



No 46 - Avril 2019

# L'oiseau



comment ?



quand ?

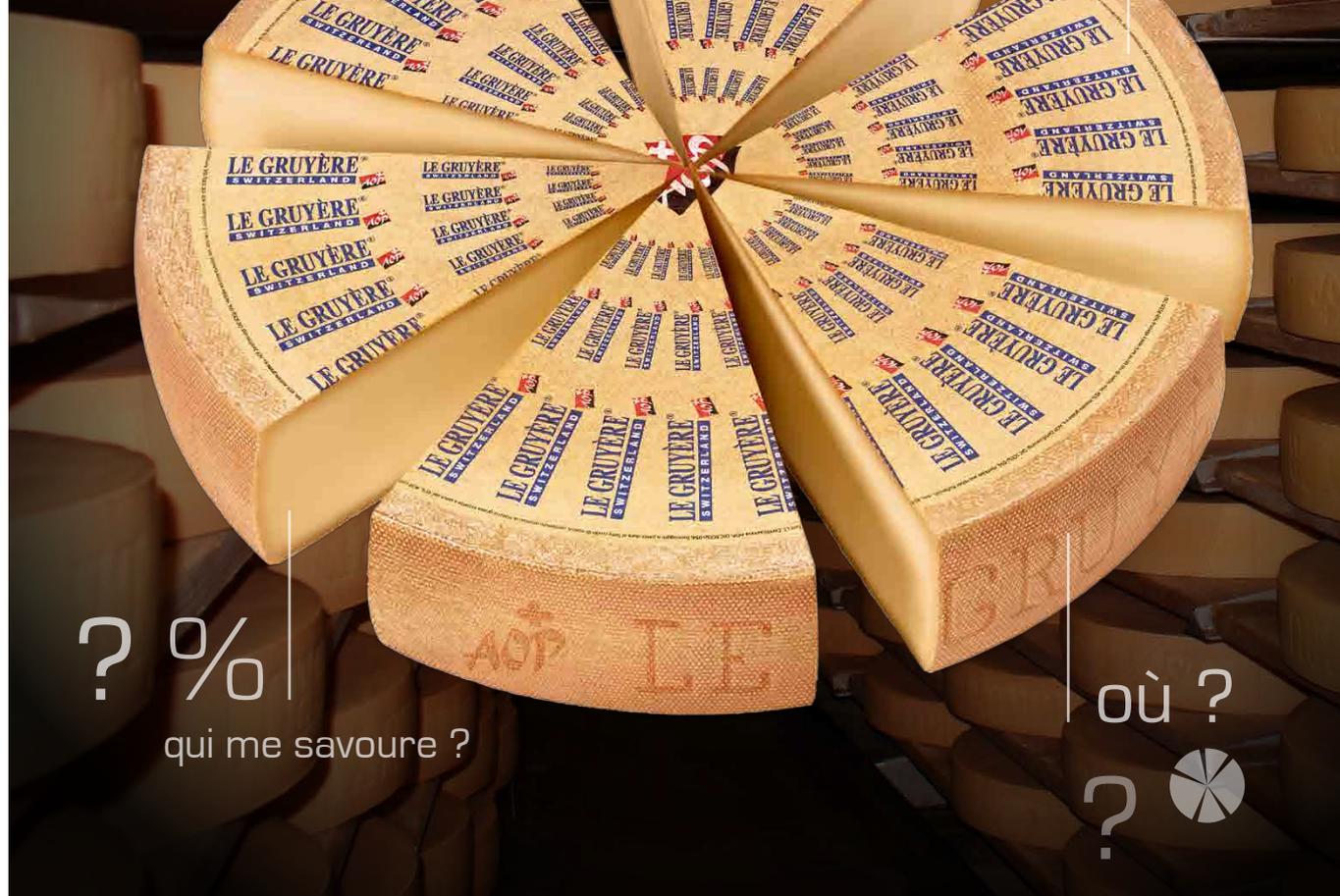


? %

qui me savoure ?

où ?





## SOMMAIRE

- |           |   |           |  |
|-----------|---|-----------|--|
| <b>03</b> | MESSAGE DU PRÉSIDENT  | <b>10</b> | ÉTUDES SUR LE GRUYÈRE AOP, EN SUISSE ET À L'ÉTRANGER |
| <b>04</b> | UN JOURNALISTE GRUÉRIEN RÉCOMPENSÉ POUR SON REPORTAGE SUR UNE DÉSALPE BIEN PARTICULIÈRE | <b>18</b> | LE GRUYÈRE AOP ASSOCIÉ À DE GRANDS ÉVÉNEMENTS        |
| <b>06</b> | RENCONTRE AVEC ALEXANDRE GAVILLET, PRODUCTEUR DE LAIT                                   | <b>20</b> | RECETTES   |
| <b>08</b> | LES PINTES OUVERTES DU CANTON DE VAUD, UNE FONDUE 100% GRUYÈRE AOP À L'HONNEUR          |           |  |

### Impressum



## Message du **Président**

Premièrement je tiens à remercier tous les producteurs de lait, les fromagers, les fromagers d'alpages, les affineurs et leur personnel.

Merci aux membres de l'assemblée des délégués, au comité et aux commissions pour leur engagement. Ils ont pris des décisions importantes dans l'intérêt du Gruyère AOP et pour l'avenir de notre organisation.

**Nous pouvons constater les résultats de l'année 2018 de l'Interprofession du Gruyère avec satisfaction.**

**Environ 30'100 tonnes produites, dont 12'800 tonnes exportées**

Notre bilan en comparaison avec la branche est bonne.

Nous pouvons fêter un nouveau record pour la production totale et la quantité exportée.

Nous avons pu maintenir la valeur ajoutée à nos entreprises familiales et renforcer notre marque Gruyère AOP dans les marchés nationaux et internationaux.

Un des facteurs déterminant de l'Interprofession du Gruyère est que : chaque membre ayant le droit de vote au comité et à l'assemblée des délégués est directement concerné par les conséquences économiques et le succès du Gruyère AOP dans sa propre entreprise. Nous ne pouvons pas déléguer cette responsabilité.

Fondamentalement ce sont les consommatrices et les consommateurs qui décident du succès et de l'avenir du Gruyère AOP dans le marché national et international !

Nous investissons avec de bons résultats depuis des années dans le marketing et la publicité avec l'objectif de faire connaître notre marque.

Maintenant nous voulons savoir comment notre Gruyère AOP est apprécié par nos consommateurs. Dans ce cahier, vous trouvez les réponses aux questions suivantes :

Quel degré d'affinage, quelle consistance, quel arôme préférez-vous ?

La satisfaction générale est un des plus grand danger pour une entreprise.

Quand on est convaincu d'être le meilleur et d'être invincible, cela peut devenir dangereux.

Il vaut mieux se dire maintenant :

- l'année passée était une bonne année !

- que pouvons nous faire mieux ?

- que fait la concurrence ?

- qu'est-ce qui va changer les années à venir ?

- à quoi devons-nous nous préparer pour rester les meilleurs ?

Chaque nouvelle année est un nouveau défi. Je souhaite à notre Gruyère AOP du succès pour l'avenir !

**Oswald Kessler**  
Président de l'IPG





Photo prise par Philippe Huwiler lors de son reportage

## Prix Média de l'USP 2018

# Un journaliste gruérien récompensé pour son **reportage sur une désalpe bien particulière**

*Adju l'armailli : la dernière Rindya de Gérard Morard.* C'est ainsi que s'intitule l'émission de Philippe Huwiler diffusée sur les ondes de Radio Fribourg en octobre 2017. L'Union suisse des paysans a décidé de primer le journaliste gruérien pour la qualité de ce reportage consacré à l'ultime désalpe d'un armailli bien connu, Gérard Morard, 73 ans.

Gérard Morard a passé un demi-siècle sur les alpages de la Gruyère. Il a conduit celui des Reybes tout près du Moléson durant 27 saisons. En automne 2017, il cesse son activité. Pour lui, c'est donc la dernière Rindya. De son côté, Philippe Huwiler connaît bien Gérard Morard. Il a déjà réalisé un reportage aux Reybes sur la fabrication du Gruyère d'Alpage AOP.

Lorsqu'il apprend que l'armailli vivra sa dernière désalpe, il lui propose de le suivre durant cette dernière journée. Il débarque ainsi le soir précédent au chalet pour « acheter le climat » et participer à cette soirée de veille, où l'émotion se fait déjà sentir par petites touches. A 2h15 du matin ce 30 septembre 2017, la maisonnée se met en branle. C'est qu'il y a du travail ! Il s'agit de fabriquer le fromage et de préparer et décorer le troupeau. Le journaliste décide de construire son repor-

tage sur deux temps forts : ce moment matinal jusqu'au départ et l'arrivée à Gumefens. Une approche originale dans la mesure où la descente du troupeau jusqu'en plaine est juste évoquée. « Je voulais retranscrire l'ambiance, donner à voir avec des sons, laisser transparaître l'émotion qui se dégage de ces moments. »

Un pari largement gagné puisque c'est précisément ces aspects qui ont séduit le jury du Prix Média de l'Union Suisse des Paysans.

Mais pour Philippe Huwiler, ce prix, c'est avant tout celui de Gérard Morard.

**Philippe Huwiler :** Gérard Morard, c'est un homme plein de sagesse. Un autodidacte dont la culture est grande. Une culture empreinte d'une rare intelligence, rattachée à la terre.

Lorsqu'il dit : « Quand je pense à tout ce qu'il fallait faire dans un alpage, je ne savais pas que c'était impossible, c'est pour ça que je l'ai fait ! », c'est totalement vrai. Mais il sait aussi pertinemment qu'il cite un auteur connu, Mark Twain en l'occurrence.

**Microplume :** Vous êtes un Gruérien attaché à vos racines ?

**PH :** Enfant, je voulais devenir garçon de ferme et paysan. J'ai toujours eu un intérêt marqué pour le monde agricole.





