26 au 28 juin 2016

Summer Fancy Food Show et Cheesemonger Invitational, New York

## 6 au 10 juillet 2016

Championnat d'Europe d'Athlétisme, Amsterdam (7)

## 10 juillet 2016

Slow Up, La Gruyère

## 14 au 17 juillet 2016

Championnat d'Europe d'Athlétisme jeunesse, Tbilisi, Georgia

## 19 au 24 juillet 2016

Paléo Festival, Nyon

## 12 au 14 août 2016

Swiss Food Festival, Zermatt (8)

## 25 août 2016

Athlétissima, Lausanne

## 26 au 28 août 2016

Fête fédérale de lutte suisse et des jeux alpestres, Estavayer (9)

## 30 août au 1 septembre 2016

Weltklasse, Zürich (10)

## 10 au 19 septembre 2016

Comptoir suisse, Lausanne

## 23 au 26 septembre 2016

Swiss Cheese Awards, La Vallée de Joux

## 23 septembre au 2 octobre 2016

Züspa, Zurich

## 30 septembre au 9 octobre 2016

Foire du Valais, Martigny

## 13 au 23 octobre 2016

OLMA, Saint-Gall

## 16 au 20 octobre 2016

Salon International de l'Alimentation, Paris

## 28 octobre au 1<sup>er</sup> novembre 2016

Salon des Goûts et Terroirs, Bulle

## 10 au 13 novembre 2016

Taste of Melbourne, Australie (11)

## 11 au 20 novembre 2016

Les Automnales, Genève

## 16 au 18 novembre 2016

World Cheese Awards, Donostia - San Sebastián, Espagne

## 18 au 20 novembre 2016

Slow Food Market, Zurich

## 19 au 26 novembre 2016

Le Gruyère European Curling Championship, Braehead, Ecosse (12)

## Novembre 2016 à mars 2017

Coupe du monde de ski de fond (13)

## 11 décembre 2016

Championnats d'Europe de cross (athlétisme), Chia, Italie (14)

## Toute la saison d'hiver

Fribourg Gottéron

Soirée fondue sur le lac des Quatre Cantons

## Toute l'année

Affichage sur tous les bus électriques de Zermatt (15)

Du fromage suisse sur les vols économiques de la compagnie Swiss qui partent des aéroports suisses



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



## Organes de l'Interprofession du Gruyère

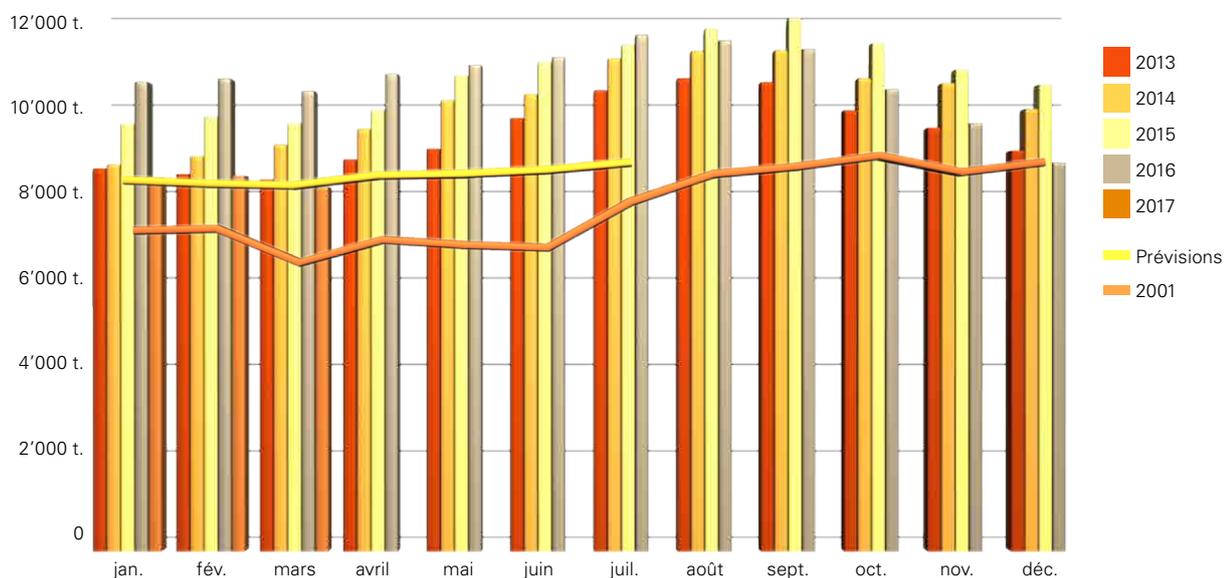
Reconduit à l'unanimité par l'Assemblée des délégués, M. Oswald Kessler poursuit en tant que Président de l'Interprofession du Gruyère. Le Comité s'est réuni à 11 reprises dont 2 jours pour un séminaire qui s'est tenu à Balsthal. A cette occasion, il a été possible de réaffirmer les lignes directrices définies. Celles-ci sont basées sur un développement de la filière qui passe par une gestion stricte des quantités tout en maintenant les prix. A ce titre, la marque Le Gruyère AOP Switzerland doit être clairement mise en avant.

