

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND 

No 44 - Mai 2018

l'oiseau



Rapport annuel **2017**
de l'Interprofession du Gruyère

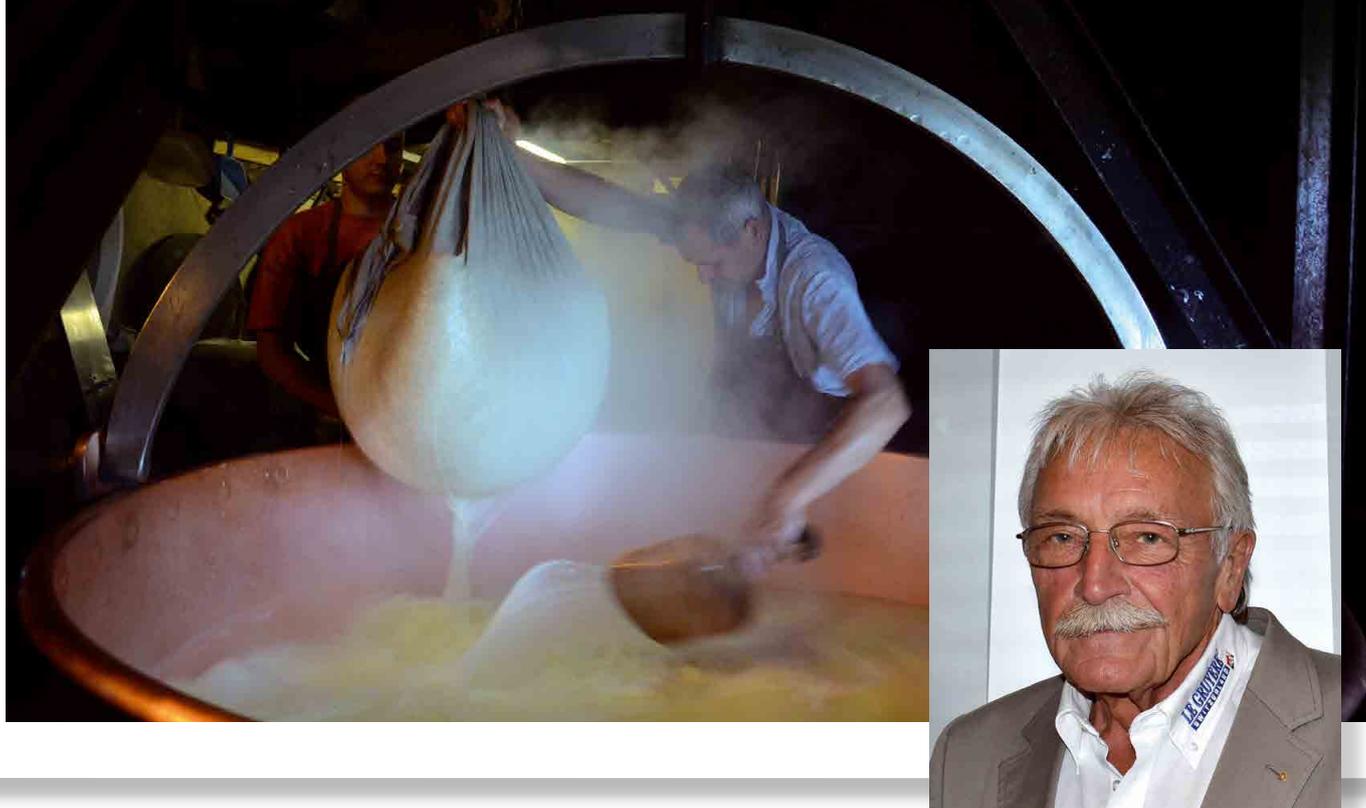


SOMMAIRE

- 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 2017
- 20 ORGANES DE L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
- 23 COMITÉ DE L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
- 24 PERSPECTIVES 2018

GRAPHIQUES

- 04 RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION DE GRUYÈRE AOP PENDANT L'ANNÉE 2017
- 05 VENTES MENSUELLES 2017 EN SUISSE ET À L'EXPORTATION
- 06 PRODUCTION TOTALE 2000-2017
- 07 COMPARAISON DES VENTES
- 10 COMPARAISON DE LA QUALITÉ SELON L'ANNÉE CIVILE
- 14 COMPARAISON DE LA PRODUCTION (MARQUES CASÉINE)
- 15 VENTES 2016-2017
- 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 2018)
- 22 COMPARAISON DE L'ÉVOLUTION DES STOCKS SANS ALPAGE (FIN MARS 2018)
- 22 COMPARAISON DE LA PRODUCTION ALPAGE (MARQUES DE CASÉINE)
- 24 RÉPARTITION DU POTENTIEL TOTAL DE PRODUCTION DE GRUYÈRE AOP PAR FROMAGERIE ET PAR CANTON POUR L'ANNÉE 2018



Message du **Président**

L'année 2017 s'est terminée avec une perspective positive pour l'avenir.

Après deux ans de restriction de la production, nous avons réussi à rééquilibrer l'offre par rapport à la demande.

Le renchérissement du franc suisse a laissé des traces et fait baisser les volumes à l'export. Par moment, le Gruyère AOP a été jusqu'à 20% plus cher pour les clients à l'étranger.

Actuellement, le taux de change ne devrait plus être un handicap pour l'exportation.

L'ensemble de la production a atteint une qualité excellente, nous avons eu très peu de quantité qui n'a pas atteint les critères de qualité exigés.

Malgré la pression permanente des prix du commerce de détail, nous avons pu maintenir la valeur ajoutée pour les membres de notre filière.

Je vous rappelle, en résumé, ce que notre cahier des charges exige :

Toutes les étapes de production d'un produit AOP sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une aire géographique délimitée, sur base d'un cahier des charges. C'est l'Office fédéral de l'agriculture qui approuve ou rejette les demandes d'enregistrement.

Maximiser la qualité, sauver le patrimoine régional, maintenir la valeur ajoutée de tout le travail effectué dans la région, éviter qu'une spécialité de longue tradition ne se transforme.

En plus d'avoir un produit excellent dans l'assiette, la consommatrice et le consommateur peuvent savoir ce qu'ils mangent, d'où ça vient, qui le fait et comment c'est fait. Il s'ajoute à cela le souci concernant la détention des animaux. Comment sont-ils tenus ? Comment sont-ils nourris ? Ont-ils la liberté d'aller au pâturage ?

Le cahier des charges du Gruyère AOP définit clairement le processus de la production du lait, de l'affouragement du bétail jusqu'à la livraison du lait immédiatement après la traite deux fois par jour à la fromagerie.

Notre cahier des charges et le guide des bonnes pratiques, respectés et contrôlés, garantissent aux consommateurs l'application de règles sévères. Nous ne cherchons pas la productivité au détriment de l'éthique et de la tradition artisanale.

D'après Brand Asset Valuator 2017, Le Gruyère AOP Switzerland fait partie des dix marques les plus connues des consommateurs suisses.

C'est le résultat réjouissant de notre investissement depuis plusieurs années pour faire connaître la marque au niveau national et international.

Le sponsoring d'événements comme le curling, le ski de fond, l'athlétisme, le hockey sur glace et la présence à une multitude de manifestations régionales a largement contribué au résultat.

Notre Gruyère AOP est non seulement apprécié pour son excellent goût incomparable mais aussi pour l'engagement de tous les acteurs de la filière de respecter quotidiennement leurs animaux, la tradition, l'artisanat, la région et l'environnement.

Vive Le Gruyère AOP Switzerland!

Oswald Kessler
Président de l'IPG

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 

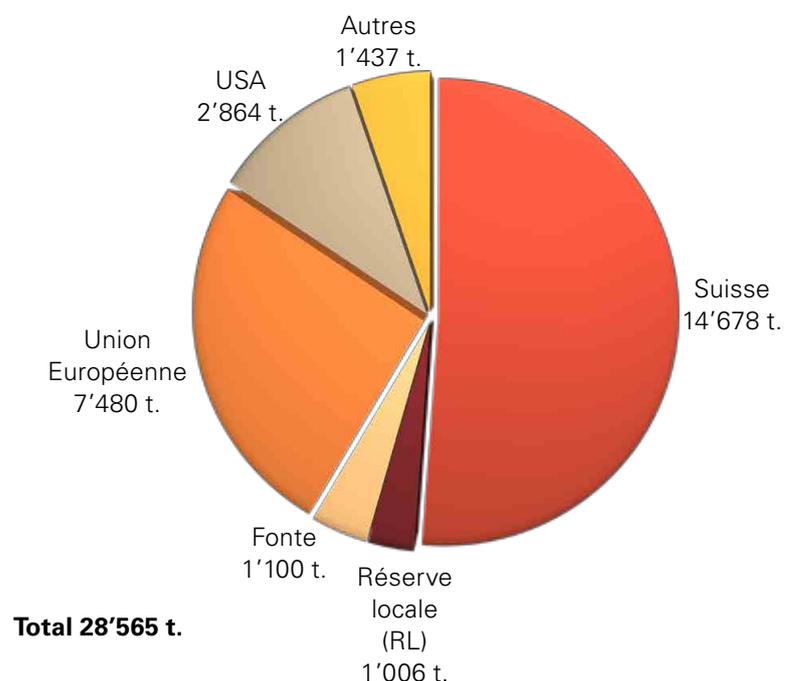


Situation générale

Au cours des 20 ans d'existence, célébrés en 2017, l'Interprofession du Gruyère a connu 2 crises de marché majeures qui ont chaque fois conduit à une restriction de la production de 10 %. Fort heureusement, cette diminution, aussi dure soit-elle a été temporaire, en permettant de repartir d'un bon pied, une fois les mesures d'assainissement effectuées. Ce fut encore une fois le cas l'année dernière ou, après être parti prudemment pour le 1^{er} trimestre à 93 %, il était possible de passer à 98 % pour donner une perspective à 100 % pour l'année 2018. Si ces décisions, ainsi qu'une production laitière aux teneurs étonnantes durant l'été, n'ont pas permis d'avoir un échelonnement idéal de la production, il n'en reste pas moins que les stocks se trouvaient dans une situation idéale en fin d'année. Ainsi, cette décision, de toucher à la quantité sans modifier à la baisse les prix, était des plus cohérentes. En effet, le Gruyère AOP a une valeur que l'on ne doit pas brader sur le marché. Il est même évident qu'au niveau national, les prix doivent être adaptés à la hausse pour permettre à chacun, y compris au front de vente d'avoir une marge permettant de garantir un marché à long terme et surtout un réinvestissement nécessaire pour l'avenir. Dans la filière du Gruyère, il est à saluer la bonne répartition actuelle de la plus-value entre les différents acteurs participants à l'élaboration et surtout à la vente de ce produit.