Pour moi, l'expression « bon sens paysan » a tout son sens. L'attachement à la terre, à ce qu'elle nous apporte, ce sont des choses essentielles. C'est pour cette raison que le travail de l'armailli me paraît important, je dirais quasi vital. Les alpages, c'est une partie de nous, de notre patrimoine.

**Mi :** C'est aussi cela que vous vouliez dire dans ce reportage ?

**PH :** Si Gérard Morard en est la figure principale, c'est parce que cet homme est une personnalité d'exception. Mais c'est vrai. Je voulais avant tout rendre un hommage à toutes ces personnes qui œuvrent en altitude dans des conditions particulièrement pénibles et qui, par leur travail, préservent cette incroyable nature des Préalpes fribourgeoises.

**Mi :** Quand les gens évoquent les armaillis, les alpages, la Poya, la désalpe, ils en parlent souvent comme d'un folklore un peu désuet.

**PH :** Si on se focalise sur l'aspect économique, sur la rentabilité, c'est sans doute vrai. Mais, franchement, ce sont nos racines. Il y a une part de notre humanité là-bas. Et puis, le fromage qui est produit sur les alpages a une variété de saveurs, une force de goût incroyable. Quand vous savouriez un Gruyère d'Alpage AOP de Gérard Morard, c'était toujours super bon et à chaque fois une surprise gustative. Il m'est arrivé de monter à l'alpage des Reybes juste pour lui acheter un morceau de fromage.

**Mi :** Comme la plupart des Gruériens, vous avez visiblement un véritable attachement pour le Gruyère AOP !

**PH :** C'est le mot. Le Gruyère AOP, c'est l'empereur. Après, il y a le vacherin et ensuite les autres... D'ailleurs, chez nous, quand on dit « le fromage », c'est le Gruyère AOP qu'on évoque.

**Mi :** Pour en revenir à votre reportage, comment avez-vous réagi quand vous avez appris que vous receviez ce prix de l'USP ?

**PH :** J'ai été surpris et très honoré. Heureux aussi, parce que ce reportage correspondait à ce que je voulais qu'il soit. Donner une belle image des armaillis. C'est ce journalisme de localier que j'ai envie de faire. Il y a tellement de choses à explorer et à rapporter dans la région. Savoir d'où on vient, connaître les implications, percevoir où on va. Pour moi, c'est l'essentiel.

**Mi :** Vous terminez votre reportage avec un enregistrement du Lioba chanté par Bernard Romanens, vous avez voulu donner la chair de poule aux auditeurs ?

**PH :** Je dirais que cela s'imposait, mais c'est vrai que Le Ranz de Vaches me procure toujours une grande émotion et cela même si je l'ai entendu des centaines de fois.

Aujourd'hui, un nouvel alpagiste, Claude Charrière, a repris le domaine des Reybes.

#### web

Pour écouter le reportage de Philippe Huwiler, il suffit de taper « Radio Fribourg Adju l'armailli » sur un moteur de recherche, de cliquer sur le premier lien puis cliquer sur la flèche sous "PODCAST".



Rencontre avec

## Alexandre Gavillet, producteur de lait

Dans son étable, Alexandre Gavillet nous présente ces vaches. Il a les yeux qui pétillent. Il s'arrête et nous présente *Planète*, la doyenne qui a plus de 13 ans et qui a produit plus de 120'000 litres de lait, soit l'équivalent de 300 meules environ de Gruyère AOP.

### L'exploitation, une histoire de famille

Le domaine d'environ 87 hectares de la famille Gavillet repose sur un vrai travail d'équipe. À sa tête, deux frères, Alexandre et David se partagent les responsabilités depuis 15 ans déjà. « Des fois il faut faire des compromis car on n'est pas seul patron, mais ça en vaut vraiment la peine », explique Alexandre. Si David est responsable des cultures soit une trentaine d'hectares, dont une petite dizaine dédiée aux pommes de terres en particulier, Alexandre, 44 ans, est responsable de la production laitière et par conséquent de 85 vaches de race RedHolstein. Mais pas de séparation nette du travail chez les Gavillet, car les deux frères touchent à toutes les activités des cultures au bétail. « On est multitâche », raconte David en rigolant.

Cette ferme de Peney-le-Jorat, nouvelle commune de Jorat-Menthue, qui appartenait déjà à leur père, Aloïs,

se transmet depuis plusieurs générations. « J'ai toujours habité là », explique Alexandre attaché à son village. En 2004, quand ils ont hérité de l'exploitation, les deux frères se sont mis tout de suite au travail et ont développé leur propriété avec la construction d'une nouvelle étable. Ils ont ensuite continué de faire des améliorations dans la nouvelle bâtisse et posé des panneaux solaires.

« Niveau bâtiment, on n'est pas mal. Nous sommes contents », relate fièrement Alexandre.



En plus de son frère, il peut compter sur le soutien de son père surtout pour la traite et de sa femme, Isabelle. Elle et Natacha, épouse de David, s'occupent aussi de la pension de leur apprenti Damian qui loge à l'année. En plus de ce dernier, les deux frères ont aussi engagé un employé Andrzej qui travaille sur l'exploitation. « Nous avons beaucoup de boulot, surtout l'été », déclare Alexandre.

« Le fait de travailler en équipe et d'avoir des employés, cela nous permet aussi quelque fois de prendre du temps pour nous ». Amoureux du sport avec un faible pour le ski de randonnée et la course à pied, Alexandre profite de ces pauses bien méritées pour partir en vacances de ski l'hiver avec sa femme et ses deux filles, Loane 11 ans et Noémie 14 ans.



### Devenir paysan

Alexandre a étudié à Zürich pour devenir ingénieur agronome. Après 2 – 3 ans derrière un bureau, il s'est vite rendu compte que ce n'était pas fait pour lui. « J'ai toujours eu envie de travailler pour moi et ma propre exploitation », raconte-t-il. « Avec une jolie ferme à la clé, j'ai vite compris que je préférais travailler en tant que paysan ». Pour autant, il reste persuadé que ses études lui servent au quotidien. « Ça ouvre l'esprit » explique-t-il.

Ces journées sont rythmées par la traite du matin et du soir et gouvernées par son bétail. Il commence sa matinée avec ce qu'il préfère : un tour de l'écurie. Il ne se presse pas directement à la traite, car il aime d'abord observer et découvrir ce qu'il se passe chez ses bêtes. « C'est un rituel pendant lequel on voit plein de choses », observe-t-il. En été, ses vaches pâturent la nuit pour éviter les grosses chaleurs. Elles sont alors affouragées dans l'écurie la journée avec de l'herbe fraîchement fauchée. L'automne, c'est de l'herbe aussi, mais complétée avec du maïs vert. Pour Alexandre, il y a tout le temps quelque chose à faire que ce soit pour la production laitière ou pour les cultures. C'est ce qui lui plaît le plus dans son métier : la diversité des tâches. « J'aime bien le tracteur, mais j'aime tout aussi bien l'écurie. Certains agriculteurs n'apprécient pas la comptabilité, alors que moi ça ne me dérange pas du tout », remarque-t-il.

### Et le fromage dans tout ça ?

Historiquement, il y a toujours eu une fromagerie dans le village de Peney-le-Jorat selon Alexandre. Comme leur exploitation possédait des vaches, il avait toujours été évident pour eux de fournir du lait pour la fabrication du Gruyère AOP. « Du moment que la fromagerie était là, la question ne s'est jamais posée autrement. Et heureusement » s'exclame-t-il. En 2005, les producteurs

des villages alentours se sont regroupés pour investir dans l'établissement. Pour Alexandre, les relations avec le fromager sont primordiales pour assurer une bonne production. « Nous avons de la chance d'être tous sur la même longueur d'onde et d'avoir un bon fromager très dynamique », renchérit-il.

Au niveau consommation, Alexandre avoue ne pas manger que du Gruyère AOP, mais ce dernier occupe toujours une place de choix sur un plateau de fromage, accompagné d'une soupe ou servi à la fin d'un repas pour ses invités. Sa préférence va pour des petits cubes de Gruyère AOP Réserve et la fondue, bien évidemment. « Le fromager fait un excellent mélange moitié-moitié au village et, même moi qui ne suis pas doué en cuisine, j'arrive à bien la préparer », ajoute-t-il sur un ton rieur.

Alexandre confie qu'il s'estime très heureux de pouvoir vivre et de gagner sa vie en créant un produit. « Le Gruyère AOP est très populaire, nous avons de la chance. Nous devons tous y mettre de la bonne volonté pour arriver à faire la part des choses », dit-il. « Même si les contraintes supplémentaires à la production du Gruyère AOP ne nous facilitent pas toujours la tâche, nous devons garder en tête que c'est ce qui nous permet de ne pas avoir un prix du lait en dessous comme pour d'autres fromages ». Il est conscient du rôle de l'Interprofession du Gruyère dans cette dynamique et dans la promotion du produit. « Des vendeurs de fromage américains sont venus visiter notre ferme. C'était passionnant de discuter avec eux et de comprendre que c'était quelque chose de spécial de voir cela en Suisse. Ce genre d'action a vraiment de l'effet à l'étranger. Cela fait plaisir », conclut-il.

