

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 

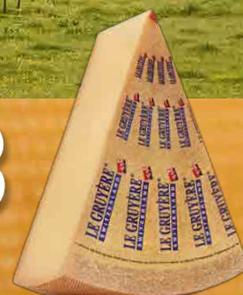
No 47 - Mai 2019

l'oiseau



© David Bochud

Rapport annuel **2018**
de l'Interprofession du Gruyère





SOMMAIRE

- 03 MESSAGE DU PRÉSIDENT
- 04 SITUATION GÉNÉRALE
- 06 GESTION DES QUANTITÉS
- 07 SITUATION DU MARCHÉ
- 08 DOSSIERS AOP ET DÉFENSE DE LA MARQUE AU PLAN INTERNATIONAL
- 09 QUALITÉ DU GRUYÈRE AOP
- 11 DISTINCTIONS POUR LE GRUYÈRE AOP LORS DE CONCOURS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX
- 14 MARKETING
- 18 MANIFESTATIONS 2018
- 20 ORGANES DE L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
- 23 COMITÉ DE L'INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
- 24 PERSPECTIVES 2019

GRAPHIQUES

- 04 RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION DE GRUYÈRE AOP PENDANT L'ANNÉE 2018
- 05 VENTES MENSUELLES 2018 EN SUISSE ET À L'EXPORTATION
- 06 VOLUME ATTRIBUÉ
- 06 PRODUCTION TOTALE 2000-2018
- 07 COMPARAISON DES VENTES
- 10 COMPARAISON DE LA QUALITÉ SELON L'ANNÉE CIVILE
- 14 COMPARAISON DE LA PRODUCTION (MARQUES CASÉINE)
- 15 VENTES 2017-2018
- 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 AVRIL 2019)
- 22 COMPARAISON DE L'ÉVOLUTION DES STOCKS SANS ALPAGE (FIN AVRIL 2019)
- 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 2019

Photos de couverture

Alpage La Bassine et Fromagerie Châtonnaye, lauréats Swiss Cheese Awards 2018

www.gruyere.com

Impressum

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

Rédaction:
Interprofession du Gruyère
Tirage: 3'000 exemplaires

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

Graphisme:
Effet-i-media bepbep@bluewin.ch
Imprimé en Suisse



Message du **Président**

Au moment où ce rapport arrivera à destination, cela fera exactement 20 ans que la filière du Gruyère a fait le grand saut dans le marché laitier libéralisé.

En effet, le 1^{er} mai 1999 correspondait à la fin des prérogatives de l'Union Suisse du Fromage (USF) et ainsi le début d'une organisation de marché marquée par des dispositions de droits privés. A cette date, la filière comptait 226 fromageries pour une production de 26'648 tonnes et 58 alpages pour quelque 395 tonnes. Ce sont aujourd'hui 161 fromageries qui peuvent produire quelque 30'500 tonnes et 55 alpages quelque 560 tonnes, annoncées pour l'année 2019. A titre de comparaison, le prix du lait payé aujourd'hui est situé entre 10 et 15 centimes plus haut que les prévisions annoncées à l'époque.

Ainsi les ventes ont notablement progressé et ceci principalement à l'étranger puisqu'on est passé de 9'200 tonnes à aujourd'hui 12'800 tonnes. Conjointement, la consommation sur le plan national a été maintenue. Cet aspect n'était pas évident vu qu'entre temps, au milieu des années 2000, on a connu une libéralisation complète des importations de fromages qui n'ont fait qu'augmenter depuis.

Ce résultat plus qu'encourageant est assurément dû à plusieurs facteurs, dont l'un essentiel, est l'obtention en juillet 2001 de l'appellation d'origine contrôlée, aujourd'hui protégée (AOP). Cette reconnaissance liée à l'application d'un Cahier des charges a donné une ligne claire au travail

tout entier de la filière et surtout à la démarche qualitative et celle du marketing. L'évolution observée a été enregistrée dans le respect de la tradition et des caractéristiques intrinsèques du Gruyère AOP.

Mais il est clair que pour avancer efficacement, il a fallu trouver un chemin basé sur le consensus entre les différents acteurs. Chacun doit y trouver son compte tout en assurant un développement cohérent de l'ensemble. Il s'agit d'une démarche collective dans laquelle une place est réservée pour chaque individu.



Cette vision utopique à l'époque s'est avérée payante ces 20 dernières années. La filière se lance le défi d'en faire de même pour les 20 prochaines années tout en garantissant au Gruyère AOP, son authenticité, ses caractéristiques qui en font un produit unique pour la plus grande joie des consommateurs, petits et grands. A chacun aujourd'hui de relever ce challenge.