Ces perspectives positives ne sont valables que si l'image excellente que connaît le Gruyère AOP reste au niveau où elle se trouve. Si la qualité intrinsèque de ce noble fromage est sans conteste son goût, ce point ne doit pas représenter à lui tout seul l'unique atout du produit. Tous les prescripteurs d'opinion, et à plus forte raison le consommateur, s'accordent également et quasi unanimement à dire que l'image forte représente bien une envie d'achat. A l'échelle mondiale, le Gruyère AOP provient d'une petite région, l'Ouest de la Suisse et est élaboré dans des structures décentralisées. Cet aspect est sans nul doute une force pour le produit. Reste aujourd'hui à définir ce que sont et représentent des structures décentralisées. Il faut

Répartition de la consommation de Gruyère AOP pendant l'année 2017 en tonnes





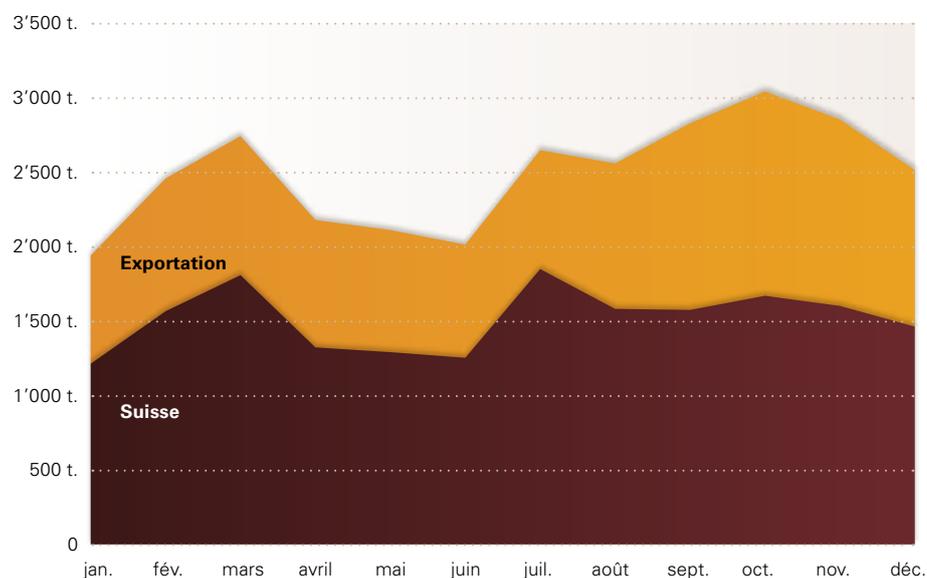
se souvenir que le projet AOP du Gruyère, initié avec la signature de la charte en 1992, visait à promouvoir cette situation et surtout à en garantir la pérennité. En effet, à cette époque, on parlait d'un projet d'une grande usine à Gruyère du côté de la Singine. Un certain nombre de personnes, perspicaces dans les instances politiques et professionnelles, ont pensé alors que l'avenir du produit était dans sa différenciation par rapport à la multitude de fromages qui nous entourent. Ce concept a fait ses preuves jusqu'à aujourd'hui et il a permis une dynamique économique dans la filière avec un nombre important de

rénovations de fermes, de fromageries et d'agrandissement de caves à fromage.

Ce dynamisme ne place pas le seul profit à court terme en premier lieu mais il permet à chacun de se développer. On observe aujourd'hui que la filière est à un tournant avec des structures qui s'agrandissent. La question qui se pose, ainsi qu'à toute la chaîne de mise en valeur, est de savoir si ces structures laitières et fromagères sont encore artisanales et si le rôle déterminant de l'humain reste au centre du processus de production et qu'elles sont ensuite capables d'être remises à un indépendant sans apport de capital de l'étranger. Cette réflexion sera essentielle dans les prochains mois afin de garantir aux générations futures de pouvoir encore vivre du Gruyère AOP.

C'est avec ces réflexions importantes que le Gruyère AOP pourra encore rayonner pour le plaisir du consommateur d'ici et d'ailleurs.

Ventes mensuelles 2017 en tonnes



LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND



Gestion des quantités

Sur la base des décisions prises en 2015, la gestion des quantités de Gruyères AOP dans les fromageries s'est poursuivie selon le système 3/9. En application de ce principe et compte tenu de la situation du marché et des stocks, les organes de l'IPG ont décidé d'une production à 93% sur les 3 premiers mois de l'année puis ont pu monter ce chiffre à 98% sur une base annuelle pour les 9 derniers mois. Cette décision portait sur le Gruyère AOP traditionnel tandis que le Gruyère AOP Bio voyait sa production plafonner dans un premier temps à 96%. Au vu de l'évolution des stocks et des ventes, il était toutefois possible de remonter ces chiffres à 98% également pour le Gruyère AOP Bio sur la fin de l'année. Ces décisions ont permis d'atteindre un niveau de stocks ayant une très bonne répartition en fin d'année.

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 les plus anciens.

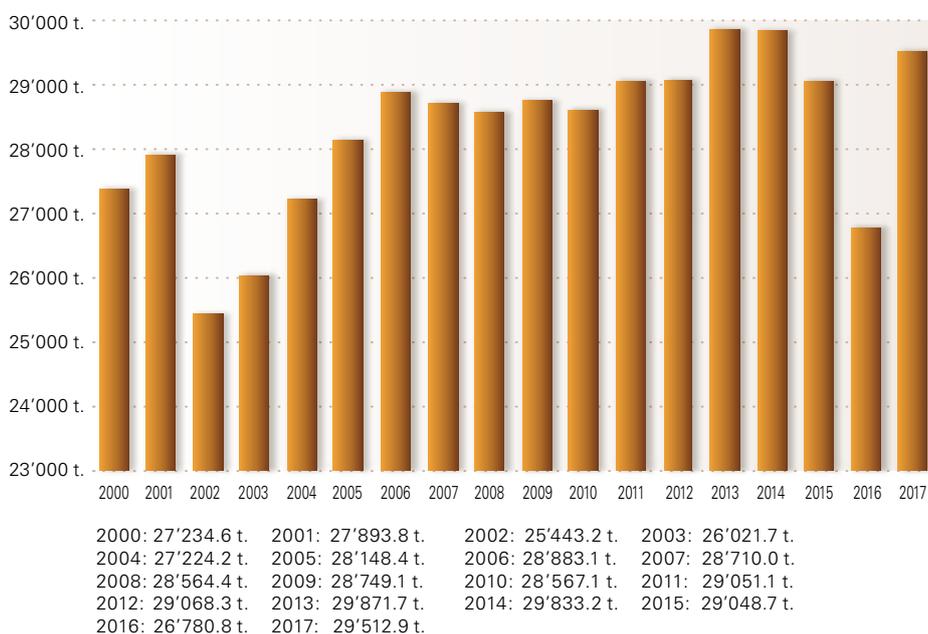
Dans les chiffres globaux des quantités, il est englobé la diminution quantitative due à la qualité. Celle-ci s'est montée à 95 tonnes en 2017 alors qu'elle était de 83 tonnes en 2016. On peut penser aujourd'hui, vu la bonne qualité globale, que ce chiffre sera celui présent ces prochaines années.

En ce qui concerne le Gruyère d'Alpage AOP, la quantité à produire est restée à 100% tout

en relevant que certaines adaptations ont été effectuées dans différents alpages en tenant bien entendu compte de la qualité et du potentiel fourrager. En outre, comme rappelé dans les dispositions concernant les activités de la Commission d'alpage, à partir de la saison 2017, un site qui produisait anciennement comme une fromagerie a été reclassé en Gruyère d'Alpage AOP puisqu'il applique pleinement les dispositions du cahier des charges en la matière.

L'évolution positive de ce segment de marché permet de maintenir bien vivante la production de Gruyère d'Alpage AOP au sein de la grande famille du Gruyères AOP, ceci pour le plus grand plaisir du consommateur.

Production totale 2000-2017 en tonnes





Situation du marché

La quantité du Gruyère AOP vendue en 2017 était en dessous des chiffres de 2016 et proche de ceux de 2015. Toutefois, il était important de mettre en parfaite adéquation le potentiel de vente avec celui de la production pour permettre aux vendeurs d'effectuer leur travail en toute sérénité. Cette gageure a été atteinte en fin d'année même s'il aurait été souhaitable que les mois de novembre et décembre aient connu des ventes plus importantes. Il est toutefois réjouissant de constater que le début de l'année 2018 donne des signes positifs. En outre, il est à relever que tant le prix du lait que le prix sortie fromagerie sont restés à un niveau qui permet aux différents acteurs de la filière de vivre de manière décente.