Le Comité a traité des affaires courantes qui étaient très marquées par l'évolution défavorable du taux de change rendant les ventes difficiles en début d'année. Le Comité a ainsi été contraint de prendre des décisions draconiennes au niveau de la quantité à produire puisque seulement 90% du volume attribué par site de production pouvait être élaboré en 2016. Sur cette base, le Comité s'est ainsi engagé à trouver des indicateurs précis aptes à gérer de manière plus fine la production en fonction de l'évolution des ventes.

Le Bureau s'est réuni à 7 reprises pour coordonner les activités du Comité et définir la politique salariale du personnel mais également pour prendre connaissance et étudier à l'intention du Comité, le rapport d'analyse effectué en 2016. Les conclusions que le Comité en a tirées se trouvent dans les perspectives 2017.

L'Assemblée des délégués a tenu 2 séances, 1 pour les comptes et le rapport annuel et l'autre pour le budget. En 2016, l'Assemblée des délégués a également réélu le Comité pour une nouvelle période statutaire. Dans ce cadre, elle a

### Comparaison de l'évolution des stocks (fin mars 2017) en tonnes





remercié chaleureusement M. Jean-Marie Dunand qui quitte le Comité et qui a été remplacé par M. Adrian Scheidegger de la fromagerie de Niedermuhren.

La Commission d'alpage s'est réunie à 3 occasions. Cette Commission a pour but de traiter plus particulièrement de la problématique inhérente à cette spécialité au sein de la filière du Gruyère AOP. Les questions des prix et des quantités ont été abordées et trouveront une conclusion en 2017. La Commission d'alpage a enregistré avec satisfaction que l'un des leurs a été honoré du titre de Swiss Cheese Awards de l'année lors cette manifestation à la Vallée de Joux.

La Commission bio s'est réunie à 5 reprises pour aborder le sujet de la quantité et de la qualité de la production biologique au sein de la filière du Gruyère AOP. Si du côté de la qualité, la situation est tout à fait satisfaisante, elle ne l'est pas du côté de l'évolution des ventes. En effet, sur les 1'100 tonnes attri-

buées, seul environ 1'000 tonnes ont trouvé véritablement preneur dans ce segment de marché. Des discussions sont menées avec Bio Suisse pour essayer de trouver des nouveaux marchés ainsi que



de positionner le Gruyère AOP Bio pour qu'il soit plus présent dans les différents étalages du pays et de l'étranger.

La Commission marketing a tenu 5 séances. Elle a défini les différents axes marketing pour 2016 et perspectives 2017 que cela soit sur le marché national et international en mettant un accent sur les possibilités de développement dans les nouveaux marchés. La Commission marketing sera appelée à évoluer en fonction des conclusions du rapport d'analyse.