Oswald Kessler
Président de l'IPG



Situation générale

2018 a représenté l'année de la consolidation pour la filière du Gruyère. En effet, après la période difficile 2016-2017, il a été possible de produire toute l'année à 100% tout en ayant un marché répondant présent tant en Suisse qu'à l'étranger. Ainsi, la période sous revue laisse apparaître un tonnage de vente globale de plus de 30'000 tonnes, chiffre jamais atteint depuis que le Gruyère existe.

Le pari de faire le gros dos en diminuant les quantités sans toucher au prix pendant les années difficiles, s'avère une politique gagnante à long terme.

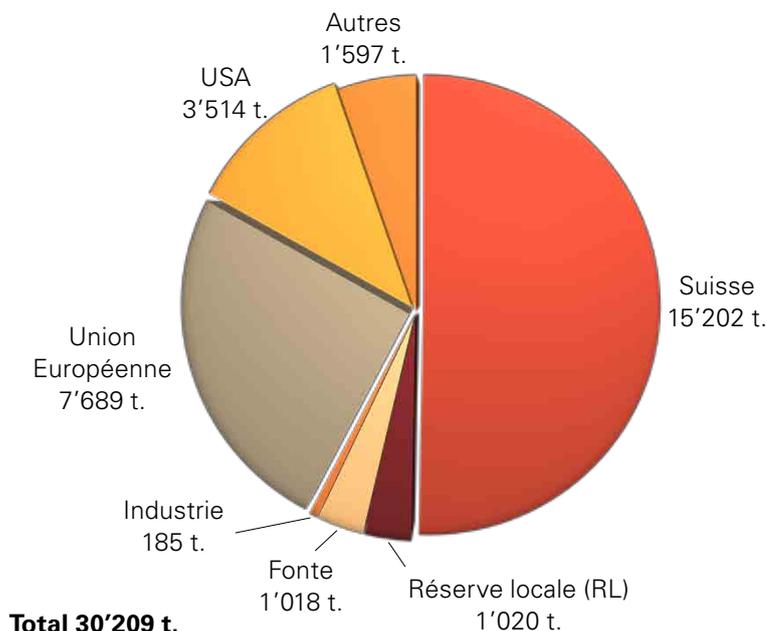
Tout le travail de l'Interprofession doit s'inscrire ainsi dans la durée avec un respect profond de la tradition, de l'histoire et des caractères intrinsèques du Gruyère AOP. Ces valeurs en font un fromage différent qui se distingue sur les marchés.

Cet aspect a été clairement identifié et excellemment vulgarisé dans l'émission « A Bon Entendeur » (ABE) diffusée par la RTS fin août. L'avenir du Gruyère AOP passe par une différenciation claire du fromage en tant que tel mais également de sa filière en arrière-plan. Comme rappelé à plusieurs reprises, le Gruyère AOP ne peut reposer que sur des structures à visage humain pouvant être menées de manière indépendante. Tout autre schéma représenterait un nivellement par le bas qui se répercuterait directement sur le prix et rapidement sur les quantités. Il existe à ce titre, maints exemples tant au niveau national qu'international de l'évolution des volumes et des prix d'autres types ou sortes de fromages.

La filière définit sa stratégie sur une évolution qualitative, soit une augmentation prudente des quantités avec une augmen-

tation progressive des prix afin que tous les acteurs, producteurs, fromagers et affineurs, puissent vivre décemment de leur travail tout en couvrant les charges d'investissement déjà consenties ou à venir. C'est sur cette lancée que le Gruyère AOP pourra encore réjouir les palais des consommateurs d'ici et d'ailleurs. Dans cet esprit, il a d'ores et déjà ravi les différents jurys de connaisseurs qui ont une nouvelle fois désigné le Swiss Cheese Awards en 2018 au travers du Gruyère d'Alpage AOP de la Famille Treboux de l'Alpage de la Bassine dans les contre-forts du Marchairuz. Le Gruyère AOP de la famille Guex à Châtonnaye a également été dans les lauréats pour la catégorie Gruyère AOP. Le millésime 2018 a été excellent.