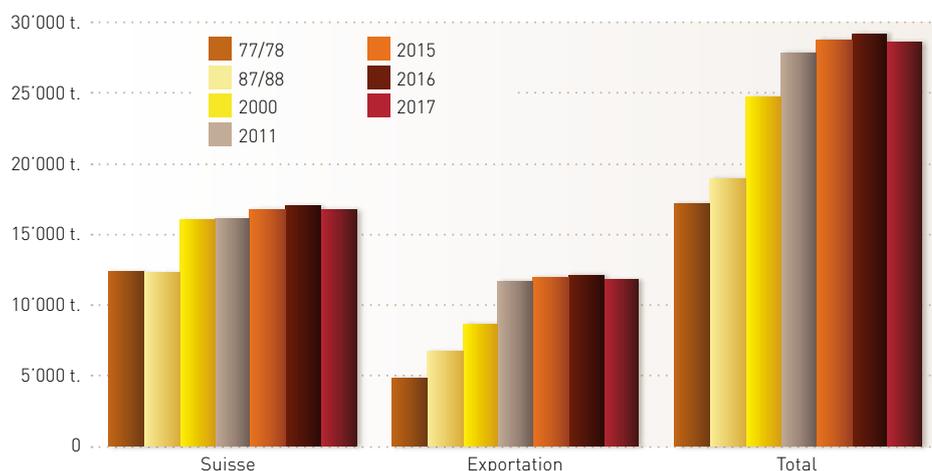
Dans le détail sur les 28'565 tonnes vendues en 2017, c'est quelques 11'787 tonnes qui ont été exportées. Deux pays à l'exportation ressortent du lot, il s'agit tout d'abord des Etats-Unis avec un peu moins de 3'000 tonnes et l'Allemagne qui dépasse cette barre à quelque

3'224 tonnes. Nous trouvons ensuite la France avec 1'200 tonnes qui a encore perdu des parts de marché en 2017. Toutefois les différents efforts consentis font penser qu'on devrait retrouver de 1'500 à 1'800 tonnes dans les années futures. Deux autres pays de l'Europe montrent des chiffres encourageants, c'est la région du Benelux et celle de la Grande-Bretagne. Dans ce cadre, on peut voir que les actions promotionnelles qui sont consenties par l'Interprofession du Gruyère portent leurs fruits.

De manière globale, le Gruyère AOP prend place dans quelques 58 pays avec toujours bien entendu comme principal marché la Suisse. Ce pays a toujours un volume appréciable même s'il est sous forte pression des fromages d'autres régions ainsi que de l'importation qui s'accroît toujours de manière exponentielle. Il était évident qu'au vue de la répartition des marchés, il faut trouver un juste équilibre entre la défense de la place de numéro 1 sur le plan national et celle de trouver de nouvelles parts de marché sur les marchés internationaux. Il y a donc lieu de trouver une parfaite coordination avec les forces de

ventes qui s'appuient aussi sur une qualité sans faille et une promotion de tous les instants mettant en avant la marque « Le Gruyère AOP Switzerland ».

Comparaison des ventes en tonnes





Dossiers AOP et **situation internationale**

L'année 2017 a vu la poursuite de la défense du nom et de la marque « Le Gruyère AOP Switzerland » en Suisse et à travers le monde.

Au vu de l'entrée en vigueur du Swissness, il a été ainsi possible de déposer une marque au niveau national qui devrait être la propriété de l'Interprofession du Gruyère. L'enregistrement de celle-ci devrait devenir réalité dans le premier trimestre 2018. Fort de cette assise nationale, il sera ainsi possible de renforcer la défense du nom au niveau international.

Il va sans dire qu'une telle défense passe également par une application, sans faille, par la filière des dispositions du cahier des charges du Gruyère AOP et de la charte graphique qui donne des dispositions précises dans l'utilisation de la marque « Le Gruyère AOP Switzerland ». A ce titre, l'Organisme intercantonal de certification (OIC) contrôle toutes les étiquettes mises sur le marché. On peut noter que globalement, sur le plan national, ces dispositions sont relativement bien respectées.

Au niveau international, l'Interprofession du Gruyère mène un combat pour protéger le nom dans les différents pays du monde. Sur plusieurs dossiers, ce domaine est mené de concert avec le Gruyère IGP français ainsi que les instances européennes et celles de la France et plus particulièrement l'Institut national de l'original et de la qualité (INAO).

Il y a lieu de vérifier en premier lieu la pleine application des dispositions de l'accord avec l'Union européenne pour la reconnaissance mutuelle des noms. Des actions sont

effectuées auprès de différents acteurs du marché qui utilisent le nom Gruyère à mauvais escient. Plusieurs cas ont été aujourd'hui résolus à satisfaction de tout le monde, soit l'abandon pour des produits ne correspondant pas au cahier des charges de l'utilisation du nom Gruyère.

Dans les pays plus lointains, plusieurs démarches sont en cours pour déposer des marques afin d'avoir des assises juridiques plus fortes pour lutter contre l'usurpation.

Pour mener à bien ce travail, l'Interprofession du Gruyère s'appuie sur ses avocats et ceux mandatés dans les pays où le problème est rencontré. Elle est également aidée par des instances fédérales comme l'Office fédéral de l'agriculture, l'Institut de la propriété intellectuelle, l'Union européenne et l'INAO, les organisations nationales et internationales, telles que Switzerland Cheese Marketing (SCM) et l'Association pour les AOP-IGP, mais également l'association origIn dont l'action est primordiale pour assoir les différents arguments utilisés.

A ce titre, des efforts supplémentaires ont été consentis pour avoir une antenne de cette association origIn présente sur le territoire américain.

La défense de la marque « Le Gruyère AOP Switzerland » est un travail de tous les instants où l'on agit sans relâche afin d'assurer la démarche promotionnelle et surtout défendre son plein succès sur le marché. Des montants importants sont dépensés par l'Interprofession à ce titre.





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.

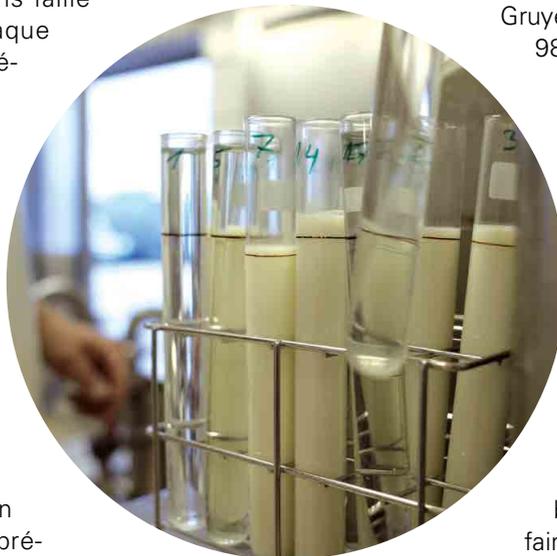
Compte tenu de la traçabilité sans faille liée à la marque de caséine, chaque meule est ainsi contrôlée précisément lors de son existence. Une première appréciation qualitative est effectuée aux environs de 3 mois, lorsque l'affineur prend en charge le produit à la sortie des caves des fromageries. La 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 marché. Avant la sortie définitive des caves, le Gruyère AOP subit une 3^{ème} appréciation qui est effectuée par l'affineur/vendeur.

Cet important travail, au professionnalisme de tous les instants, assure au Gruyère AOP qu'il

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

De manière globale, la production 2017 du Gruyère AOP traditionnel et biologique, a été d'excellente qualité. La baisse de proportion de IB entamée en 2014 s'est poursuivie en 2017. Les mesures mises en place ces dernières années pour assurer la qualité du Gruyère AOP portent leurs fruits. Ainsi, le 98,09% des lots a été classé en qualité IA. La proportion des lots ayant obtenu 19 pts et plus est passée à 63,17% alors qu'elle était de 61,06% l'année précédente. Le niveau de 2^{ème} choix est très faible. Il est à mentionner que sur 48 recours qui ont été déposés, environ le 55% a été gagné. Ces différents résultats ont permis de payer 5.28 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 particulières. 95,7% de la production a été obtenue en classement de qualité IA alors que 64,08% a atteint 19 pts et plus.





Analyses chimiques

Teneur en eau et matière grasse

Des contrôles systématiques de la composition chimique sont effectués sur chaque lot mis dans le commerce. 14 analyses ont fait l'objet de recours dont 7 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.

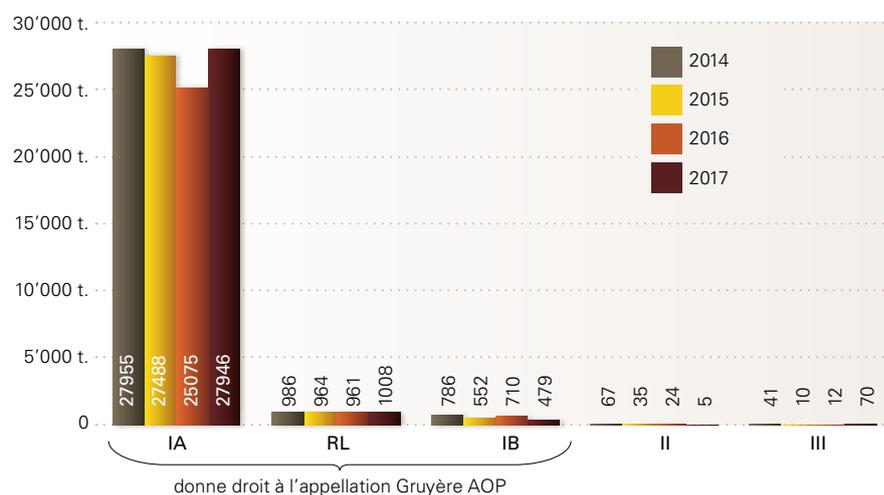
Analyses spécifiques

L'Interprofession procède à des analyses liées à la qualité hygiénique et bactériologique du fromage. En 2017, la totalité des échantillons prélevés a eu des résultats négatifs par rapport à la présence de différents produits pathogènes tel que listéria. Le Gruyère AOP est ainsi conforme aux prescriptions légales. Ceci est important pour le consommateur qui achète du Gruyère AOP, un produit sans aucun additif, naturellement sans lactose et sans gluten.

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 une seule reprise durant 2017. 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.