6-7-8  
décembre

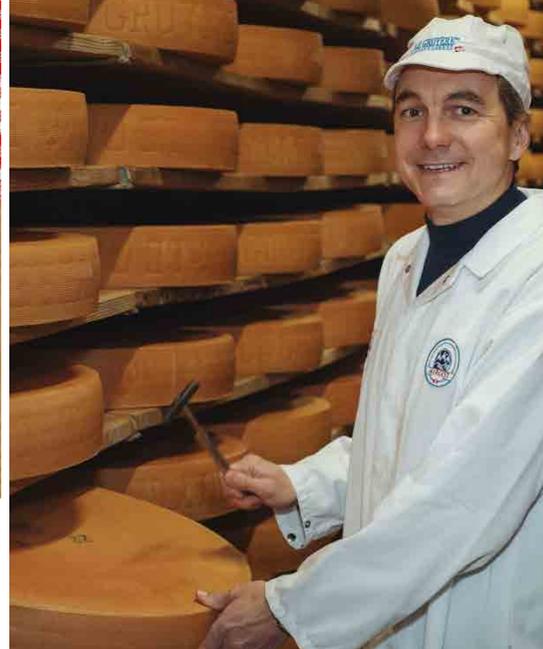
# Pintes ouvertes

Liste des restaurants: [www.gastrovaud.ch](http://www.gastrovaud.ch) et [www.pintesouvertes.ch](http://www.pintesouvertes.ch)



GASTROVAUD

Avec le soutien de:



Anthony Margot, affineur yverdonnois qui a fourni les 2.3 tonnes de Gruyère AOP 100% vaudois

Les Pintes Ouvertes du canton de Vaud

## Une Fondue 100% Gruyère AOP à l'honneur

GastroVaud s'investit de trois missions principales : former, défendre et promouvoir auprès du grand public la branche des cafetiers, restaurateurs et hôteliers vaudois. C'est dans l'esprit de ce troisième point que lors de son 125<sup>ème</sup> anniversaire en 2017, l'association patronale a décidé de lancer, entre autres, les Pintes Ouvertes vaudoises pour compléter l'offre des Caves Ouvertes dans la première partie de l'année. Couronnée d'un grand succès, cette première édition s'est renouvelée en 2018 et aura à nouveau lieu en cette fin d'année 2019.

### Les Pintes Ouvertes, c'est quoi ?

Le concept des Pintes Ouvertes propose au public de se rendre dans plus de 100 restaurants vaudois pour déguster un menu 100% vaudois : une fondue 100% Gruyère AOP, accompagnée d'un saucisson sec IGP, de cornichons, de pain quadrillé de l'artisan boulanger et d'un verre de chasselas de la région au prix de CHF 20.- seulement.

L'objectif de cette action ? Il est double. D'une part, les Pintes Ouvertes ont pour but « d'encourager le consommateur à aller là où il ne va plus forcément », explique Gilles Meystre, Président de GastroVaud. Avec la transformation des villages en cités-dortoirs, les auberges communales et pintes vaudoises

rencontrent de plus en plus de difficultés à garder et à renouveler leur clientèle. « Il faut faire connaître ou reconnaître ces établissements à travers une offre 100% vaudoise en proposant ainsi de l'authenticité, de la convivialité et de la proximité », déclare Gilles Meystre. Et d'autre part, l'événement cherche à encourager les restaurateurs à se fournir plus régulièrement en produits locaux chez les artisans de la région qui sont les fromagers, les boulangers, entre autres.

### Une Fondue 100% Gruyère AOP, une évidence !

Gilles Meystre, le Gruyère AOP, il le consomme depuis sa tendre enfance. Pas de chichi, c'est le fromage qui peut se retrouver dans tous ses plats, du matin jusqu'au soir et sous toutes ses formes. Il a un petit faible néanmoins pour le vieux Gruyère AOP qui contraste avec la douceur d'une confiture au petit-déjeuner. Il n'est dès lors pas étonnant que le fromage ait pris une place de choix lors des Pintes Ouvertes.

L'idée-même de l'événement repose sur la Fondue, mais pour qu'elle soit en accord avec la promotion du terroir de la région, il était nécessaire qu'elle soit 100% Gruyère AOP vaudois. Pourtant, ce n'était pas facile au départ de partir sur un mélange encore méconnu du grand public. La Fondue 100% Gruyère AOP ne faisait pas l'unanimité. Certains restaurateurs, gar-





**Gilles Meystre, Président de GastroVaud et le Conseiller d'Etat Philippe Leuba (en maillots), entourés de l'ensemble des sponsors de l'événement**



**Pascal Clément, l'un des 50 boulangers participants**

diens d'un mélange moitié-moitié, n'osaient pas se lancer, mais ceux qui ont franchi le pas ont été conquis ; « nous avons cassé les clichés et c'est tant mieux », s'exclame Gilles Meystre. Ce mangeur de Gruyère AOP a été servi pendant l'événement ; « je n'ai jamais mangé autant de fondue en trois jours ! », raconte-t-il en souriant.

### Une organisation impeccable

Pour recruter les restaurateurs, GastroVaud a lancé un appel à tous ses membres, indépendamment de leur type de restauration. Gilles Meystre le dit « nous n'avons pas voulu faire de sélection initiale et préféré inclure tous ceux qui acceptaient de jouer le jeu ». Finalement, l'événement a été accueilli principalement dans des pintes et des auberges communales, mais aussi des restaurants éphémères, des fermes et des établissements urbains. En 2018, c'est 30% d'établissements en plus par rapport à 2017 qui ont pris part aux Pintes Ouvertes.

Si pour les restaurateurs, l'investissement est moindre il en est autrement pour GastroVaud qui coordonne toute la logistique. En effet, l'association livre tous les produits du Gruyère AOP, en passant par les cornichons jusqu'à la charcuterie. Le restaurateur devra, quant à lui, se procurer un chasselas millésimé de son choix et se coordonner avec son boulanger.

### L'événement en quelques chiffres

Lors des premières Pintes Ouvertes, les quantités avaient été épuisées bien trop vite au goût de Gilles Meystre. Avec le passage à 3 jours au lieu de 2, il a été décidé de doubler les quantités pour cette édition 2018. Cela représente :

- 2,325 tonnes de Gruyère AOP
- 325 kg de saucisson sec IGP
- 500 bocaux de cornichons
- 5'307 pains quadrillés
- 10'000 dl de chasselas

« Nous avons cassé les clichés et c'est tant mieux ! »

Au niveau des restaurateurs, le succès semble au rendez-vous, puisque 96% d'entre eux se déclarent prêts à reconduire l'action cette année. Un sondage de satisfaction mené auprès de ces derniers indique aussi que 89% des sondés jugent le mélange de Gruyère AOP excellent (61%) ou très bon (28%). Les 11% restant le jugent bon. En 2017, le taux de satisfaction du mélange s'élevait déjà à un honorable score de 84%. Les trois jours au lieu de deux et les quantités plus conséquentes semblent aussi remplir leur mission puisque seuls 27% des établissements déclarent avoir dû refuser des clients, contre 59% l'année précédente. Dans l'ensemble, 45% des clients de cet événement étaient inconnus des établissements. L'objectif d'attirer de nouveaux clients est donc atteint.

Pour 2019, l'offre restera identique ; « c'est une formule qui cartonne, donc il n'y a pas de raison de la changer pour le moment », nous explique Gilles Meystre.

**Les Pintes Ouvertes du canton de Vaud auront lieu cette année le jeudi 5, le vendredi 6 et le samedi 7 décembre 2019.**





# Etudes sur le Gruyère AOP en Suisse

## Que pensent les Suisses du Gruyère AOP ?

Depuis 2001, l'Institut de recherches économiques et sociales M.I.S Trend est mandaté par l'Interprofession du Gruyère pour mener des recherches sur la consommation de Gruyère AOP. En 2018, une nouvelle étude qualitative et quantitative a été initiée pour faire le point sur la situation actuelle. Plus de 1'000 consommateurs de fromage représentatifs de la population suisse ont été interrogés à cet effet. Les résultats ont été décomposés selon leur région linguistique en Suisse, leur genre, leur âge, leur niveau de formation, leur revenu et leur consommation de Gruyère AOP.

### Le fromage en général

Lorsqu'on parle de fromage aux consommateurs, ils relèvent qu'il se mange en toute occasion du petit-déjeuner aux repas de midi et du soir, mais aussi pour le goûter, en apéro, il est présent à tout moment de la journée. Le produit est rattaché à des instants de partage, des souvenirs d'enfance ou de vacances. Il dégage une certaine chaleur et un certain sentiment de bonheur. On lui reconnaît les qualités nutritives suivantes : protéines et calcium et il est vu comme une alternative à la viande. Quelques critiques sont signalées pour ses intolérances, notamment au lactose, parfois le prix, sa teneur en gras et en sel.

Pour les consommateurs, un fromage de qualité a comme premier critère son goût qui doit être particulier. La notion de la provenance reste un paramètre non négligeable. Il doit de préférence être local ou son lieu d'origine doit clairement être identifié. Une certaine importance est aussi accordée à la provenance du lait dont les vaches se doivent d'être bien traitées. Le label, AOP ou BIO, par exemple, rassure. Le mode de fabrication est aussi essentiel. Il est souhaité traditionnel et artisanal, gage d'un long savoir-faire. Et pour cela, les consommateurs interrogés imaginent le produit en petite quantité et sans additifs. Le lieu de vente est aussi un élément de différenciation. Un fromage acheté dans une ferme ou sur un marché est pensé meilleur qu'un fromage acheté dans un supermarché. Cependant, l'esthétique du fromage n'a pratiquement pas d'influence sur sa qualité.

Le Gruyère AOP profite d'une notoriété inégalée par rapport aux autres fromages suisses. En effet, les consommateurs sont plus de 44% à le citer en premier lorsqu'on leur demande d'indiquer spontanément un fromage du pays à pâte dure ou mi-dure, ce qui correspond à une hausse de 7% par rapport à l'étude similaire de 2010. Ce chiffre monte même à 84% des interrogés lorsque l'on élargit les réponses possibles. Les seules disparités se retrouvent au niveau des régions linguistiques. Si les tessinois sont 60% à le citer spontanément, plaçant le Gruyère AOP juste derrière l'Emmentaler, les suisses alémaniques et les suisses romands sont respectivement plus de 80% et plus de 90%, le plaçant en première position des fromages suisses. Le score global monte finalement à 99% de connaissance du produit si on leur expose le nom du Gruyère AOP. Par rapport aux autres fromages, il est vu comme unique et incomparable.