Répartition de la consommation de Gruyère AOP pendant l'année 2018 en tonnes





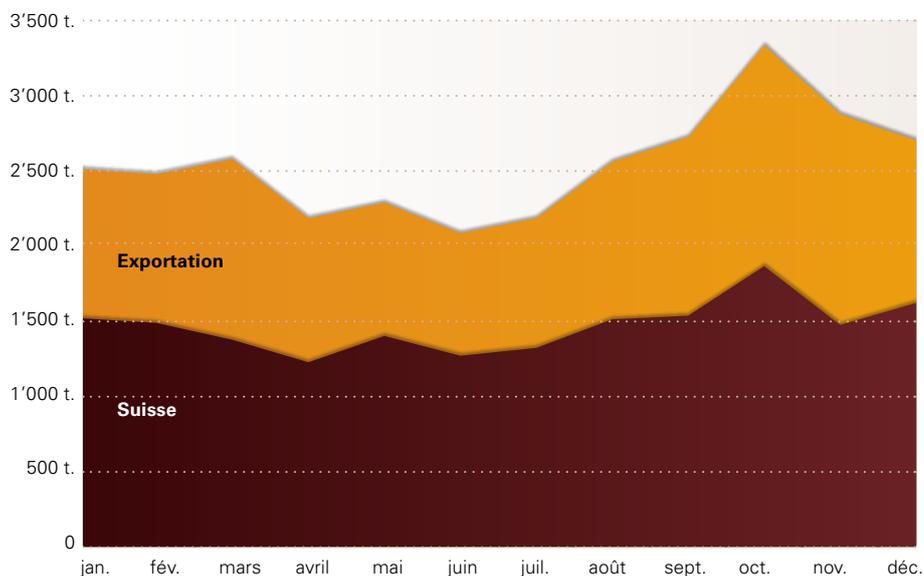
Pour que l'avenir se définisse de manière positive, il sera nécessaire que la filière poursuive sur cette lancée tout en assurant des conditions cadres également optimales. A ce titre, la défense et la protection du nom Gruyère représentent une pierre indispensable à la construction et à la poursuite du marché du Gruyère AOP.

Avec les efforts consentis ces dernières années par la filière, il est primordial que les autorités fédérales et nationales accordent à ce sujet l'importance auquel ce noble fromage a droit.

Aucun accord international ne peut être conclu au détriment de la protection du nom Gruyère. On attend de nos autorités qu'elles soutiennent ce joyau de la production agricole. Faute de quoi, tous le travail fourni depuis les prémises de la libéralisation du marché du fromage, qui remporte un franc succès, seront réduit à néant.

Si la situation actuelle est bonne, jamais rien n'est acquis. C'est pourquoi il faut redoubler d'effort et maintenir une réponse collective satisfaisant les attentes de chacun.

Ventes mensuelles 2018 en tonnes





Gestion des quantités

La méthode stricte de gestion des quantités repose depuis 2015 sur le système 3/9. Afin d'éviter des situations difficiles rencontrées ces dernières années et d'entente avec les différents acteurs du marché, un procédé de gestion et d'alerte plus fin, dit « Cockpit », a été mis en place. Il repose sur l'évolution des stocks, de la production, des ventes effectives et sur les perspectives du marché.

A ce titre, les marchés du Gruyère AOP Traditionnel, du Gruyère AOP Bio ainsi que le Gruyère d'Alpage AOP, sont traités de manière distincte.

Sur ce nouveau modèle, le volume attribué en 2018 a été de 100% au niveau du Gruyère AOP Traditionnel et de, in fine, 102% pour le Gruyère AOP Bio. C'est ainsi que 29'893 tonnes ont été attribuées, comprenant 86 tonnes de diminution qualitative. Sur ce volume et compte tenu de la sécheresse de l'été, c'est 29'562 tonnes qui ont été produites, soit 98,9%. A noter qu'une fromagerie rénovée a englobé une nouvelle quantité de Gruyère AOP décidée sur la base du principe mis en place en 2012.

Les perspectives de vente du Gruyère d'Alpage AOP étant également bonnes, il a été possible de donner une augmentation temporaire de 3 % sur les sites où les conditions qualitatives et le potentiel fromager de l'alpage le permettaient. Ainsi c'est 554 tonnes qui ont été attribuées pour une production effective de 537 tonnes soit le 96,9%. Là également, le manque d'eau a pesé négativement sur les volumes totaux produits de certains alpages.

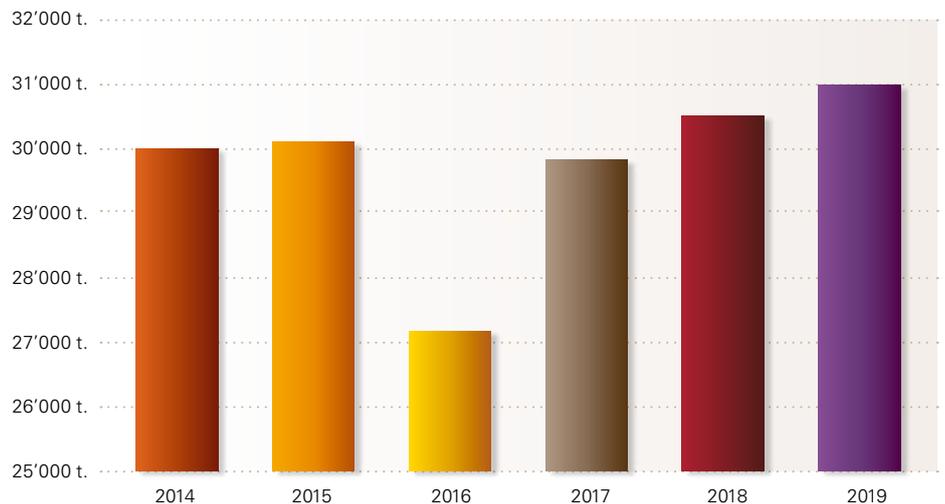
La bonne situation globale et le respect strict des quantités indi-