Mondial du Fromage et des Produits laitiers, Tours, France, 12 juin 2017

Cette foire professionnelle a réuni 191 exposants de 30 nationalités différentes.

Près de 650 fromages et produits laitiers ont été présentés au concours produits du lundi 12 juin 2017, organisé dans le cadre de cette manifestation.

La Fromagerie Moléson SA a obtenu 2 médailles avec Le Gruyère AOP lors de ce concours:

Médaille d'or: avec mention « Super Gold », coup de coeur du jury ayant jugé la catégorie: Le Gruyère AOP Vieux Suisse Moléson 18 mois

Médaille d'argent: Le Gruyère AOP corsé Moléson 12 mois

Ces deux fromages ont été affinés par Fromage Gruyère SA, Bulle

Concours de la Société fribourgeoise d'économie alpestre, Charmey, 21 juillet 2017

57 artisans ont répondu à l'invitation de la Société fribourgeoise d'économie alpestre. Celle-ci a organisé un concours des produits du terroir pour célébrer son 120^{ème} anniversaire.

Dans la catégorie: Gruyère d'Alpage AOP

Médaille d'or: Le Gruyère d'Alpage AOP d'Alexandre Murith, Alpage Provêta-Tsermont, affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle

Médaille d'argent: Le Gruyère d'Alpage AOP de Laurent et Nicolas Brodard, Alpage La Guignarde

Médaille de bronze: Le Gruyère d'Alpage AOP de Maurice Bapst, Alpage Vacheresse

Diplôme: Le Gruyère d'Alpage AOP de Jacques Ruffieux, Alpage Tissiniva

Diplôme: Le Gruyère d'Alpage AOP de Philippe et Samuel Dupasquier, Alpage Le Lily

Ces 4 derniers fromages ont été affinés par la Coopérative fribourgeoise des fromages d'alpage, Charmey.

Dans la catégorie: Fondue Moitié/Moitié

Médaille d'or: Fondue de l'Armailli par la Coopérative des producteurs de fromages d'alpage, Caves de la Tzintre, Charmey

International Cheese Awards 2017, Nantwich, Angleterre, 25 et 26 juillet 2017

Cette année encore, le Gruyère AOP a décroché des médailles lors de ce grand concours international.

Dans la catégorie: fromage à pâte dure au lait cru

Médailles de bronze

- Philippe Geinoz, Fromagerie des Sagnettes, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains et présenté par Walo von Mühlener Ltd *Très recommandé (VHC Very Highly Commended)*
- Alexandre Guex, Fromagerie de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo von Mühlener SA, Fribourg

Dans la catégorie: spécialité du fromage - pâte dure

Médailles d'argent

- Serge Jeanmonod, Fromagerie La Côte-aux-Fées, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains et présenté par Walo von Mühlener Ltd *Très recommandé (VHC Very Highly Commended)*
- Franz Jungo, Fromagerie Strauss, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo von Mühlener SA, Fribourg

Dans la catégorie: fromage à pâte dure

Médaille d'or Award

- Philippe Geinoz, Fromagerie des Sagnettes, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains et présenté par Walo von Mühlener Ltd

Dans la catégorie: Gruyère AOP au lait cru

Médaille d'or

- Jean-Marie Dunand, Fromagerie Le Crêt, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle et présenté par Mark and Spencer

Médaille d'argent

- Jean-Marie Dunand, Fromagerie Le Crêt, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle et présenté par Waitrose

Dans la catégorie: meilleur fromage de Suisse

Médaille d'argent

- Philippe Geinoz, Fromagerie des Sagnettes, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains et présenté par Walo von Mühlener Ltd

Médailles de bronze

- Vincent Tyrode, Fromagerie L'Auberson, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains et présenté par Walo von Mühlener Ltd *Très recommandé (VHC Very Highly Commended)*
- Franz Jungo, Fromagerie Strauss, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo von Mühlener SA, Fribourg

Concours Suisse des produits du terroir, Delémont/Jura, 30 septembre et 1^{er} octobre 2017

Plusieurs médailles ont été décernées en l'honneur du Gruyère AOP lors du Concours Suisse des produits du terroir qui a eu lieu le week-end du 30 septembre et 1^{er} octobre 2017 à Delémont dans le Jura.

L'objectif du Concours Suisse des produits du terroir est de nouer des contacts directs entre producteurs et consommateurs.

Médailles d'or

Le Gruyère AOP

- Christophe Cujean, Fromagerie de Pomy Affineur Mifroma SA, Ursy
- Grégory Maisonneuve, Fromagerie de Gumefens Affineur Fromco SA, Moudon

Le Gruyère d'Alpage AOP

- Jacques Ruffieux, Alpage Tissiniva Affineur Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'alpage, Charmey

Mélange fondue bio

- Pierre Buchillier, Fromagerie bio Les Moulins

Fondue moitié-moitié

- Michel Grossrieder, Fromagerie Moléson SA

Médailles d'argent

Le Gruyère AOP

- Didier Germain, Fromagerie Les Martels Affineur Fromco SA, Moudon

Mélange fondue

- Jean-Charles Favre, Fromagerie de Vuarmarens
- Jean-Daniel Privet, Fromagerie Le Pâquier

Médailles de bronze

Le Gruyère AOP

- Michel Grossrieder, Fromagerie Moléson SA
Affineur Fromage Gruyère SA, Bulle

Le Gruyère d'Alpage AOP

- Philippe et Samuel Dupasquier, Alpage Le Lity
Affineur Coopérative fribourgeoise des producteurs de
fromages d'alpage, Charmey

Mélange fondue

- Olivier Philipona, Fromagerie de Vuadens

Concours de fromages d'alpage de l'OLMA, Saint-Gall, 13 octobre 2017

Comme chaque année se déroule le concours des fromagers d'alpage à l'OLMA, la grande foire de Saint-Gall.

Le Gruyère d'Alpage AOP de Philippe Germain, Alpage Pré de Bière, St-George, a obtenu le 3^{ème} prix aussi dans la catégorie fromage à pâte dure.

Ce fromage a été affiné par la Société Magnenat SA (Fromage Gruyère SA, Bulle).

World Cheese Awards, Londres, Angleterre, 17 au 19 novembre 2017

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

Best Le Gruyère Cheese Trophy

- La Fromagerie Cremo, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle

Médaille « Super Gold »

- La Fromagerie Cremo, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle

Médailles d'or

- Alexandre Gux, Fromagerie de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg, 3 médailles d'or
- Adrian Scheiddegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg
- Martial Bovay, Fromagerie de Vaulion, pour son Gruyère AOP affiné par Fromco SA, Moudon
- Philippe Dénervaud, Fromagerie de Villaz-St-Pierre, pour son Gruyère AOP affiné par Fromco SA, Moudon
- Vincent Tyrode, Fromagerie de L'Auberson, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains et présenté par Clarke Gemini International Ltd

- Gilbert Golay, Fromagerie de Penthérez, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains et présenté par Clarke Gemini International Ltd
- Serge Jeanmonod, Fromagerie de La Côte-aux-Fées, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains et présenté par Clarke Gemini International Ltd
- Olivier Habegger, Fromagerie Brenles-Chesalles-Sarzens Haut-Thierdoz, pour son Gruyère AOP affiné par Fromco SA, Moudon et présenté par Walo von Mühlennen Ltd

Médailles d'argent

- Markus Sturny, Fromagerie de Lanthen, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg
- La Fromagerie Cremo, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle
- Adrian Scheiddegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg
- Franz Jungo, Fromagerie Strauss, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg, 2 médailles d'argent
- Roland Pittet, Fromagerie de Bouloz-Porsel, pour son Gruyère AOP affiné par Lustenberger & Dürst AG, Cham

Médaille de bronze

- Adrian Scheiddegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, 2 médailles de bronze

2^{ème} Mondial de la Fondue, Tartegnin, 18 novembre 2017

Samedi 18 novembre 2017 s'est déroulé le 2^{ème} Mondial de la Fondue dans le petit village vaudois de Tartegnin.

Cette année les deux champions sont:

Benedikt Wüthrich, Fromagerie d'Auboranges (FR) Champion du Monde / Catégorie Professionnelle

André Bourqui de Le Vaud (VD) Champion du Monde / Catégorie Amateurs

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 2018 le Gruyère d'Alpage AOP de la Combe Noire (Vallée de Joux) élaboré par M. Frédy Hauser et affiné par Fromco SA à Moudon. Ce Gruyère AOP prendra place lors des manifestations officielles du Conseil d'Etat vaudois.



LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

Aussi
pour les
cueilleurs.

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

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

Suisse. Naturellement.

Notre Fromage Suisse. +
www.fromagesuisse.ch

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

Aussi
pour les
vacanciers.

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

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

Suisse. Naturellement.

Notre Fromage Suisse. +
www.fromagesuisse.ch

2-DARIO: UN SIGN

du Tour de ski, qu'il attendait. Le message est clair.

Il peut battre tout le monde

JEAN-CLAUDE SCHERTENLEIB

équipe de Suisse de Coupe Davis, les courses citaient à la traïsson. Mais lui savait ce qu'il faisait. Il l'a prouvé en 2017. Il va le confirmer cette année.