La Commission de planification s'est réunie elle à 4 reprises. Elle a traité la problématique de la gestion des quantités en statuant sur plusieurs demandes d'adaptation en fonction du nouveau système 3/9. 1 décision a fait l'objet de recours qui a engendré la convocation d'une séance de la Commission de recours en matière de gestion des quantités. Le recours a été rejeté.

La Commission de qualité s'est réunie à 2 reprises pour traiter les différents sujets qui lui sont attribués. La Commission se préoccupe de l'évolution de la qualité du Gruyère AOP qui est dans l'ensemble bonne. Cependant, il y



a lieu de veiller que les techniques de production maintiennent un caractère artisanal au produit en lui procurant un goût inimitable. Dans ce cadre, un groupe de travail certification a été mis en place pour s'assurer que les normes d'hygiènes inhérentes à l'élaboration d'un fromage ne portent pas préjudice au Gruyère AOP lui-même et qu'il y ait une prise en compte de tous les points figurant dans l'application du cahier des charges au moment de l'obtention de l'autorisation de fabriquer.

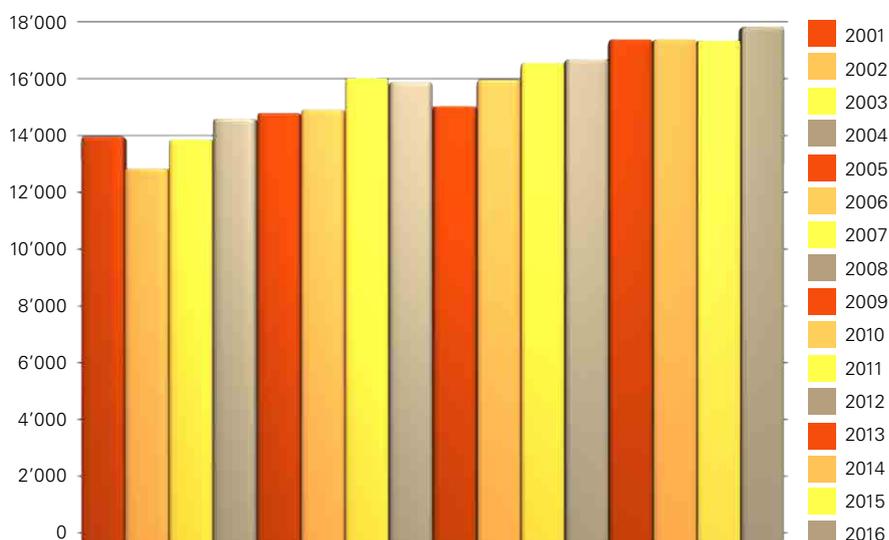
L'administration est toujours placée sous la conduite de Monsieur Philippe Bardet, Directeur et Monsieur Marc Gendre, Vice-Directeur. Ce dernier coordonne le secteur qualité dont le travail se répartit entre Messieurs Thierry Bize, Christophe Magne et Jean-Louis Andrey qui travaille à 60%. Monsieur Jean-Louis Andrey prendra une retraite bien méritée en 2017. Le secteur marketing placé sous la coordination du Directeur est composé de Mesdames Laure

Rousseau et Lucie Monney pour le début de l'année ainsi que Monsieur Philippe Gremaud. En cours d'année, la structure a vu l'arrivée de Monsieur Philippe Neyroud qui devait renforcer le secteur en ce qui concerne les nouveaux médias et s'occuper d'une partie des nouveaux marchés. Malheureusement Monsieur Philippe Neyroud n'a pas poursuivi sa tâche. En fin d'année, Madame Marie L'Homme a repris les tâches de Madame Lucie Monney qui a décidé de quitter l'Interprofession pour reprendre

d'autres fonctions au sein de l'administration fédérale.

Le secrétariat est assuré par Mesdames Christine Grandjean et Julie Sudan chacune occupant un poste à 80%. La comptabilité est tenue par Mesdames Magali Vuichard et Sandy Uldry chacune à 50%. Cette petite équipe motivée poursuivra son travail de promotion et de défense du Gruyère AOP pour l'année 2017.