### Signification de l'AOP pour les consommateurs

85%	Qualité du produit	15%
89%	Aire géographique, une région	11%
84%	Zone de production	16%
81%	Traçabilité des matières premières	19%
77%	Histoire, une tradition	23%
77%	Mode de production, de savoir-faire	23%
50%	Fabrication artisanale	50%
47%	Fabrication qui respecte l'environnement	53%
45%	Traitement correct des animaux de la filière	55%
36%	Juste rémunération des producteurs de lait	64%
27%	Répartition équitable des revenus sur filière	73%
10%	Nouvelle façon de produire	90%

■ Oui ■ Non

## L'image du Gruyère AOP

Parmi les fromages suisses, le Gruyère AOP jouit d'une belle image selon le panel interrogé qui peine à évoquer des défauts spontanément. Le prix peut être cité comme frein à la consommation, ainsi que la présence de lactose, ce qui est une fausse perception, car le Gruyère AOP, à l'instar des autres pâtes dures, n'en contient plus. Sa principale qualité est d'être considéré comme une valeur sûre qu'on garde toujours chez soi et qu'on mange à toute occasion.

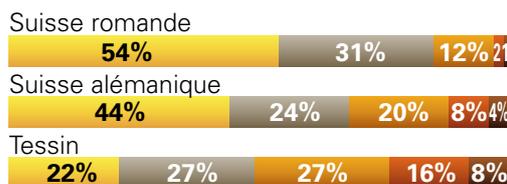
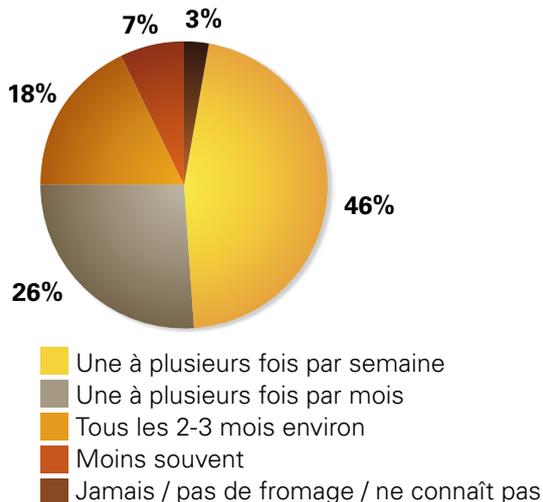
Selon les consommateurs, les variétés de Gruyère AOP proviennent de l'affinage du fromage. En Suisse romande, les personnes sondées parlent de son âge et de sa teneur en sel plutôt que de sa durée d'affinage. Plus un fromage est vieux, plus il est caractérisé comme salé. Le Gruyère d'Alpage AOP est très peu connu. Les consommateurs savent pourtant expliquer la différence avec un Gruyère AOP traditionnel. Les personnes sondées ont l'impression que les conditions de vie des vaches sont meilleures dans les alpages.

## Le terme AOP au sein des différents labels

De manière générale, de nombreux labels sont reconnus par les consommateurs, mais peu d'entre eux sont capables de savoir ce qu'il y a exactement derrière. S'ils se doutent que ces labels représentent un certain gage de qualité du produit, des lignes directrices strictes à respecter pour la fabrication du produit et de bonnes conditions de vie des animaux, les sondés n'ont pas de visibilité sur les contrôles qui peuvent être effectués. Ils admettent ne pas chercher plus d'information sur le sujet non plus. Les fromages suisses jouissent d'une très bonne réputation et les personnes sondées estiment qu'un label n'y change rien.

Pour les consommateurs, les critères importants d'un label sont une garantie d'une rémunération correcte pour les producteurs de lait et les petits fromagers et d'un traitement correcte des animaux. En Suisse, ces derniers sont perçus comme élevés dans de meilleures conditions qu'ailleurs. Les sondés souhaitent que ces informations soient communiquées, car elles peuvent être décisives pour l'achat. Ils ne pensent cependant pas que le terme AOP entre dans cette catégorie-là. Ils définissent cette reconnaissance comme un moyen de protéger le produit à l'étranger. Le concept est très flou pour les personnes interrogées qui n'arrivent

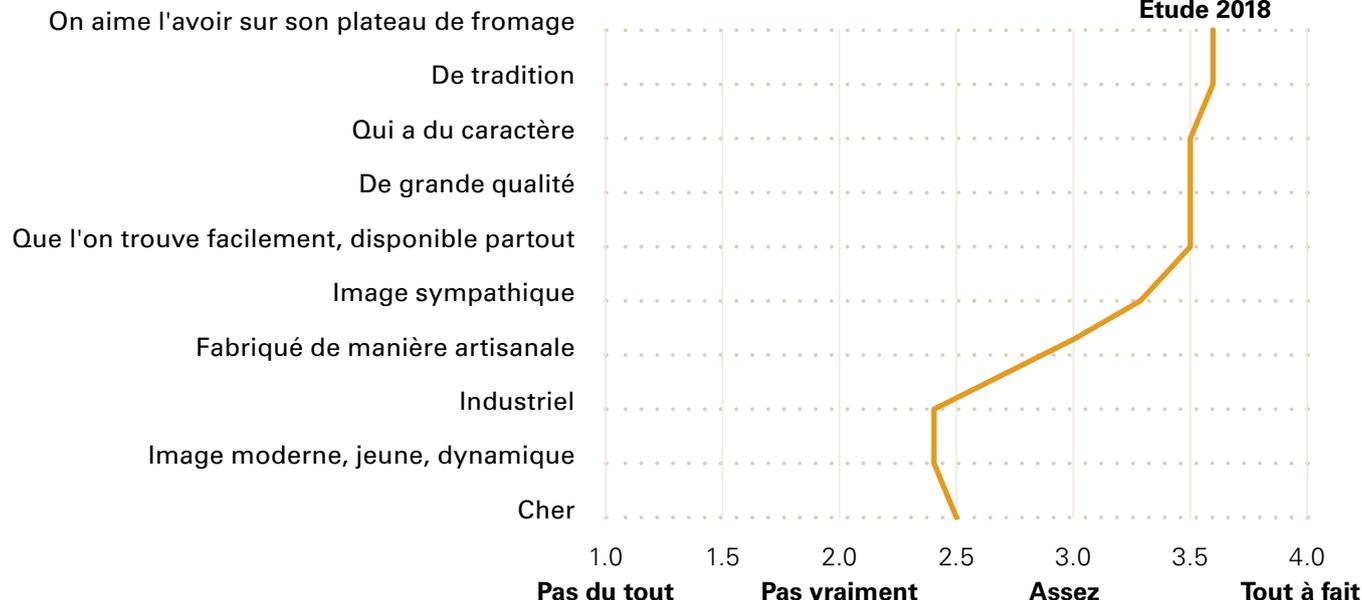
## Consommation du Gruyère AOP en Suisse



pas à se mettre d'accord sur une définition. Une majorité des répondants indique que le Gruyère AOP est considéré comme artisanal quand il est fabriqué dans des petites unités et vendu localement. Dès que le fromage est vendu en supermarché, il perd son côté artisanal. La place de l'humain dans ce processus est à ce titre remise en question.

De manière globale, les personnes interrogées qui connaissent l'AOP voient celui-ci principalement (plus de 70%) comme un gage de qualité du produit, une garantie d'une aire géographique et une zone de production, une façon de tracer les matières premières, la protection d'une histoire et d'une tradition, l'assurance d'un mode de production et d'un savoir-faire respectés. Ce dernier point est particulièrement vrai pour la Suisse romande (>90%), mais moins pour le Tessin (<60%) et la Suisse allemande (>40%). L'AOP ne modifie pas l'image des consommateurs qui ne savaient pas

## Caractéristique du Gruyère AOP pour les consommateurs





que le fromage portait un tel label. Sa provenance Suisse fait de lui un fromage de qualité par essence.

### La consommation du Gruyère AOP

Le Gruyère AOP est consommé de manière très régulière du petit-déjeuner au souper et majoritairement au moins une fois par semaine. Les personnes sondées ont très souvent une réserve chez eux et le dégustent sous toutes ces formes et en toute occasion avec une préférence pour la consommation en morceau. Lorsqu'il est question de fondue, le Gruyère AOP reste l'ingrédient incontournable.

Les critères de choix sont similaires pour tous les consommateurs, cependant les plus jeunes mettent en premier critère le prix et les actions alors que les plus âgés sont plus sensibles à l'envie du moment ou du plat qu'ils prépareront ainsi que de l'origine géographique du produit. Le critère de l'affinage n'entre que peu en compte dans le choix d'un Gruyère AOP. Globalement, le premier critère incontestable est le goût (87% très important et 11% important), viennent ensuite l'absence d'additifs (35% très important et 34% important), la production traditionnelle (23% très important et 45% important), et artisanale (22% très important et 42% important), l'éthique de fabrication (22% très important et 42% important) et l'origine géographique (21% très important et 43% important).

S'ils sont plus jeunes, les consommateurs achèteront plus volontiers au supermarché au rayon pré-emballé, alors que s'ils sont plus âgés, ils varieront son achat entre supermarché, à la fois rayon coupe et rayon pré-emballé, en laiterie et au marché. De manière générale, Le Gruyère AOP est plus souvent acheté en grande surface (70% souvent et 20% de temps en temps). Quelques sondés l'achètent souvent (15%) et de temps en temps (35%) dans les épiceries et les petits magasins. Il est ensuite acheté en laiterie et en fromagerie (10% souvent et 27% de temps en temps) et sur les marchés (7% souvent et 20% de temps en temps). Il n'est pratiquement pas acheté sur internet (94% jamais) et dans d'autres lieux comme les stations essence, chez le producteur, dans les distributeurs et à la boucherie (91% jamais). Logiquement en Suisse romande par la proximité de la production, les consom-

mateurs disent acheter plus fréquemment du Gruyère AOP en fromagerie ou en laiterie. En supermarché, il est acheté plus souvent en libre-service (45%) qu'à la coupe (11%), mais beaucoup de consommateurs se déclarent s'en procurer des deux manières (44%). Il est remarqué aussi que les jeunes ont tendance à se procurer plus de Gruyère AOP en libre-service. Cette tendance semble diminuer avec l'âge au profit de l'achat à la coupe. La vente du Gruyère AOP ne dépend pas majoritairement des actions. Plus de la moitié des répondants (63%) confirment ne pas attendre sur ces dernières pour en acheter.