viduelles, permettent d'envisager une année 2019 reposant sur les mêmes bases en ajoutant 1% définitif aux fromageries selon le schéma d'adaptation globale des quantités.

Pour le Gruyère d'Alpage AOP, il sera également possible de reconduire l'augmentation des 3%.

Avec les décisions prises à la fin de l'année, la filière fait le pari de vendre quelque 500 tonnes supplémentaires sur les différents marchés tant nationaux qu'internationaux.

Volume attribué



Production totale 2000-2018 en tonnes



2000: 27'234.6 t.	2001: 27'893.8 t.	2002: 25'443.2 t.	2003: 26'021.7 t.
2004: 27'224.2 t.	2005: 28'148.4 t.	2006: 28'883.1 t.	2007: 28'710.0 t.
2008: 28'564.4 t.	2009: 28'749.1 t.	2010: 28'567.1 t.	2011: 29'051.1 t.
2012: 29'068.3 t.	2013: 29'871.7 t.	2014: 29'833.2 t.	2015: 29'048.7 t.
2016: 26'780.8 t.	2017: 29'512.9 t.	2018: 30'099.0 t.	



Situation du marché

Comme mentionné précédemment, la consommation du Gruyère AOP a représenté en 2018 un record avec quelque 30'200 tonnes. Il s'agit du meilleur chiffre jamais obtenu autant en Suisse qu'à l'étranger. Même l'été caniculaire n'a pas réussi à refréner la consommation, ce qui est encourageant.

Sur cette quantité totale vendue, plus de 16'000 tonnes sont écoulées sur le marché national autant dans les magasins de proximité que dans la grande distribution. En Suisse, le Gruyère AOP représente le premier fromage national vendu, ceci malgré une pression constante des importations. Ainsi, le maintien d'un investissement marketing notable au niveau du pays s'avère une stratégie payante. Il est à relever que les volumes vendus de Gruyère AOP Bio ont été supérieurs aux années passées. Alors que pendant 5 ans des quantités relativement importantes (50 – 100 tonnes) de ce type de produit ne trouvaient pas preneur, on constate actuellement que le volume produit est en deçà des possibilités du marché. Il y aura lieu d'observer dans le futur si cette tendance va se poursuivre pour pouvoir répondre de manière adéquate aux nouvelles tendances de consommation.

Le record de ventes obtenu à l'étranger repose sur des volumes très importants hors union européenne et plus particulièrement aux Etats-Unis avec quelque 3'500 tonnes.

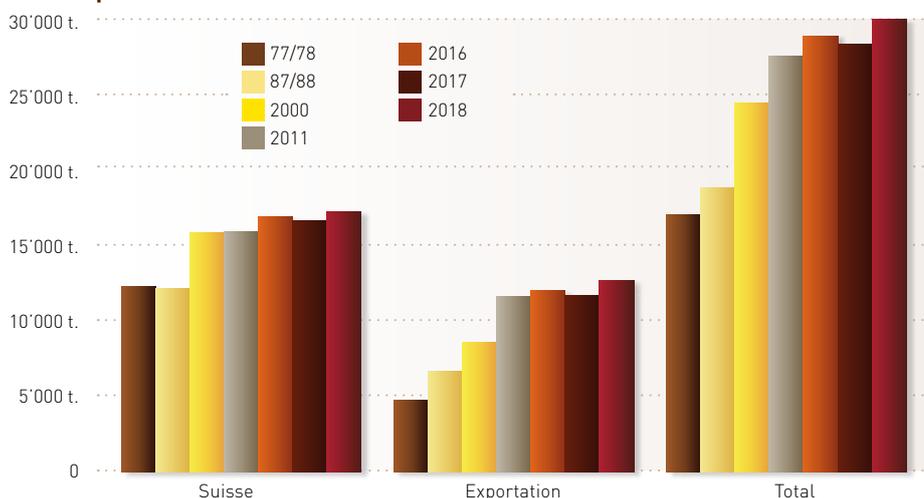
Les ventes dans les pays proches de la Suisse sont bonnes avec l'Allemagne en tête où plus de 3'200 tonnes ont été consommées. La France qui a dépassé à nouveau les 1'500 tonnes marque une inversion de tendance réjouissante. La Belgique et la Grande-Bretagne laissent apparaître des chiffres encourageants. Pour ce dernier pays, on note toutefois une certaine stagnation sûrement issues des discussions interminables concernant le Brexit. Les incertitudes résultant de cette situation engendrent une évolution économique négative qui ont probablement un impact sur la consommation globale. Il est à espérer qu'une solution soit imaginée pour permettre de retrouver une certaine sérénité sur ce marché britannique et par là, éviter une évolution négative sur le reste de la zone euro. En tout état de cause, l'engagement de chacun pour vendre ces volumes de Gruyère AOP est à saluer.