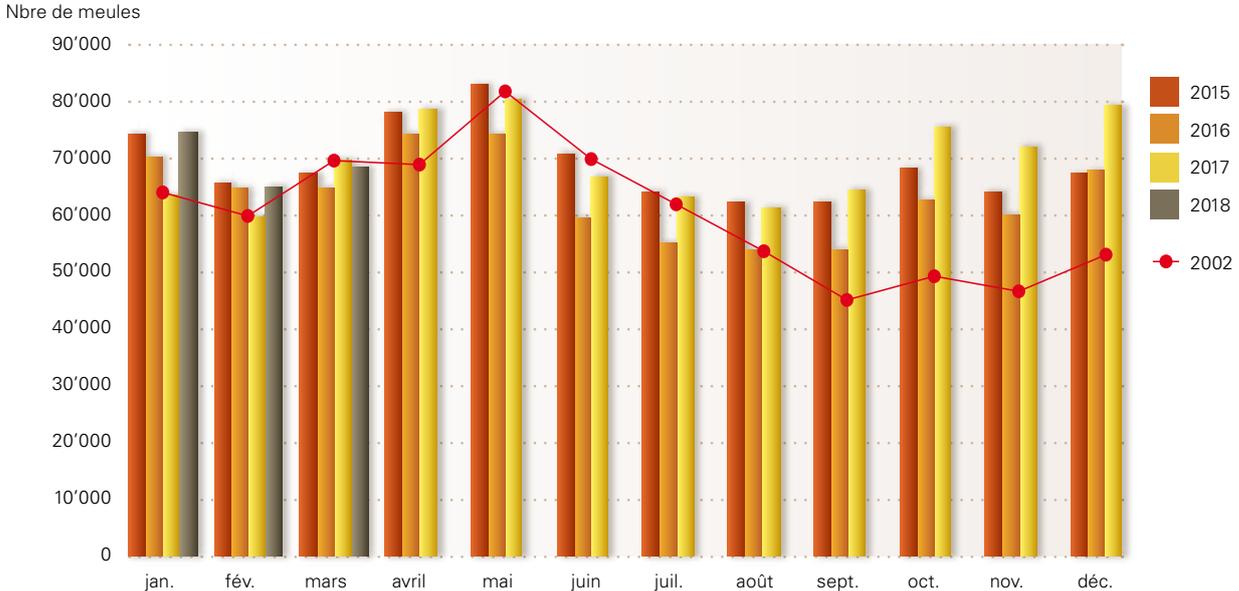
Marketing

Pour soutenir les ventes du Gruyère AOP, la filière investit tant au plan national qu'à l'étranger.

La campagne suisse s'est poursuivie sous le slogan « Le Goût des Suisses depuis 1115 ». Dans les premiers mois de l'année, ce slogan a accompagné les prévisions météo de la TV dans les différentes régions de la Suisse. En fin d'année, cette campagne a été renforcée par la présence de spots publicitaires, d'une campagne digitale et d'affichage dans les transports publics de toute la Suisse. Cette publicité a connu un très bon écho. Elle est accompagnée par la présence du Gruyère AOP dans les différentes foires de portée suprarégionale, que cela soit la MUBA, la BEA, la LUGA, la ZUSPA, la Foire du Valais, l'OLMA, le Slow Food

Market et les Automnales ainsi que l'incontournable Salon des Goûts et Terroirs à Bulle. Cette activité est coordonnée avec l'Association des AOP/IGP et Switzerland Cheese Marketing (SCM). Cette présence s'ajoute à celles plus régionales, souvent assurées par des partenaires de la filière et qui permettent de faire découvrir, et surtout redécouvrir, les déclinaisons et différents affinages du Gruyère AOP ainsi que du Gruyère AOP Bio et du Gruyère d'Alpage AOP. Le contact avec le consommateur est à ce niveau très important. Cette découverte du produit est encore renforcée par des dégustations organisées auprès de la grande distribution avec une présence plus marquée en Suisse alémanique.

Comparaison de la production (marques de caséine)





Mais il va sans dire que les premiers ambassadeurs sont les acteurs de la filière. C'est la raison pour laquelle, l'Interprofession du Gruyère met à disposition de toutes les fromageries des étiquettes meules pour que la marque « Le Gruyère AOP Switzerland » soit bien visible lors de la vente de ce noble fromage.

Outre la publicité de base, le Gruyère AOP se décline aussi au travers des démarches de sponsoring. Il a été une nouvelle fois bien présent dans les compétitions d'athlétisme, que cela soit dans les meetings internationaux, Athletissima à Lausanne ou Weltklasse à Zürich, mais également pour la compétition des futurs espoirs du Mille Gruyère, organisée avec la Fédération suisse d'athlétisme. L'Interprofession du Gruyère est également engagée au niveau de l'Association européenne d'athlétisme, où elle participe

à travers l'Europe à différentes compétitions organisées par cette instance pour mettre en avant le Gruyère AOP, que cela soit au niveau des spectateurs ou encore de la présence de la marque au bord des pistes d'athlétisme. L'un des points importants de ce projet était la présence lors des Championnats d'Europe d'athlétisme par équipe à Lille en France à la fin du mois de juin.

Le Gruyère AOP accompagne également les compétitions de la Coupe du monde de ski de fond à travers le monde et l'Europe. Dans ce cadre, le renforcement de la présence du Gruyère AOP dans les pays du Nord de l'Europe est l'un des buts avoués de cette nouvelle collaboration. Les succès des coureurs suisses renforcent encore la présence médiatique de ce projet.

Le Gruyère European Curling Championship s'est tenu cette année à Saint-Gall à la fin novembre et a aussi été

l'occasion de promouvoir la marque « Le Gruyère AOP Switzerland » en Europe et à travers le monde, puisque des images télévisuelles sont diffusées tant en Amérique qu'au Canada ou encore dans les pays asiatiques. Au niveau national, le Gruyère AOP accompagne toujours Fribourg Gottéron dans le championnat national de hockey sur glace.

Le sponsoring d'événement est un excellent moyen d'augmenter la visibilité de la marque en permettant d'avoir une présence accrue du produit directement en accompagnement des événements.

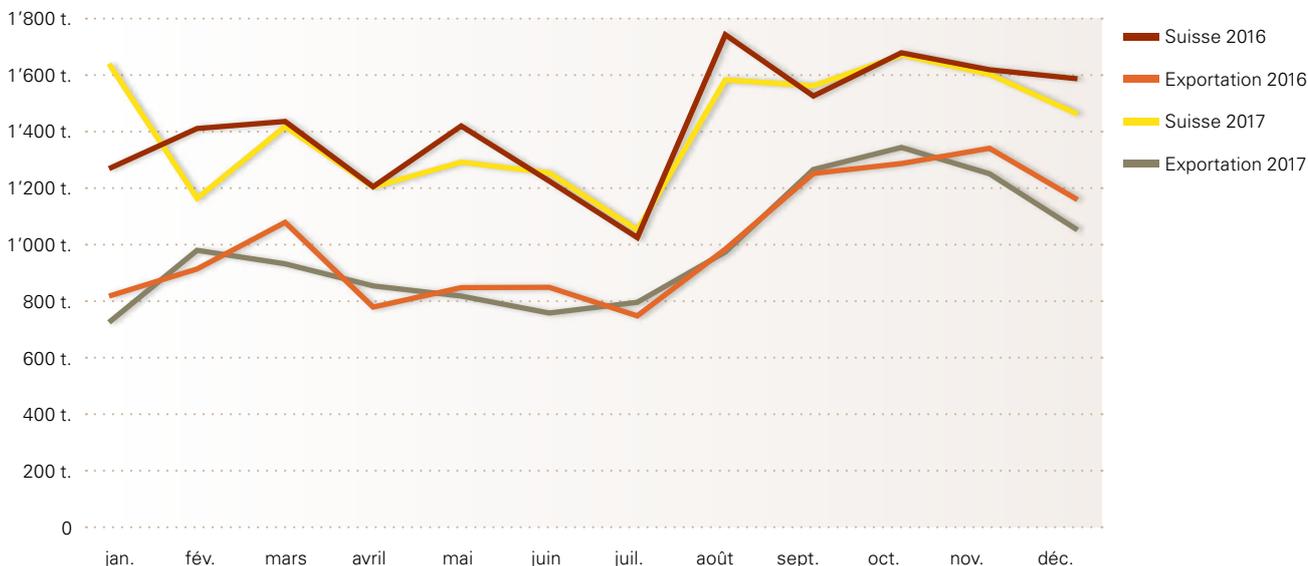
Au niveau culturel, le Gruyère AOP est également présent au Paléo à Nyon où la hot fondue fait le régal des festivaliers ou encore au Zermatt Unplugged et au Swiss Food Festival à Zermatt. Dans ce site touristique international, chaque visiteur peut emprunter les bus électriques aux couleurs du Gruyère AOP.

Comme relevé plus haut, l'Interprofession du Gruyère investit des moyens importants à l'étranger. Elle est soutenue en cela par des fonds de la Confédération liés à sa collaboration avec Switzerland Cheese Marketing.

En Allemagne, elle poursuit des activités promotionnelles par de la publicité publiprint, des dégustations de terrain, mais également par un programme de merchandising mené à grande échelle dans la partie ouest et sud du pays. Cette activité est menée en collaboration avec l'Emmentaler AOP, l'Appenzeller et la Tête de Moine AOP et vise à renforcer la distribution du Gruyère AOP. Ce pays représente environ le 10 % des ventes du Gruyère AOP et il est important qu'on puisse encore développer les ventes de notre fromage avec le premier partenaire économique pour la Suisse. Le Gruyère AOP étant également mis en avant dans le cadre du stand SCM au sein de l'ANUGA à Cologne.

Comme relevé ces dernières années, la situation est difficile sur le marché français où les 1'500 tonnes vendues en 2016 n'ont pas pu être reproduites en 2017. Il a été mené de concert avec les exportateurs, deux séances pour

Ventes 2016-2017 en tonnes



essayer de trouver les solutions permettant de retrouver un certain volume sur ce marché. En effet, si le Gruyère AOP est relativement bien présent à la coupe, il est quasiment inexistant dans le préemballé. Des efforts devront être consentis pour retrouver quelques places dans ce segment de marché. Il est clair par contre que le Gruyère AOP est soumis à une concurrence très importante de la part de fromages français également sous signe de qualité. Il a été également mis en place un programme de merchandising pour encourager et soutenir la vente. Le Gruyère AOP est toujours présent au sein du Salon de l'Agriculture et également au Marché des AOP-IGP à Bourg en Bresse ainsi qu'à la Foire de Lyon.