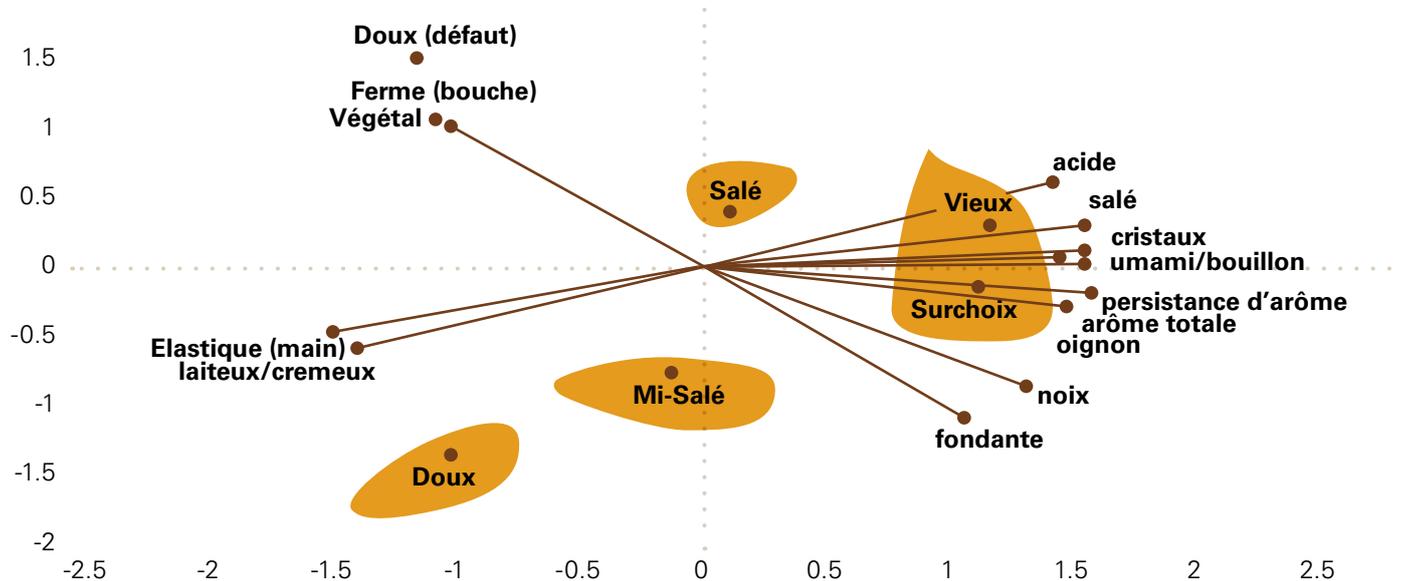
### L'enquête en points clés

- Le Gruyère AOP est le fromage de référence en Suisse.
- Le Gruyère AOP possède peu de défaut.
- Le Gruyère AOP se consomme à tout moment de la journée, de préférence en morceau.
- Le Gruyère AOP est l'ingrédient incontournable de la fondue.
- Le goût est le premier critère de choix d'un fromage, à plus forte raison du Gruyère AOP
- Le Gruyère AOP est acheté le plus souvent en supermarché ; il est plus régulièrement acheté en libre-service qu'à la coupe, mais de nombreux consommateurs déclarent l'acheter à la coupe comme en libre-service.
- Les consommateurs s'intéressent à des labels qui garantissent la bonne rémunération des producteurs de lait et des fromagers et le bon traitement des animaux.
- L'AOP est une notion qui est considérée comme une protection d'une région, d'un savoir-faire, d'une tradition artisanale.
- Malgré tout, le Gruyère AOP des supermarchés a une connotation industrielle.

### Quels sont les goûts préférés des Suisses ?

La Haute école des sciences agronomiques, forestières et alimentaires (HAFL) de Zollikofen a réalisé en 2018 une étude sur plus de 300 consommateurs mesurant l'acceptabilité de différents Gruyère AOP en Suisse. Des dégustations à l'aveugle ont été effectuées afin de pouvoir établir les accep-

## Spectre sensoriel du Gruyère AOP

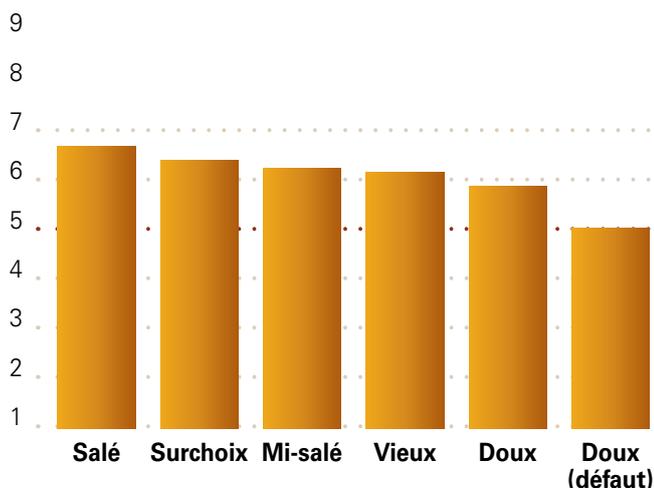


tabilités en fonction de groupes de consommateurs avec des caractéristiques semblables.

Un panel d'experts en fromage d'Agroscope à Liebefeld a, tout d'abord, procédé à la dégustation afin de définir les produits testés sur un spectre sensoriel, notamment en se basant sur leur goût et leur texture. Les sortes de Gruyère AOP testées sont du Doux (6 mois), du Doux (défaut) (6 mois, avec une note en dessous de 18 à la taxation), du Mi-salé (9 mois), du Salé (11 mois), du Surchoix (13 mois) et du Vieux (16 mois).

### L'appréciation globale du Gruyère AOP

Sur une échelle de 1 à 9, la totalité des consommateurs déguste plus facilement le Gruyère AOP Salé (6.71). Les fromages Surchoix (6.39), Mi-salé (6.19) et Vieux (6.10) sont très proches les uns des autres et plaisent plutôt. Le produit Doux (5.78) reste au-dessus de la moyenne alors que le produit Doux (défaut) (4.78) est beaucoup moins apprécié que le reste des sortes.



### Deux groupes de consommateurs

#### Les corsés

Le premier groupe, constitué de 180 sondés, est nommé « les corsés ». Ils préfèrent particulièrement les produits

Salé, Vieux et Surchoix, alors qu'ils n'apprécient pas le fromage Doux et le Doux (défaut). Ils démontrent une certaine connaissance des produits et sont capables de mieux les différencier. Dans un Gruyère AOP, ils recherchent particulièrement un certain niveau de sel, un arôme plus prononcé et une certaine longueur en bouche. Ils sont aussi attentifs à une élasticité moyenne du produit et à la présence de cristaux de sel. Globalement, les personnes de ce groupe sont un peu moins âgées (moyenne d'âge = 48 ans). Au niveau de leur activité professionnelle, ils ont un revenu mensuel légèrement supérieur. Ils mangent le Gruyère AOP de préférence en morceaux et préfèrent le Salé (11 mois).

#### Les pas trop salés

Le deuxième groupe est composé de 144 répondants et est nommé « les pas trop salés ». Ils aiment de manière similaire les produits Doux, Mi-Salé et Salé. Le fromage Doux (défaut) est en retrait. Ils apprécient moins les Gruyère AOP Surchoix et Vieux qu'ils considèrent comme trop salé et dans lesquels ils remarquent la présence de cristaux. Les consommateurs de ce groupe sont légèrement plus âgés (moyenne d'âge = 53 ans) avec un revenu légèrement inférieur à l'autre groupe. Ils consomment le Gruyère AOP plus facilement sous forme râpé et en gratin.

#### L'enquête en points clés

- Le Gruyère AOP de 11 mois semble être l'âge préféré par les consommateurs.
- Deux groupes de consommateurs se distinguent : « les Corsés » qui préfèrent les fromages plus affinés et « les Pas trop salé » qui préfèrent des fromages un peu moins vieux.
- Il n'y a aucune différence de goût au niveau des régions (Suisse alémanique VS Suisse romande) ou du genre (femmes VS hommes).
- Les consommateurs perçoivent la qualité inférieure du Gruyère AOP Doux (défaut) sans le détester.
- Les critères utilisés lors de la classification qualitatives du Gruyère AOP (taxation) sont confirmés par cette étude.