Ainsi, même si le Gruyère AOP prend place dans quelque 58 pays, il faut continuer à soutenir la défense de la marque pour permettre de faire évoluer positivement le volume vendu. A ce titre, les montants mis à disposition par la Confédération pour soutenir la promotion sont les bienvenus. Il est toutefois clair que le travail futur ne sera récompensé que si tous les acteurs se concentrent pour mettre en avant la marque « Le Gruyère AOP Switzerland ».

Un autre aspect important est le maintien des conditions d'exportation correspondant aux qualités et aux données

intrinsèques de ce fromage. En effet, il est constaté dans différents pays que des normes supplémentaires sont posées, ce qui rend difficile voire même impossible l'exportation du Gruyère AOP. Il est primordial que les différentes instances cantonales, mais avant tout fédérales, mettent tout en œuvre pour soutenir et encadrer de manière positive le travail effectué par les différentes entreprises qui exportent les fromages. C'est grâce à ce travail coordonné que la filière pourra poursuivre sa progression à l'avenir.

Comparaison des ventes en tonnes





Dossiers AOP et Défense de la marque au plan international

La défense du nom Gruyère au plan national et international est une tâche importante voire primordiale pour la filière. En effet, le consommateur doit en tout temps savoir ce qu'il achète sous le nom « Gruyère ». Il s'agit d'honorer le travail fait par les producteurs, les fromagers et les affineurs pour remplir les directives du Cahier des charges contrôlées par l'Organisme Intercantonal de certification (OIC). La traçabilité sans faille permet d'identifier chaque meule produite. De ce fait, on peut savoir exactement quel producteur a livré son lait pour sa fabrication. C'est un atout que l'Interprofession se doit de valoriser à l'avenir.

Afin de renforcer la confiance du consommateur, il est d'autant plus important que les contrôles publics aillent dans ce sens. L'Interprofession en appelle à une coordination plus marquée avec les organes de contrôles cantonaux et fédéraux afin d'être le plus efficace possible. Ainsi, elle incite à soutenir la motion de Madame Savary, Conseillère aux États et Présidente de l'Association des AOP-IGP. Cette proposition vise à introduire des agents de vigilance personnels assermentés et payés par les Interprofessions aptes à intervenir dans les entreprises là où des fraudes sont soupçonnées. On ne peut pas vendre plus de Gruyère AOP qu'on en achète. Ces personnes viendront en soutien des instances publiques, dans l'intérêt du consommateur et de sa santé. À ce stade, la motion a été acceptée en début d'année 2019 par le Conseil des États et il est important que ce succès d'étape soit soutenu par le Conseil national. Cette demande ne coûte rien à l'État et renforcerait son efficacité. Voilà qui devrait concilier les différents bords politiques tout en donnant un sens clair à l'application de l'article 182 de la Loi sur l'agriculture.

Au niveau international, l'Interprofession du Gruyère est active pour protéger le nom « Gruyère » dans toutes les

contrées du Monde. Sur plusieurs dossiers, elle agit de concert avec son homologue français Gruyère IGP et l'instance gouvernemental française, l'institut national pour les protections d'appellation d'origine (INAO). Ce travail s'effectue en parfaite coordination avec l'Office fédérale de l'agriculture qui soutient financièrement certaines démarches juridiques de défense ou de dépôt de la marque.

L'institut pour la protection intellectuelle (IPI) joue un rôle non-négligeable dans toutes ces démarches.



Dans la coordination internationale de droits privés, il y a aussi lieu de relever le soutien logistique et technique de l'association OriGIn et de son membre national, l'Association suisse pour la protection des AOP/IGP. La propriété intellectuelle liée au savoir-faire ancestral d'un produit agricole se doit d'être défendue dans le respect des producteurs et du consommateur.

C'est également ce point de vue qui a été rappelé lors du voyage organisé par le Conseiller Fédéral Schneider-Amman dans la région du Mercosur. Le Directeur, avec le soutien de Fromarte et des AOP IGP, a pu formuler qu'aucun accord international ne peut être signé sans une bonne protection des indications géographiques. Indépendamment de ce fait, il est indispensable qu'aucune barrière non tarifaire ne subsiste une fois un accord trouvé.