Le Benelux est toujours un excellent marché pour le Gruyère AOP, il est en progression ces dernières années. Le Gruyère AOP connaît une très bonne distribution chez les différents détaillants de Belgique et de Hollande. L'action de promotion menée de concert avec la filiale de SCM est de soutenir autant la présence dans la grande distribution que celle dans les magasins spécialisés avec une participation importante lors de la soirée des détaillants fromagers belges.

A l'instar de ce qui s'est passé les dernières années, l'Italie et l'Espagne connaissent des ventes stagnantes malgré des activités ciblées sur les grandes villes. Des réflexions devront être faites avec SCM sur l'avenir promotionnel à mener pour ces deux pays.

La Grande-Bretagne connaît toujours des volumes réjouissants. A ce titre, des activités de terrain menées par le Gruyère AOP dans ce pays portent toujours leurs fruits. Le Gruyère AOP participe à plusieurs shows en permettant d'obtenir des distinctions et par là de renforcer la notoriété du Gruyère AOP.

L'Interprofession du Gruyère a accru sa démarche mar-

keting dans différents pays dit « nouveaux marchés » et soutenu en cela par le programme de la Confédération. Comme mentionné plus en avant dans ce rapport, l'un des accents de ce programme est le renforcement dans les différents pays du Nord, que ce soit la Suède, la Norvège, la Finlande ou encore le Danemark, afin d'augmenter les volumes vendus dans ces pays. De concert avec les différents acteurs de la vente, et en coordination avec SCM, il est mené des actions de dégustations et d'autres promotions sur le front de vente.

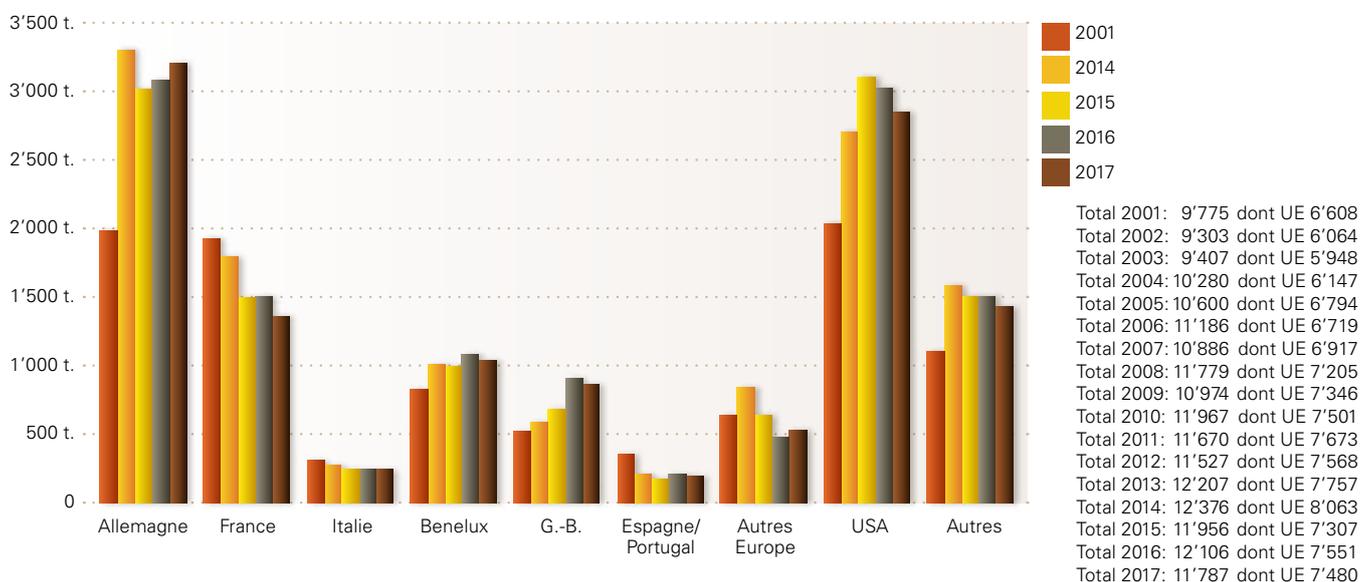
Ce même programme permet de soutenir des actions en Russie par exemple où les problèmes relevés de logistique ou d'obstacles techniques sont toujours observés. Le Gruyère AOP est également présent dans des pays d'Asie tel le Japon, la Corée du Sud, la Chine ou encore plus éloignés dans l'hémisphère sud, en Australie. Si la filière entend augmenter ses ventes à l'avenir, il est important qu'elle soit présente dans ces différents pays.

L'un des pays les plus importants avec environ 10 % de volume vendu sont les Etats-Unis. Là encore, un travail intense est mené, autant sur le front de vente que dans différents shows et programmes d'éducation pour renforcer la notoriété du produit. Des collaborations sont menées avec Suisse Tourisme, avec Swiss ou encore d'autres acteurs du marché. A noter, deux présences d'importance lors de foires professionnelles internationales que sont le Fancy food show du mois de janvier à San Francisco et le Fancy food show du mois de juin à New-York. Même si on connaît quelques obstacles concernant les quotas d'exportation, le Canada est également un marché à fort potentiel pour le Gruyère AOP. C'est la raison pour laquelle certains projets promotionnels sont menés dans ce pays.

Le Gruyère AOP effectue un travail au niveau plus local avec



Comparaison des exportations annuelles de Gruyère AOP en tonnes





Projet de la nouvelle Maison du Gruyère

une portée internationale, dans le cadre d'une collaboration avec deux autres AOP vaudoises que représentent le Vacherin Mont d'Or AOP et l'Étivaz AOP ainsi que le label viticole Terravin. En effet, dans ce cadre-là, et vu la

VAUD

Vaud Terroirs

présence importante des écoles hôtelières ayant leurs sièges dans le canton de Vaud, il est mené, au sein de ces institutions un travail de fond pour faire découvrir ces différents produits et leur potentiel d'utilisation. Il s'agit d'une activité de longue haleine qui portera assurément ses fruits dans quelques années lorsque les différents étudiants qui auront suivi ces écoles assumeront des responsabilités dans les différents hôtels ou restaurants à travers le monde.

L'une des vitrines phares du Gruyère AOP est bien entendu la Maison du Gruyère où se trouve non seulement le siège de l'Interprofession mais également l'exposition montrant la fabrication du Gruyère qui accueille à peu près 600'000 visiteurs par année. L'Interprofession suit activement le projet de rénovation qui devrait voir éclore une nouvelle Maison du Gruyère à l'horizon 2022-2025.

En fin d'année, le Gruyère AOP a accompagné le Mondial de la Fondue qui vivait sa deuxième

édition à Tartegnin. Si les joutes étaient d'excellente tenue, l'occasion fut belle de rappeler que toute bonne fondue ne peut avoir moins de 50 % de Gruyère AOP.

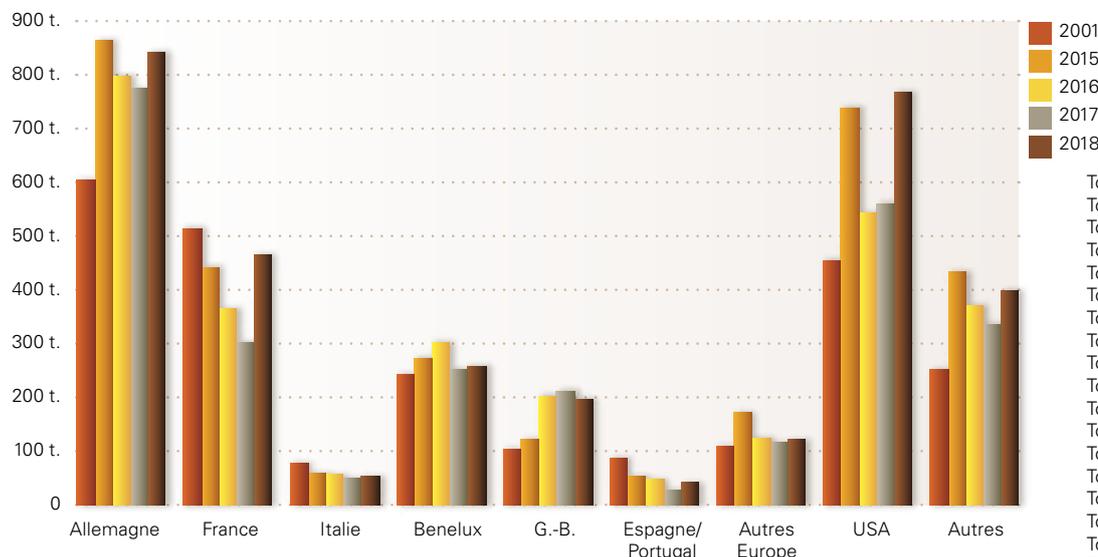
Toute cette activité marketing est encadrée par le site internet, www.gruyere.com, qui est traduit en français, allemand, italien, espagnol, anglais, suédois, finlandais, japonais et russe, où l'accent est mis sur les différentes recettes mettant en valeur le Gruyère AOP. Une présence dans les nouveaux médias est également assurée au niveau d'Instagram, Facebook et Pinterest. Ces médias sociaux devront être renforcés à l'avenir.

Il sera important encore de consolider la notoriété de la marque « Le Gruyère AOP Switzerland », que cela soit en Suisse ou à travers le monde et bien entendu de trouver la meilleure manière de travailler en parfaite coordination entre le Gruyère AOP et les structures de vente. La filière du Gruyère entend donc poursuivre les actions de promotion soutenues par les fonds de la Confédération. Dans ce cadre, il est important que les conditions émises permettent de faire une publicité attractive sans avoir une charge administrative trop forte et ainsi permettre de défendre

la place du fromage suisse en Suisse et à travers le monde.