# Etudes sur le Gruyère AOP à l'étranger

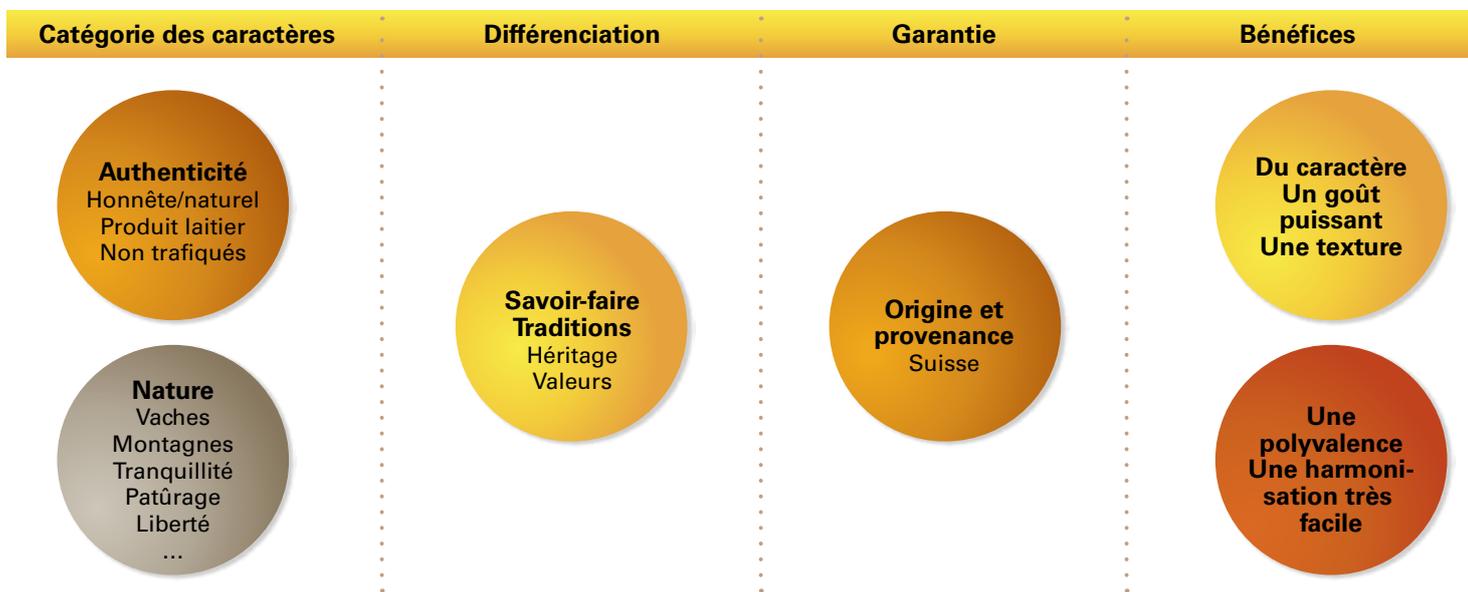
## Comment le Gruyère AOP est-il consommé en Belgique ?

Selon une étude de 2016 de *Gesellschaft für Konsumforschung, (GfK)*, institut d'étude de marché et d'audit marketing, le Gruyère AOP est acheté plus fortement dans la région de Bruxelles. Les principaux acheteurs ont majoritairement plus de 50 ans (67,2% du volume d'achat). A l'étranger, le Gruyère AOP est considéré comme un aliment premium

le Gruyère AOP sous toutes ses formes au moins deux fois par mois pour les consommateurs principaux et de temps en temps pour les consommateurs qui préfèrent d'autres fromages.

De manière globale, les répondants voient cet aliment comme un produit sain, a contrario de la viande pour laquelle de nombreux discours négatifs ont été évoqués ces dernières années. Il a tendance ainsi à la remplacer dans les repas. Le fromage

## Perception du Gruyère AOP en Belgique



et donc plus cher. Les consommateurs sont, par conséquent, plus souvent des personnes avec un pouvoir d'achat moyen à élevé (>72,9% du volume d'achat).

Sur ces premiers éléments, des discussions ont été menées dans trois villes : Bruxelles, Liège et Anvers. Les 42 participants devaient réaliser un carnet de bord sur leurs habitudes de consommation de fromages avant de prendre part aux sein des différents groupes. Ils ont été sélectionnés de manière représentative en termes d'âge et de sexe et ils ont été choisis sur la base de leur revenu moyen à élevé. Ils consomment

est perçu comme un produit authentique qui bénéficie d'un processus de fabrication contrôlable relatif au savoir-faire et à la tradition. Il peut se manger à tout moment, pour tous les usages et sous des formes variées.

## Deux groupes de consommateurs

### Les novices

Les novices sont des consommateurs qui ont entre 18 et 40 ans. Ils apprécient les fromages plus basiques qu'ils mangent régulièrement sans changer. Leurs achats se fait particulière-

ment dans les grandes surfaces. Ils cherchent des suggestions sur les associations possibles avec le produit et montrent un intérêt pour le goût du fromage. Ils souhaitent obtenir des informations simples sur son origine. Ils aiment avoir des idées de recettes afin d'utiliser au mieux le fromage proposé.

### Les curieux

Les curieux ont autour des 40 ans. Ils ont une maturité de goût plus développée et perçoivent les subtilités du fromage. Leur préférence va pour des produits avec plus de caractère. Ces consommateurs aiment découvrir de nouvelles sortes. Ils cherchent à mieux connaître l'aliment par sa fabrication, le savoir-faire, les traditions et le patrimoine. L'origine est importante pour eux et valorisée par les labels. Ils aiment les idées de recettes plus subtiles. Ils achètent plus volontiers dans les fromageries ou sur les marchés.

### L'image du Gruyère AOP en Belgique

Lorsque les consommateurs sont confrontés aux emballages de Gruyère AOP, ils parlent d'abord de la marque du distributeur avant de parler de Gruyère AOP en tant que tel. C'est cette marque et l'aspect du fromage qui vont définir l'achat ou non. Cette situation est logique sur le marché belge car la vente en supermarché se fait essentiellement en préemballé et sous la marque de l'enseigne.

Lorsqu'on parle de Gruyère AOP avec les personnes sondées, elles y associent tout de suite un imaginaire fort de traditions et de savoir-faire. La provenance suisse contribue à appuyer cette image qualitative du produit. Pour les curieux, le Gruyère AOP est associé à un goût plus marqué, puissant et de caractère ainsi qu'à une texture appréciable. La réticence d'achat de Gruyère AOP est parfois son prix selon certains répondants. Le slogan « naturellement sans lactose » est vu négativement par les sondés. Cette affirmation fait perdre son authenticité au produit et son côté artisanal, car les répondants pensent qu'il y a eu manipulation alors que ce procédé s'exécute naturellement lors de la fabrication du fromage.

Le Gruyère AOP acheté au supermarché est imaginé plus industriel et ayant moins de goût. Les consommateurs en achètent tout de même en grande surface car il y a une meilleure accessibilité, plus de rapidité, plus de choix, un meilleur prix et une meilleure conservation. Les consommateurs estiment qu'à la coupe, le fromage a plus de fraîcheur. Ils apprécient la possibilité de le goûter et de recevoir des conseils. Ils soulèvent le choix des produits et des quantités. Le frein principal réside dans leur manque de connaissance. Les répondants apprécient la vente chez le fromager pour la relation de confiance, les conseils prodigués, le service personnalisé. Ils apprécient particulièrement l'ambiance d'une fromagerie, la diversité des produits et leur fraîcheur ainsi que le fait de pouvoir choisir les quantités. Les principales réticences à se fournir chez le fromager sont l'accessibilité et le prix.

Le goût est le premier critère d'achat du fromage. Les termes de type AOP ne sont connus que par les curieux qui relient ceux-ci à l'origine du produit.

### Dégustation du Gruyère AOP

Lors de la dégustation du Gruyère AOP Classic (doux), le groupe des novices apprécie son goût légèrement prononcé

qui doit bien s'associer avec de nombreux usages froids et chauds, sa longueur en bouche, sa texture onctueuse et son odeur prononcée. Les curieux, quant à eux, apprécient aussi son odeur, sa longueur en bouche et son association facile avec d'autres produits, cependant, la dégustation ne correspond pas à leurs attentes.

Le Gruyère AOP Réserve (10 mois) est le fromage favori des novices et des curieux qui le décrivent comme une explosion de saveur. Il est le Gruyère AOP qui se rapproche le plus de leurs habitudes de consommation. Il est imaginé sur un plateau de fromage associé à un bon vin ou une bière spéciale. C'est également le remplaçant légitime de la viande.

Le Gruyère d'Alpage AOP est le moins apprécié chez les deux groupes. Son goût est décrit comme trop prononcé, trop piquant.

### L'enquête en points clés

- Le Gruyère AOP est consommé plus fréquemment à Bruxelles.
- Les consommateurs de prédilection sont des personnes bénéficiant d'un certain revenu du fait du prix relativement élevé par rapport aux autres fromages.
- Le fromage est l'aliment qui peut remplacer la viande.
- La notoriété du Gruyère AOP est moins forte que celle des distributeurs sur les emballages.
- Le Gruyère AOP jouit d'un imaginaire fort de tradition et de savoir-faire.
- Le slogan naturellement sans lactose est interprété plutôt négativement.
- Les consommateurs achètent du fromage plus facilement en supermarché.
- Le goût est le premier critère d'achat d'un fromage donc du Gruyère AOP.
- En dégustation à l'aveugle, le Gruyère AOP Réserve est préféré au Gruyère AOP jeune (Classic).



## Comment le Gruyère AOP est-il consommé en France ?

### Le fromage et les français

En 2017, l'institut de sondage français Ipsos a mené deux études qualitatives auprès des consommateurs, des fromagers et des vendeurs en magasins spécialisés et une étude quantitative sur la consommation du Gruyère AOP en France.

Selon l'étude qualitative, la consommation de fromage de

la traçabilité sont valorisées par leurs clients qui montrent également un intérêt croissant pour les produits BIO : demande qu'ils peinent à satisfaire en raison de la rareté de l'offre. Finalement, ils mettent en évidence l'envie des consommateurs de découvrir de nouveaux fromages atypiques et locaux comme des spécialités ou des fromages de l'étranger qu'ils ont moins l'habitude de consommer.

En France, les notions AOC/AOP sont bien connues par les consommateurs qui les trouvent rassurantes et les considèrent comme un gage de qualité, de traçabilité, d'authenticité, de santé et d'éthique par rapport aux emplois locaux. Le panel d'expert confirme cette tendance chez leur clientèle. La notion IGP français, quant à elle, est particulièrement méconnue.