Ce travail de longue haleine a été mis en exergue dans une émission de la RTS, A bon entendre (ABE) diffusée à la fin août.

Il est à espérer que la démarche initiée en 1992 par les cantons romands lors de la signature de la Charte du Gruyère qui visent à protéger celui-ci et les différentes appellations soient couronnées de succès ces prochaines années. Il s'agit d'un combat constant et primordial à mener. Toute marque et désignation de portée nationale et internationale se doit d'être défendue.



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 atteint l'âge moyen de 4 mois et demi. C'est la base de la traçabilité sans faille liée à la marque en caséine. Chaque meule est ainsi contrôlée précisément préalablement à sa mise en marché. Une première appréciation qualitative est effectuée aux environs de 3 mois lorsque l'affineur prend en charge le produit à la sortie des caves de la fromagerie. 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 2 représentants affineurs et d'un fromager. Son résultat est alors irrévocable. Cette façon de procéder garantit l'objectivité nécessaire à l'observation qualitative du Gruyère AOP vendu sur le marché. Avant sa sortie définitive des caves, le Gruyère AOP subit une dernière appréciation qui est effectuée par l'affineur-vendeur.

Ce processus garanti au Gruyère AOP qu'il soit le meilleur possible lorsqu'il arrive sur la table du consommateur qu'il soit suisse ou d'un horizon plus lointain.

De manière globale, la production 2018 de Gruyère AOP Traditionnel et Bio a été d'excellente qualité. La baisse de proportion de IB entamée en 2014, s'est poursuivie en 2018. Ainsi, les mesures mises en place pour assurer la qualité du Gruyère AOP portent

leur fruit. Le 98,16% des lots ont été classés en qualité IA. La proportion des lots ayant obtenu 19 points et plus est passée à 63,43%. Le niveau de 2^{ème} choix est très faible. Sur 32 recours qui ont été déposés, c'est moins de 50% qui ont été gagnés. Ces différents résultats ont permis de payer quelque 5,4 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, passant d'un printemps pluvieux à un été extrêmement sec. Ainsi, le 95,4% de la production a obtenu un classement IA. Les meules qui ont obtenu un pointage de 19 points et plus sont de 64.8%. Ces excellents résultats sont dans la ligne de ceux obtenus l'année dernière.

Ces chiffres encourageants sont également à mettre sur le compte de l'excellent travail de la production laitière, des fromagers et des affineurs ainsi que du soutien apporté par différents organes de conseil, que ce soit Caséi, Arqha ou encore Agroscope.

Afin de conserver son authenticité, la production de Gruyère AOP se doit de garantir sa qualité et sa position sur le marché. L'IPG s'est engagée, au même titre que d'autres Interprofessions et des organes faïtiers de la branche fromagère et laitière, pour maintenir la production de culture en Suisse. Ainsi, l'Interprofession du Gruyère a participé activement à la création de l'organisation Liebefeld Culture AG au mois de novembre l'année passée. Dans un avenir très proche, L'Interprofession espère, sur la base des décisions prises par la Confédération, que l'entier du soutien à la production des cultures fromagères soit basée à Posieux – Grangeneuve.



Analyses chimiques

Teneur en eau et matière grasse

Des contrôles systématiques de la composition chimique sont effectués sur chaque lot mis dans le commerce. 23 analyses ont fait l'objet de recours et 17 ont été gagnés. Il faut relever que celles-ci portent sur plus de 2'000 lots pendant l'année. Le respect des teneurs liées au Cahier des charges s'effectue sur une moyenne de 6 mois. Les objectifs assignés à ces contrôles sont globalement remplis.