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



Total 2001: 2'461 dont UE 1'752
 Total 2002: 2'421 dont UE 1'563
 Total 2003: 2'401 dont UE 1'524
 Total 2004: 2'588 dont UE 1'492
 Total 2005: 2'409 dont UE 1'693
 Total 2006: 2'602 dont UE 1'734
 Total 2007: 2'497 dont UE 1'742
 Total 2008: 3'024 dont UE 1'816
 Total 2009: 2'367 dont UE 1'813
 Total 2010: 3'066 dont UE 1'906
 Total 2011: 2'814 dont UE 1'849
 Total 2012: 2'796 dont UE 1'881
 Total 2013: 3'293 dont UE 2'020
 Total 2014: 2'979 dont UE 1'915
 Total 2015: 3'170 dont UE 1'998
 Total 2016: 2'820 dont UE 1'906
 Total 2017: 2'645 dont UE 1'745
 Total 2018: 3'163 dont UE 1'994



a



b

Manifestations 2017

Janvier à mars 2017

Giant X'tour (d)

12 au 15 janvier 2017

Swiss Expo, Lausanne

21 au 24 janvier 2017

Winter Fancy Food Show et Cheesemonger Invitational, San Francisco

25 février au 5 mars 2017

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

11 et 12 mars 2017

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

17 au 27 mars 2017

Foire de Lyon

5 au 9 avril 2017

Zermatt Unplugged

28 avril au 7 mai 2017

BEA, Berne

28 avril au 7 mai 2017

LUGA, Lucerne

Entre mai et septembre 2017

Finales régionales du Mille Gruyère (b)

12 au 21 mai 2017

Muba, Bâle

3 et 4 juin 2017

Caves ouvertes du canton de Vaud

23 au 25 juin 2017

Championnat d'Europe d'Athlétisme par équipe, Lille

24 au 27 juin 2017

Summer Fancy Food Show et Cheesemonger Invitational, New York

6 juillet 2017

Athletissima, Lausanne (c)

9 juillet 2017

slowUp, La Gruyère

13 au 16 juillet 2017

Championnat d'Europe d'Athlétisme jeunesse (U-23), Bydgoszcz, Pologne

18 au 23 juillet 2017

Paléo Festival, Nyon (g)

20 au 23 juillet 2017

Championnat d'Europe d'Athlétisme jeunesse (U-20), Grosseto, Italie

5 au 12 août 2017

Festival International du Film Alpin, Les Diablerets

11 au 13 août 2017

Swiss Food Festival, Zermatt

22 au 24 août 2017

Weltklasse, Zürich (k)

8 au 10 septembre 2017

Gordon Bennet, Epagny

15 et 16 septembre 2017

Open Bike, Haute-Gruyère

15 au 18 septembre 2017

Foire du fromage, Bra, Italie

29 septembre au 8 octobre 2017

Züspa, Zurich

29 septembre au 8 octobre 2017

Foire du Valais, Martigny

12 au 22 octobre 2017

OLMA, Saint-Gall

10 au 12 novembre 2017

Slow Food Market, Zurich

10 au 19 novembre 2017

Les Automnales, Genève (j)



17 au 19 novembre 2017

World Cheese Awards, Londres, Angleterre

17 au 25 novembre 2017

Le Gruyère European Curling Championship, St-Gall, Suisse (e)

18 novembre 2017

Mondial de la fondue, Tartegin (l)

Du 22 au 26 novembre 2017

Festival des rencontres de l'aventure, Bulle

29 novembre au 3 décembre 2017

Salon des Goûts et Terroirs, Bulle

Novembre 2017 à mars 2018

Kids Nordic Tour, Suisse Romande (h)

Novembre 2017 à mars 2018

Coupe du monde de ski de fond (a)

1^{er} et 2 décembre 2017

Pintes ouvertes dans le canton de Vaud

10 décembre 2017

Championnats d'Europe de cross (athlétisme), Šamorín, Slovaquie

Toute la saison d'hiver

Fribourg Gottéron (f)

Toute l'année

Affichage sur tous les bus électriques de Zermatt

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



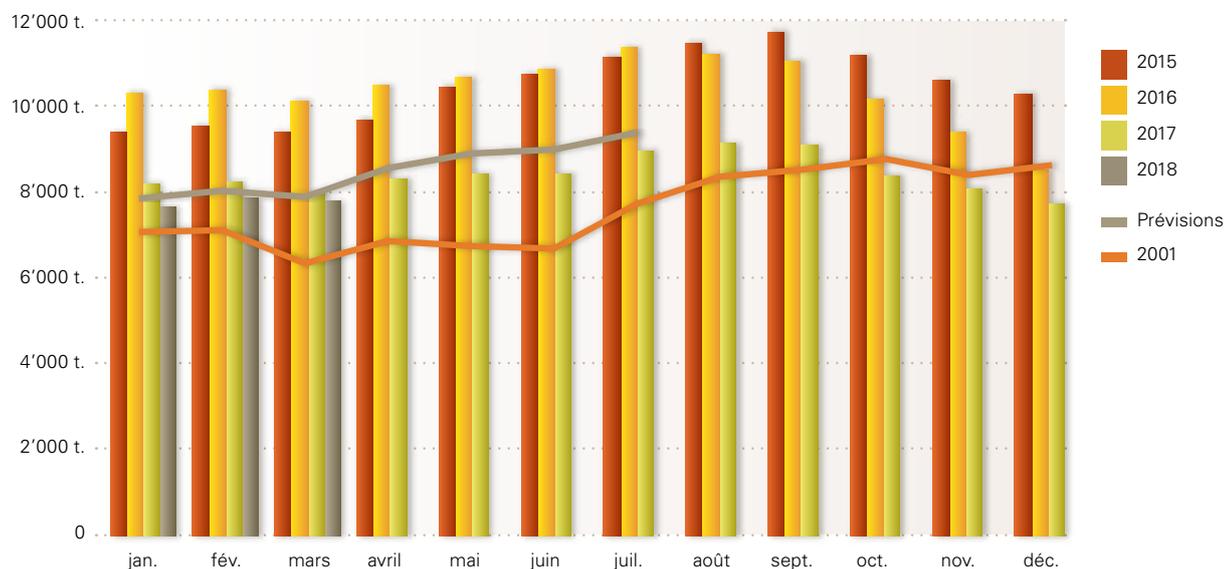
Organes de l'Interprofession du Gruyère

Conduit par Oswald Kessler, Président, l'Interprofession du Gruyère a tenu le cap en 2017 pour retrouver une production correspondante aux attentes de chacun.

Le Comité a tenu 12 séances dont 2 jours de séminaire à Macolin. A cette occasion, les lignes directrices ont été réaffirmées tout en profitant de l'accompagnement de M. Jean-Pierre Egger, ancien entraîneur des champions Valérie Adams et Werner Günthör de même qu'Alinghi. Il a su insuffler une force émotionnelle dans ce séminaire tout en mariant l'effort sportif et intellectuel. La vision de l'Interprofession du Gruyère passe par une gestion stricte et des quantités basées sur une traçabilité sans faille tout en maintenant les prix. La marque « Le Gruyère AOP Switzerland » doit être le fanion à suivre et à mettre en avant.

Le Comité a traité les affaires courantes qu'elles soient liées au marché, à la défense de la marque, à la recherche ainsi qu'à l'application du cahier des charges. Il a pu ainsi être décidé d'élever la production à 98% ce qui a permis de tenir une séance extra-muros sereine au Faverges pour fêter les 25 ans de la signature de la charte du Gruyère, document qui représente les fondations de l'appellation d'origine protégée (AOP). En fin d'année, le Comité a également adopté un document intitulé cockpit permettant de mieux appréhender les évolutions du marché en relation avec la production afin de pouvoir encore mieux évaluer la modification des stocks. Ces indicateurs sont indispensables à une bonne gestion de la quantité à court terme et moyen terme.

Comparaison de l'évolution des stocks (fin mars 2018) en tonnes





Le Comité a tenu sa séance de fin d'année dans la salle de la Confrérie des Vignerons à Vevey afin de marquer son attachement à la Fête des Vignerons ou le Gruyère AOP sera partenaire en 2019. Lors de cette séance, le Comité a affirmé le rôle important de l'être humain à chaque échelon de la production et plus particulièrement lors de la traite. Le Comité s'est prononcé pour un système de traite sans accrochage automatique à la ferme de Grangeneuve à Posieux.

Le Bureau s'est réuni à 4 reprises pour coordonner les activités du comité afin de définir la politique salariale du personnel. Le Bureau a ainsi donné sa ligne directrice par rapport à l'analyse effectuée en 2016. Les conclusions et surtout les actions à mener se trouvent sous le chapitre des perspectives 2018.

L'Assemblée des délégués a tenu 2 séances une pour les comptes et le rapport annuel et l'autre pour le budget. Cette dernière est aussi l'occasion de donner l'intention du volume à produire pour l'année suivante. Cette quantité a pu être fixée à 100% pour 2018.

L'Assemblée de printemps s'est tenue dans le site historique du Château de Gruyères pour marquer, sous le soleil, dignement les 20 ans de l'Interprofession du Gruyère. L'oiseau numéro 42 revient de manière plus conséquente sur cet événement. Il a été aussi permis de revoir les pionniers de la première heure de l'Interprofession du Gruyère. Cette Assemblée a aussi été l'occasion de remercier M. Jean-Louis Andrey, membre fondateur en tant que Président des Fromagers fribourgeois mais surtout taxateur engagé et défenseur de la qualité du Gruyère AOP depuis sa création. M. Jean-Louis Andrey peut profiter d'une retraite bien méritée en observant une qualité du Gruyère AOP qui ne se dément pas au fil des années.

La Commission d'alpage s'est réunie à 4 occasions. Celle-ci a pour but de traiter la problématique concernant cette spécialité du Gruyère d'Alpage AOP. Plusieurs options importantes ont été décidées en 2017, il a été ainsi possible de fixer un prix indicatif pour les alpages du Jura et ceux des Préalpes. En outre, la contribution à l'Interprofession du Gruyère a été adaptée à partir de la production 2019. Plusieurs augmentations de quantité ont été accordées

en fonction, bien entendu, de la qualité et du potentiel fourrager de l'alpage concerné ainsi que des perspectives de mise en marché. En début de saison, la Commission a également pris acte du changement de situation d'un site d'alpage qui a passé de la production du Gruyère AOP au Gruyère d'Alpage AOP en adoptant spécialement toutes les spécifications du cahier des charges en particulier le pressage à la toile.