### Le Gruyère AOP en France

De manière générale, le consommateur non-initié peine à distinguer le Gruyère AOP du Gruyère IGP français ainsi que l'Emmental. Cette confusion entraîne une description faussée du produit comme basique, de qualité ordinaire et aimé des enfants. Il est souvent associé aux petites souris des dessins animés et avec des trous. Si les fromagers tentent d'éduquer leur clientèle en leur citant diverses sortes (Comté AOP, Beaufort AOP, Gruyère AOP suisse) de cette catégorie que les clients nomment « Gruyère », les responsables de rayon à la coupe proposent du « Gruyère français », du « Gruyère suisse » ou aussi encore du « Gruyère à trou ». Une méconnaissance en France de la marque en tant que Gruyère AOP est constatée. Les consommateurs et experts parlent plus volontiers de « Gruyère AOP suisse ».

### Perception du Gruyère AOP en France



manière générale s'effectue de plus en plus sous forme diversifiée et en toute occasion. Les émissions culinaires ont particulièrement mis en avant ces nouvelles façons de consommer qui se différencient du traditionnel plat de fromage avant le dessert. Si les répondants se rendent compte de la richesse en calcium et de la satiété que peut procurer le produit, ils n'oublient pas son versant calorifique. Le consommateur est aussi très soucieux de la provenance du fromage ainsi que de sa qualité.

Ces affirmations se confirment avec le panel fromagers et responsables de rayon à la coupe qui remarque une sensibilité croissante au terroir de la part des acheteurs. L'authenticité et

Cette confusion entraîne malgré tout une notoriété globale assistée forte du Gruyère de 96% dont 24% de notoriété spontanée selon l'enquête quantitative sur plus de 500 personnes. 78% des sondés prétendent connaître le « Gruyère AOP suisse » et 88% le « Gruyère IGP français ». Parmi eux, seuls 41% se reconnaissent acheteurs certains de Gruyère AOP et 16% se l'ont procuré au cours des 6 derniers mois. Il est aussi noté que 64% des consommateurs estiment qu'il est originaire de Suisse.

Le Gruyère AOP est perçu à plus de 50% par les sondés comme un fromage qui a du goût et qui est le fruit d'un travail artisanal, cependant c'est un produit qui ne se trouve pas

facilement en magasin et dont les publicités ne sont pas très présentes dans l'esprit des consommateurs. De plus, c'est un aliment considéré comme cher, a contrario du Comté qui est aussi beaucoup plus accessible en magasin.

Malgré la notoriété plus limitée du Gruyère AOP, le produit jouit d'une réputation particulièrement positive (79%) par ses consommateurs. Ils apprécient particulièrement son goût. Le Gruyère AOP leur évoque un certain savoir-faire, des moments chaleureux de convivialité, de la subtilité, un côté artisanal, une certaine naturalité et une tradition. Son côté le plus mis en valeur est son authenticité.

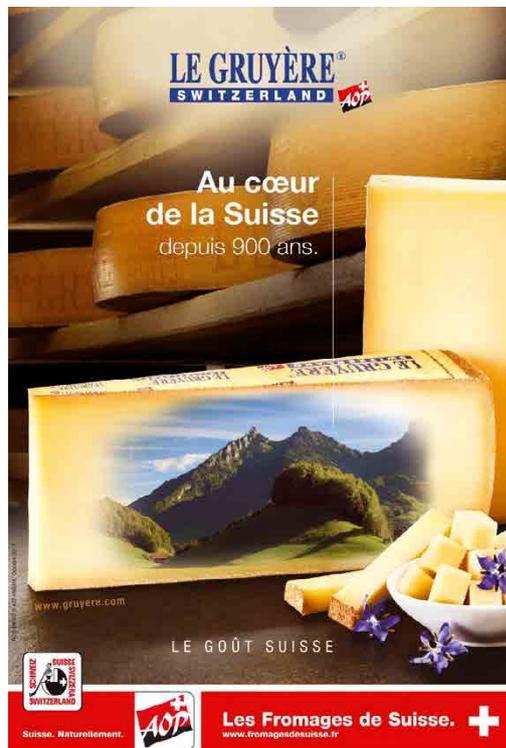
En dégustation à l'aveugle par le panel consommateur de l'étude qualitative, le Gruyère AOP est le grand gagnant parmi des fromages comme le Comté AOP, le Beaufort AOP, le Gruyère IGP Français ou l'Emmental. Entre le Gruyère d'Alpage AOP et le Gruyère AOP Réserve, la préférence se porte plus généralement sur le premier.

Les participants consomment le Gruyère AOP plus particulièrement sur un plateau de fromage ou en grignotage et non dans des plats cuisinés pour ne pas trahir son goût. Seuls les adeptes culinaires avouent l'utiliser pour rehausser des ingrédients fades ou dans une salade sophistiquée. Ces résultats se confirment chez les personnes sondées quantitativement dont 73% déclarent le manger en morceau et 71% pour le placer sur un plateau de fromage, de manière égal entre le dîner et le souper.

#### L'enquête en points clés

- Le Gruyère AOP évoque :
  - Un savoir-faire
  - Des moments conviviaux
  - Un côté artisanal
  - De la subtilité
  - Une certaine naturalité
  - Une tradition
  - Une origine sûre
  - Et surtout... de l'authenticité !
- Le fromage se consomme en tout temps et en toute occasion.
- La provenance et la qualité du fromage sont des critères importants dans le choix de celui-ci.
- Le Gruyère AOP est souvent confondu avec d'autres fromages comme l'Emmental, le Comté AOP et le Gruyère IGP français.
- Le Gruyère AOP est considéré comme cher et relativement peu accessible.
- En dégustation à l'aveugle, le Gruyère AOP est considéré comme le meilleur fromage.

#### Campagne de publicité en France



#### Les axes de promotion et de marketing prioritaires

L'Interprofession du Gruyère se réjouit des résultats globaux de ces études qui place le Gruyère AOP comme un fromage d'exception chez ses consommateurs par son goût et par son image. Il n'en reste pas moins que l'information doit être encore améliorée.

L'IPG continuera à promouvoir le Gruyère AOP comme un produit qui véhicule des valeurs fortes à l'instar de son caractère artisanal et naturel qu'il soit vendu en laiterie ou en supermarché. Le savoir-faire des acteurs de la filière, du producteur de lait, en passant par le fromager jusqu'à l'affineur, restent au cœur de la fabrication du produit et, par conséquent, de sa communication.

Afin de mettre en valeur ces derniers points, l'IPG va aussi poursuivre le travail sur l'image véhiculée par l'AOP. Ce label n'est pas seulement un gage d'une zone de production limitée, mais aussi de qualité du produit, d'une tradition, d'un savoir-faire et d'une histoire.

La ligne graphique doit être continuellement suivie. La marque Gruyère AOP doit être mise en valeur en Suisse comme à l'étranger.

Le développement continu de nouvelles recettes permet de placer le Gruyère AOP comme un élément-clé dans tous les repas et notamment comme une diversification bienvenue. Comme le démontre les différentes études réalisées, celui-ci se consomme en toute occasion et sous toutes ses formes. Les nouvelles suggestions de recettes permettent de renforcer la consommation de Gruyère AOP en plus de la consommation en morceau et sous forme de fondue.

# Le Gruyère AOP associé à de grands événements

Période d'avril à décembre 2019

## Mille Gruyère

Le Gruyère AOP soutient les jeunes athlètes par le biais du Mille Gruyère, dont les finales régionales se dérouleront entre le 3 mars et le 8 septembre 2019. Elles permettent aux jeunes jusqu'à 15 ans de se qualifier pour la finale nationale qui aura lieu le dimanche 22 septembre 2019 à Locarno.

[www.mille-gruyere.ch/fr](http://www.mille-gruyere.ch/fr)

## BCN Tour

Chaque mercredi du 24 avril au 29 mai, une nouvelle étape de cette course vaudoise soutenue par le Gruyère AOP se dévoile. Une course spéciale, le BCN Kid's Tour, est destinée aux enfants. Enfin, le BCN Walking rassemble les fans de Nordic Walking qui se mesurent sans classement final.

[www.sportplus.ch/bcn-tour](http://www.sportplus.ch/bcn-tour)

## BEA

Du 26 avril au 5 mai aura lieu l'édition 2019 de la BEA, « le Comptoir de Berne ».

[www.beapferd.ch](http://www.beapferd.ch)

## LUGA

La LUGA se tiendra à Lucerne du 26 avril au 5 mai 2019.

[www.luga.ch](http://www.luga.ch)

## Concours Mondial de Bruxelles

La ville d'Aigle accueillera la 26<sup>e</sup> édition du Concours Mondial de Bruxelles. Lors de cette manifestation, des milliers de vins seront mis au concours par des producteurs du monde entier. Les séances de dégustation auront lieu au World Cycling Centre du 2 au 5 mai 2019 avec la présence du Gruyère AOP.

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

## Caves ouvertes du Canton de Vaud

Le Gruyère AOP sera présent du 8 au 9 juin 2019 durant les Caves Ouvertes Vaudoises, l'occasion de déguster de grands vins régionaux.

[www.ovv.ch/caves-ouvertes](http://www.ovv.ch/caves-ouvertes)

## Summer Fancy Food Show

Du 23 au 25 juin 2019, Le Gruyère AOP aura un stand au Fancy Food Show, la grande foire alimentaire de New York. Les professionnels du monde alimentaire pourront y déguster différents affinages de Gruyère AOP et de la délicieuse fondue moitié-moitié.

[www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show](http://www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show)

## Mondial du Chasselas

Le Gruyère AOP sera présent au Château d'Aigle du 28 au 29 juin 2019 lors de ce concours qui prime les meilleurs chasselas du monde.