Analyses spécifiques

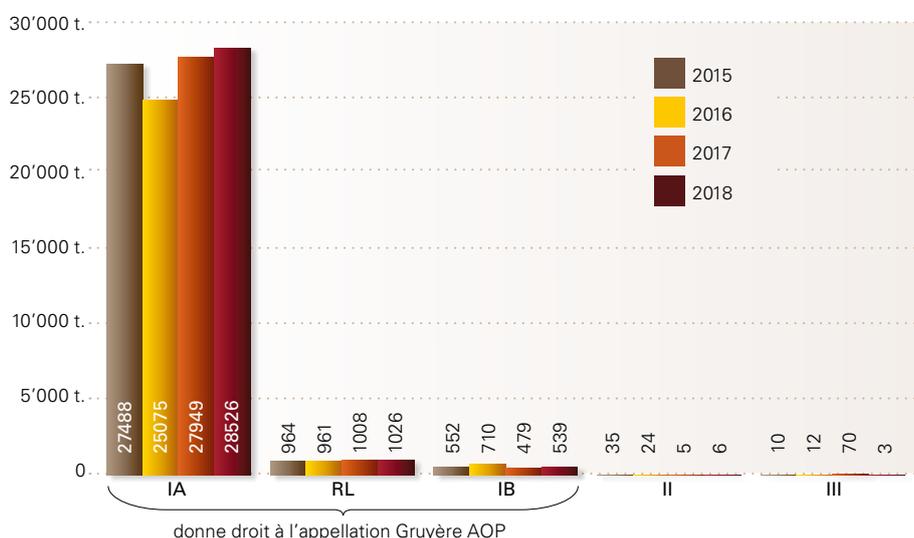
L'Interprofession procède à des analyses liées à la qualité hygiénique et bactériologique du fromage. En 2018, le contrôle de l'absence de produits pathogènes a été poursuivi. Il a confirmé que les mesures mises en place permettent de garantir la conformité du Gruyère AOP par rapport aux prescriptions légales en la matière. Ceci est important pour le consommateur qui achète

du Gruyère AOP qui est 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 sur un site. Cette façon de fonctionner garantit une saine évolution de la qualité 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 irréprochable, 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.

World Championship Cheese Contest

Lors des World Championship Cheese Contest du 6 au 8 mars 2018 à Madison dans le Wisconsin (USA), le Gruyère AOP a décroché plusieurs médailles.

Meilleur de classe « Best of class » :

- Erich Hunkeler, Fromagerie de Sommentier, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle

Deuxième récompenses « Second Award » :

- Vincent Tyrode, Fromagerie L'Auberson, pour son Gruyère AOP affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Troisième récompense « Third Award » :

- Michael Spycher, Fromagerie Fritzenhaus, pour son Gruyère AOP affiné par Gourmino AG, Reichenbach

International Cheese Awards 2018, Nantwich, Angleterre, 24 et 25 juillet 2018

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

Dans la catégorie : fromage suisse au lait cru

Or

Gilbert Golay, Fromagerie de Penthérez, affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Bronze

Philippe Pasquier, Alpage Le Jeu de Quilles, affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle

Dans la catégorie : meilleur fromage suisse

Or

Vincent Tyrode, Fromagerie de l'Auberson, affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Bronze

Gilbert Golay, Fromagerie Penthérez, affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Dans la catégorie : fromage à pâte dure au lait cru

Or

Vincent Tyrode, Fromagerie de l'Auberson, affiné par Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Dans la catégorie : Revendeur

Or, Argent et Bronze

Jean-Marie Dunand, Fromagerie Le Crêt, affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle



Swiss Cheese Awards, Lucerne, 28 au 30 septembre 2018

Les Swiss Cheese Awards se sont déroulés à Lucerne du 28 au 30 septembre. Le titre du Swiss Champion revient à Maurice et Germain Treboux de l'alpage de La Bassine avec son Gruyère d'Alpage AOP du mois d'août 2017 affiné par Fromco SA.

Concernant la catégorie du Gruyère AOP, elle a été remportée par Alexandre Guex, fromager à Châtonnaye dont sa fabrication est affinée par l'entreprise Cremo Von Mühlennen à Guin. Le résultat obtenu par Alexandre Guex confirme les excellents résultats qu'il a déjà obtenus dans différents concours internationaux.

La présence du Gruyère AOP, et plus particulièrement du Gruyère d'Alpage AOP, démontre l'excellente qualité globale de ce noble produit qui encourage les différents acteurs à poursuivre la démarche qualitative entreprise il y a plus de 20 ans avec la mise en vigueur de l'Appellation d'Origine Protégée (AOP).

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

Dans la catégorie : Le Gruyère d'Alpage AOP

1. Maurice et Germain Treboux, Alpage La Bassine, 1269 Bassins (Swiss Champion)
Affineur Fromco SA, Moudon
2. Didier Meylan, Alpage du Cerney, 1348 Le Brassus
Affineur Magnenat SA, Bulle
3. Martial Rod, Alpage de la Moesettaz, 1348 Le Brassus
Affineur Magnenat SA, Bulle
4. Frédy Hauser, Alpage Combe Noire, 1345 Le Lieu
Affineur Fromco SA, Moudon

Dans la catégorie : Le Gruyère AOP

1. Alexandre Guex, Fromagerie Châtonnaye, 1553 Châtonnaye
Affineur Cremo Von Mühlennen, Guin
2. Claude Kolly, Fromagerie de Rossens, 1728 Rossens FR
Affineur Mifroma SA, Ursy
3. Christophe Cujean, Fromagerie de Pomy, 1405 Pomy
Affineur Mifroma SA, Ursy