La Commission bio s'est réunie à 2 reprises pour aborder le sujet de la quantité et de la qualité de la production biologique au sein de la filière Gruyère AOP. Aujourd'hui, la qualité est au rendez-vous dans ce segment de la production. On observe également une amélioration des ventes qui permet d'envisager d'écouler les 1'100 tonnes attribuées dans ce segment de marché. Les discussions sont menées avec Bio Suisse et au sein de la Commission pour trouver des nouveaux marchés et également positionner le Gruyère AOP Bio pour qu'ils trouvent sa place dans les différents étalages du pays et à l'étranger. A ce titre, il est à noter que le marché français laisse entrevoir certaines possibilités en vue du développement du segment Bio.

La Commission marketing a tenu 4 séances. Elle a défini les aspects marketing pour l'année 2017 que ce soit sur le plan national et international en mettant en avant les possibilités de développement dans les nouveaux marchés. La Commission marketing sera appelée à évoluer en fonction des conclusions du rapport d'analyse, ceci aura également une influence sur tout le secteur marketing et les activités de l'Interprofession du Gruyère.

La Commission de planification s'est réunie à 2 reprises. Elle a traité la problématique de gestion des quantités en statuant sur plusieurs demandes concernant la problématique de la restriction que cela soit les 93% ou les 98% définitifs. Les décisions prises par cette commission n'ont pas fait l'objet de recours.

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 dans l'ensemble est bonne. Il y a lieu de veiller que les techniques de production maintiennent un caractère artisanal aux produits en leur procurant un

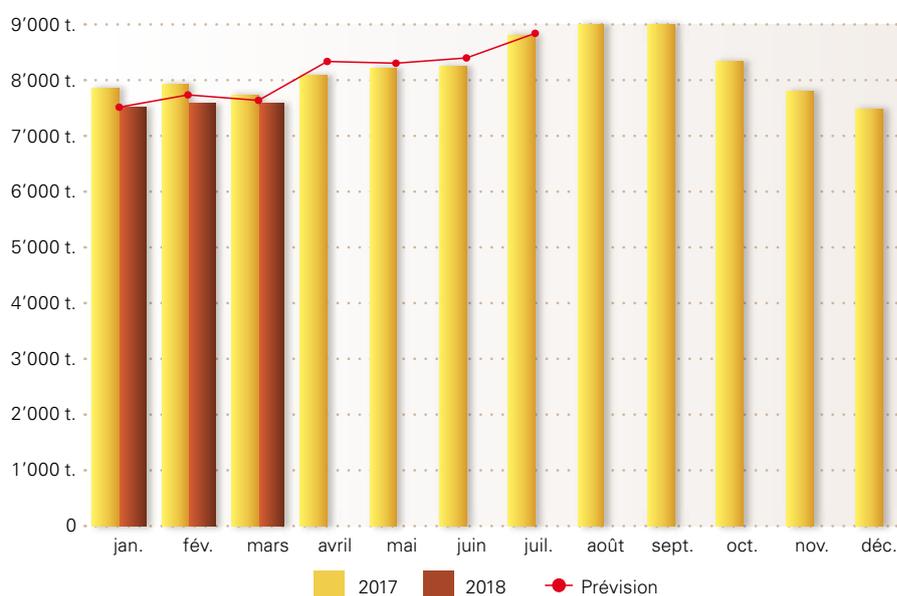


goût inimitable. Un groupe de travail de certification a été mis en place pour s'assurer que les normes d'hygiène inhérentes à l'élaboration d'un fromage ne portent pas préjudice au Gruyère AOP lui-même.

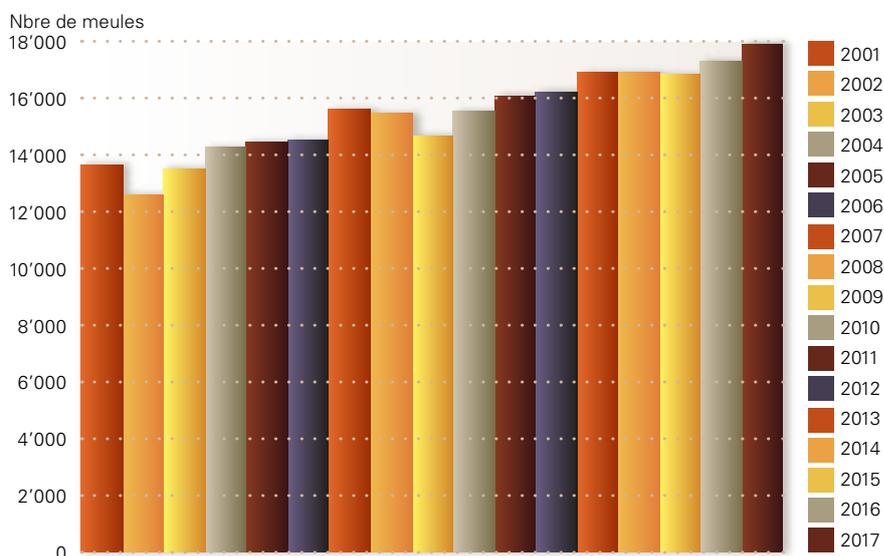
Cette commission a tenu 1 séance. Il est à noter également qu'une Commission ad-hoc émanant de la Commission qualité s'est réunie pour accompagner et tenter de résoudre les problèmes de qualité que rencontrait une fromagerie. Cette possibilité est accordée à tous les partenaires de la filière pour trouver le meilleur chemin afin d'assurer encore la meilleure qualité auprès du consommateur. Une séance spéciale pour les cultures a été organisée pour accompagner la recherche qui a permis de confirmer que l'utilisation de cultures d'exploitation est bien la règle au sein de la filière Gruyère AOP.

L'Administration est toujours placée sous la conduite de M. Philippe Bardet, Directeur et M. Marc Gendre, Vice-Directeur. Ce dernier coordonne le secteur qualité dont le travail se répartit entre MM. Thierry Bize et Christophe Magne. Au milieu de l'année, M. Jean-Louis Andrey qui occupait encore son poste à 60% a pris une retraite bien méritée. Le secteur marketing placé sous la coordination du Directeur est composé de Mmes Laure Rousseau et Marie L'Homme ainsi que M. Philippe Gremaud. Ce secteur devra être renforcé afin d'assurer les tâches nécessaires à la promotion du Gruyère AOP. M. Meinrad Gaillard occupe un poste à 20% pour s'occuper de la gestion du matériel promotionnel de l'Interprofession du Gruyère. Le secrétariat est assuré par Mmes Christine Grandjean et Julie Sudan chacune occupant un poste à 80%. La compta est tenue par Mmes 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 2018.

Comparaison de l'évolution des stocks sans alpage (fin mars 2018) en tonnes



Comparaison de la production alpage (marques de caseïne)





Composition du Comité depuis le 1^{er} avril 2018

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* ² Jean-Charles Michaud Gérald Roux* ¹ Ralph Perroud ³	Fromco SA, Moudon Margot Fromages SA, Yverdon Mifroma SA, Ursy Fromage Gruyère SA, Bulle Fromage Gruyère SA, Bulle
Invités	Jean-Pierre Huguenin Olivier Isler Daniel Koller Roland Sahli ⁴	Avocat, Boudry Fromarte, Berne PSL, Berne Gourmino AG, Lenzburg

Vice-Président

* Membres du Bureau - *¹ Jusqu'au 31 mars 2018 - *² Depuis le 1^{er} avril 2018

³ Remplace Monsieur Gérald Roux depuis le 19 juin 2018

⁴ Coordinateur des affineurs



Perspectives 2018

Pour l'avenir 2018, 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. -> Depuis octobre 2017, un cockpit de gestion des stocks et de la production est actif et utilisé. Les seuils d'alerte sont vérifiés en continue.
- 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). -> Un mandat a été donné à l'Ecole d'Ingénieur de Zollikofen (HAFL).
- Mettre en place une veille de l'évolution des techniques de production et d'installation en relation avec la qualité du Gruyère AOP. -> Une collaboration est initiée avec Agroscope, Arqha et Casei.

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. -> Le groupe producteurs de lait Gruyère AOP a mandaté un consultant externe pour définir l'évolution des exploitations sous l'angle de la durabilité.

- 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. -> Le groupe affineurs du Gruyère AOP prépare une stratégie marketing en coordination avec les différents acteurs concernés. Cette stratégie repose sur le guide des bonnes pratiques et sur le cahier des charges dans leur version 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. -> Dans leur activité respective, chaque membre de la filière met en avant la marque « Le Gruyère AOP Switzerland »

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 2018 (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	14'888'781	51.74	84	336'655	30.21	4	15'225'436	50.93	193'111	34.84	31	15'418'547	50.64	115
VD	8'096'680	28.13	39	316'970	28.44	3*	8'413'650	28.15	339'402	61.22	21	8'753'052	28.75	61
NE	2'853'725	9.92	15	97'200	8.72	1	2'950'925	9.87				2'950'925	9.69	15
JU	693'974	2.41	3	148'746	13.35	1	842'720	2.82				842'720	2.77	3
JUBE + al. 1	860'979	2.99	6	96'624	8.67	1	957'603	3.20	21'839	3.94	3	979'442	3.22	9
BE	909'636	3.16	8	118'363	10.62	1	1'027'999	3.44				1'027'999	3.38	8
Autres cantons	474'519	1.65	6				474'519	1.59				474'519	1.56	6
Totaux	28'778'294	100.00	161	1'114'558	100.00	11*	29'892'852	100.00	554'352	100.00	55	30'447'204	100.00	217

* 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.