### Comparaison de la production alpage marque de caseine (tonnes)





Le Comité dans sa conception depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2016 entourant Monsieur Jean-Pierre Egger.

## Comité de l'Interprofession du Gruyère

Président	Oswald Kessler*	Yverdon-les-Bains
Producteurs	Romane Botteron Didier Roch* Nicolas Savary Pascal Surchat	La Sagne Ballens Sâles (Gruyère) Blessens
Fromagers	Nicolas Schmoutz Adrian Scheidegger Didier Germain** René Pernet	Mézières FR Niedermuhren 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	Jean-Pierre Huguenin Olivier Isler Daniel Koller	Avocat, Boudry Fromarte, Berne PSL, Berne

\* Membres du Bureau  
# Vice-Président



# Perspectives 2017

**Pour l'avenir 2017, les organes de l'Interprofession auront comme tâche d'améliorer le fonctionnement sur la base des préceptes suivants.**

## Quantité

- Mettre en place un outil de gestion et de planification dans un esprit de transparence et de confiance, dans un objectif de croissance qualitative, en définissant un seuil d'alerte.
- Renforcer les mesures et décisions permettant le respect de règles et de lutte contre les imitations.

## Qualité

- Mettre en place un système d'observation de la qualité (intrinsèque et globale) jusque sur les points de vente, en tenant compte des attentes du consommateur (panel).
- Mettre en place une veille de l'évolution des techniques de production et d'installation en relation avec la qualité du Gruyère AOP.

## Rentabilité

- Assurer la rentabilité de la filière, de ses acteurs et de son administration.
- Analyser la mise en place d'une structure juridiquement reconnue, de coordination commerciale interne à la filière.

## Client

- Analyser et définir l'image, l'histoire, les forces et les particularités du Gruyère AOP.
- Analyser et définir ce que l'on veut transmettre au client et au consommateur.

## Marque et Marketing

- Etablir une stratégie claire de marque et de marketing en analysant objectivement la situation actuelle.
- Réorganiser la structure marketing de l'IPG en redéfinissant les objectifs, les tâches et les responsabilités des acteurs concernés.

- Réaliser un concept de communication.

## Avenir de l'IPG

- Mettre en place un système d'analyse des risques pour l'IPG (Riskmanagement).
- Promouvoir et favoriser l'identification des membres à la filière à laquelle ils appartiennent.

Fort de ces lignes directrices, l'Interprofession entend relever les défis de l'avenir afin que le Gruyère AOP évolue dans l'intérêt du consommateur tout en assurant une base économique équitable à l'entier des acteurs qui élaborent quotidiennement ce noble fromage.



## Récapitulation de la répartition du potentiel total de production de Gruyère AOP par fromagerie et par canton pour l'année 2017 (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	14'663'711	51.96	84	326'008	30.39	4	14'989'719	51.17	190'208	35.95	31	15'179'927	50.90	115
VD	7'960'399	28.21	41	303'972	28.33	3*	8'264'371	28.21	317'655	60.04	20	8'582'026	28.78	62
NE	2'806'760	9.95	15	92'750	8.65	1	2'899'510	9.90				2'899'510	9.72	15
JU	683'917	2.42	3	142'624	13.29	1	826'541	2.82				826'541	2.77	3
JUBE + al. 1	845'131	2.99	6	92'328	8.61	1	937'459	3.20	21'203	4.01	3	958'662	3.21	9
BE	796'208	2.82	9	115'138	10.73	1	911'346	3.11				911'346	3.06	9
Autres cantons	463'237	1.64	6				463'237	1.58				463'237	1.55	6
<b>Totaux</b>	<b>28'219'363</b>	<b>100</b>	<b>164</b>	<b>1'072'820</b>	<b>100</b>	<b>11*</b>	<b>29'292'183</b>	<b>100</b>	<b>529'066</b>	<b>100</b>	<b>54</b>	<b>29'821'249</b>	<b>100</b>	<b>219</b>

\* Le nombre total de fromageries produisant du bio est composé de 10 fromageries produisant du traditionnel et bio et 1 fromagerie produisant uniquement du bio.