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

## 100<sup>ème</sup> Anniversaire de la FVJC

Du 3 au 21 juillet 2019, le Gruyère AOP soutient le 100<sup>ème</sup> Anniversaire de la Fédération Vaudoise des Jeunesses Campagnardes à Savigny. Ce jubilé sera la fête de toute la Fédération Vaudoise des Jeunesses Campagnardes : jeunes et anciens, le Nord, le Pied-du-Jura, la Broye et le Centre.

[www.savigny2019.ch](http://www.savigny2019.ch)

## Athletissima

Le meeting international d'athlétisme de Lausanne se déroulera le vendredi 5 juillet 2019. C'est l'une des épreuves de la Diamond League organisée par l'Association internationale des fédérations d'athlétisme (IAAF).

[www.athletissima.ch](http://www.athletissima.ch)

## Championnat d'Europe de course de montagne

C'est la Suisse qui aura l'honneur d'héberger l'édition 2019 du Championnat d'Europe de course de montagne le dimanche 7 juillet 2019 à Zermatt. Le Gruyère AOP sera aussi de la partie pour soutenir ce grand événement. Vous retrouverez le Gruyère AOP également le samedi 6 juillet lors du Zermatt Marathon.

Toute l'année, le Gruyère AOP est aussi affiché sur tous les bus électriques de Zermatt.

[www.zermatt.ch/fr/Media/Manifestations/Championnat-d-Europe-de-course-de-montagne-2019](http://www.zermatt.ch/fr/Media/Manifestations/Championnat-d-Europe-de-course-de-montagne-2019)

## European Athletics U23 Championships

Cette année, entre le 11 et 14 juillet, les championnats d'athlétisme européens des jeunes de moins de 23 ans se déroulent à Gävle en Suède. Le Gruyère AOP apporte son soutien à ces jeunes sportifs.

[www.gavle2019.com](http://www.gavle2019.com)

## Slow Up la Gruyère

Le Gruyère AOP soutient le rendez-vous régional des cyclistes amateurs. Le Slow Up la Gruyère se déroulera le 14 juillet 2019 prochain.

[www.slowup.ch/gruyere/fr](http://www.slowup.ch/gruyere/fr)

## European Athletics U20 Championships

Le Gruyère AOP soutient aussi les jeunes de moins de 20 ans lors des championnats européens d'athlétisme qui auront lieu entre le 18 et 21 juillet 2019 à Borås en Suède.

[www.boras2019.com](http://www.boras2019.com)

## Fête des Vignerons

Cette année aura lieu la Fête des Vignerons du 18 juillet au 11 août soutenue par Le Gruyère AOP. Organisée par la Confrérie des Vignerons, cette célébration unique au monde se déroule une fois par génération à Vevey.

[www.fetedesvignerons.ch](http://www.fetedesvignerons.ch)

## Paléo Festival

Le Gruyère AOP est fidèle au poste du Paléo Festival avec son stand de Hot Fondue. Les concerts auront lieu à Nyon du 23 au 28 juillet 2019.

[www.paleo.ch](http://www.paleo.ch)



### European Athletics Team Championships

Dans le cadre de son grand engagement pour l'athlétisme en Europe, Le Gruyère AOP est sponsor des Championnats d'Europe d'athlétisme par équipes du 9 au 11 août 2019 qui se déroule à Bydgoszcz en Pologne.

[www.bydgoszcz2019.pl/en](http://www.bydgoszcz2019.pl/en)

### Groupe E Tour

Chaque mercredi du 14 août au 11 septembre 2019, une nouvelle étape de cette course fribourgeoise soutenue par le Gruyère AOP se dévoile. Une course spéciale, le Kid's Tour La Liberté, est destinée aux enfants. Enfin, le Groupe E Walking Tour rassemble les fans de Nordic Walking qui se mesurent sans classement final.

[www.sportplus.ch/groupe-e-tour](http://www.sportplus.ch/groupe-e-tour)

### Championnats Suisses d'Athlétisme

Le Gruyère AOP est partenaire de cette grande manifestation sportive qui aura lieu du 23 au 24 août à Bâle.

<https://www.swiss-athletics.ch/fr/competitions/manifestations/championnats/championnats-2019/>

### Weltklasse

Le meeting de la Diamond League Weltklasse se déroulera à Zürich le 29 août 2019. Le Gruyère AOP sera aussi présent à la gare de Zürich le 27 et 28 août où aura lieu l'épreuve du saut à la perche. Avant le meeting international aura lieu la course poursuite Mille Gruyère, opportunité unique pour les jeunes coureurs de fouler le tartan du Letzigrund à guichets fermés !

<https://zurich.diamondleague.com/info/weltklasse-zuerich-2019/>

### Open Bike

Le Gruyère AOP est sponsor de la course de VTT qui se déroule à Grandvillard. Cette 30<sup>ème</sup> édition aura lieu du 13 au 14 septembre.

[www.openbike.ch](http://www.openbike.ch)

### Cheese Festival Foire de Bra

Le Cheese Festival se déroule à Bra en Italie du 20 au 23 septembre. Les visiteurs pourront y déguster plusieurs affinages de Gruyère AOP.

[www.cheese.slowfood.it](http://www.cheese.slowfood.it)

### Foire du Valais

Du 27 septembre au 6 octobre 2019, le Gruyère AOP sera présent sur la Foire du Valais à Martigny. Sur son stand, vous pourrez déguster différents affinages de Gruyère AOP.

[www.foireduvalais.ch](http://www.foireduvalais.ch)

### Remise des distinctions de l'Interprofession du Gruyère

Le 2 octobre 2019 prochain, nous célébrerons les meilleures notes obtenues à la taxation sur 5 ans par les fromagers. Une édition spéciale de l'oiseau reviendra sur les temps forts de cet événement dans le courant du mois d'octobre.

### Anuga

Le Gruyère AOP aura son stand au Salon Général de l'Alimentation et des Boissons à Cologne en Allemagne. Cette foire considérée comme la plus grande et la plus importante dans le domaine se déroulera du 5 au 9 octobre 2019.

[www.anuga.de](http://www.anuga.de)

### OLMA

Le Gruyère AOP aura son stand à l'OLMA, la grande foire de Saint-Gall, du 10 au 20 octobre 2019.

[www.olma.ch](http://www.olma.ch)

### Salon des Goûts et Terroirs

Retrouvez le Gruyère AOP au Salon des Goûts et Terroirs à Bulle du 30 octobre au 3 novembre 2019.

[www.gouts-et-terroirs.ch](http://www.gouts-et-terroirs.ch)

### Les Automnales

Du 8 au 17 novembre 2019 se dérouleront les Automnales à Genève Palexpo avec le Gruyère AOP.

[www.automnales.ch](http://www.automnales.ch)

### Le Gruyère AOP European Curling Championships

Le Gruyère AOP est sponsor des championnats européens de curling, cette année à Helsingborg en Suède du 15 au 23 novembre 2019.

### Le Mondial de la Fondue

Tentez de faire la meilleure fondue avec du Gruyère AOP le 16 novembre 2019 à Tartegnin lors du Mondial de la Fondue.

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

### Coupe du Monde de Ski de Fond

De fin novembre 2019 à fin mars 2020, le Gruyère AOP est sponsor de la Coupe du Monde de Ski de Fond. Le Tour de Ski fera étape en Suisse, entre autres.

[www.fis-ski.com/cross-country](http://www.fis-ski.com/cross-country)

### Pintes ouvertes dans le canton de Vaud

Du 5 au 7 décembre 2019, profitez d'une fondue 100% Gruyère accompagnée de différents produits du terroir lors des Pintes ouvertes du canton de Vaud.

[www.pintesouvertes.ch](http://www.pintesouvertes.ch)

### SPAR European Cross Country Championships

Dans le cadre de son sponsoring de l'Athlétisme européen, le Gruyère AOP apporte aussi son soutien aux courses de Cross-Country. Les athlètes s'affronteront cette année à Lisbonne au Portugal le 8 décembre 2019.

# Recettes



## Panna cotta d'asperges vertes aux copeaux de Gruyère AOP

Temps de préparation : 30 min

Temps de cuisson : 20 min

### Ingrédients pour 4 personnes :

3 dl de crème 35%  
250 g d'asperges vertes  
50 g de Gruyère AOP râpé  
Quelques copeaux de Gruyère AOP pour la décoration  
2 cc d'agar-agar ou 4 feuilles de gélatine  
Sel, poivre

### Préparation :

- Éplucher les asperges et les cuire dans l'eau salée.
- Mixer les asperges refroidies.
- Tempérer le lait et y ajouter le Gruyère AOP râpé, mélanger jusqu'à ce que le Gruyère AOP soit fondu.
- Ajouter l'agar-agar et mélanger la purée d'asperge ainsi que la crème de Gruyère AOP.
- Dresser dans de petites verrines. Laisser reposer 12h au réfrigérateur.
- Dresser vos verrines dans une assiette avec de la salade et y ajouter des copeaux de Gruyère AOP. Déguster.



## Börek aux épinards, pignons et Gruyère AOP

Temps de préparation : 20 min

Temps de cuisson : 20 min

### Ingrédients pour 2 personnes :

1 pâte feuilletée abaissée  
500 g d'épinards frais  
1 petit oignon ciselé  
1 gousse d'ail hachée  
200 g de Gruyère AOP doux  
50 g de pignons  
1 œuf pour la dorure

### Préparation :

- Faire revenir l'oignon et l'ail dans un peu de beurre.
- Ajouter les épinards et les faire fondre. Refroidir le tout.
- Ajouter les pignons et les cubes de Gruyère AOP.
- Sur une moitié de votre pâte feuilletée déposer cette masse en boudin.
- Recouvrir le tout avec l'autre moitié de la pâte feuilletée. Fermer les bords à l'aide d'une fourchette.
- Enfourner le börek à 200° chaleur tournante durant 20 minutes. Aussitôt servir votre börek avec une sauce tomate pimentée et de la salade.