4. Benoît Kolly, Fromagerie du Mouret, 1724 Ferpicloz
Affineur Emmi Schweiz AG, Kirchberg
5. Etienne Aebischer, Fromagerie Aebifrom SA, 1147 Montricher
Affineur Fromco SA, Moudon
6. Marc Müller, Fromagerie Farvagny-le-Grand, 1726 Farvagny
Affineur Mifroma SA, Ursy
7. Frédéric Pasquier, Fromagerie d'Echarlens, 1646 Echarlens
Affineur Mifroma SA, Ursy
8. Christophe Streit, Fromagerie Ropraz, 1088 Ropraz
Affineur Fromco SA, Moudon

Concours de fromages d'alpage de l'OLMA, Saint-Gall, 12 octobre 2018

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 François Briggen, Alpage Les Fruitières, Nyon, a obtenu le 3^{ème} prix dans la catégorie fromage à pâte dure.

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

Le Gruyère d'Alpage AOP de Philippe et Michaël Ruffieux, Alpage Varvalanna, Val de Charmey, a obtenu le 6^{ème} prix dans la catégorie fromage à pâte dure.

Ce fromage a été affiné par la Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage.

World Cheese Awards, Bergen, Norvège, 2 au 3 novembre 2018

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

Best Le Gruyère Cheese Trophy :

Alexandre Guex, Fromagerie de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

Médaille « Super Gold » :

Alexandre Guex, Fromagerie de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg



Médaille d'Or :

Franz Jungo, Fromagerie Strauss, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg, 2 médailles

Alexandre Guex, Fromagerie de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

La Fromagerie Cremo, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo SA, Fribourg

Adrian Scheidegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

Markus Sturny, Fromagerie de Lanthen, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

Médaille d'Argent :

Adrian Scheidegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg, 2 médailles

Urs Kolly, Fromagerie St. Antoni, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

La Fromagerie Cremo, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo SA, Fribourg

Gerald Raboud, Fromagerie de Courgenay, pour son Gruyère AOP affiné par Fromco SA, Moudon

Etienne Aebischer, Fromagerie de Montricher, pour son Gruyère AOP affiné par Fromco SA, Moudon

Christophe Suchet, Fromagerie de Bonnefontaine, pour son Gruyère AOP affiné par Lustenberger & Dürst SA, Cham

Médaille de Bronze :

Franz Jungo, Fromagerie Strauss, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

Urs Kolly, Fromagerie St. Antoni, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

Alexandre Guex, Fromagerie de Châtonnaye, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

Adrian Scheidegger, Fromagerie de Niedermuhren, pour son Gruyère AOP affiné par Cremo Von Mühlennen SA, Fribourg

Adrien Pagnier, Fromagerie Les Bayards-Duo Vallon, pour son Gruyère AOP affiné par Fromco SA, Moudon

Emile Brodard, Fromagerie de La Roche, pour son Gruyère AOP affiné par Fromage Gruyère SA, Bulle, présenté par Lustenberger & Dürst SA, Cham

Le fromage d'excellence du canton de Neuchâtel

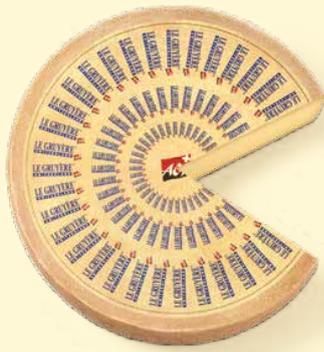
L'Interprofession du Gruyère félicite Frédéric Lалуque pour sa distinction octroyée par le canton de Neuchâtel. Son Gruyère AOP de Bémont et affiné par Mifroma à Ursy est nommé Fromage d'excellence pour l'année 2019.



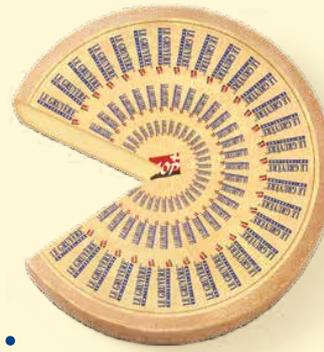
Le fromage d'excellence du Conseil d'Etat vaudois

L'Interprofession du Gruyère se réjouit que le Conseil d'Etat vaudois ait choisi comme fromage d'excellence pour l'année 2019 le Gruyère AOP de la fromagerie du Haut-Jorat SA élaboré par René Pernet et affiné par Fromco SA à Moudon. Ce Gruyère AOP prendra place lors des manifestations officielles du Conseil d'Etat vaudois.





Aussi
pour les
bavards.



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



Suisse. Naturellement.



Notre Fromage Suisse. 

www.fromagesuisse.ch

Marketing

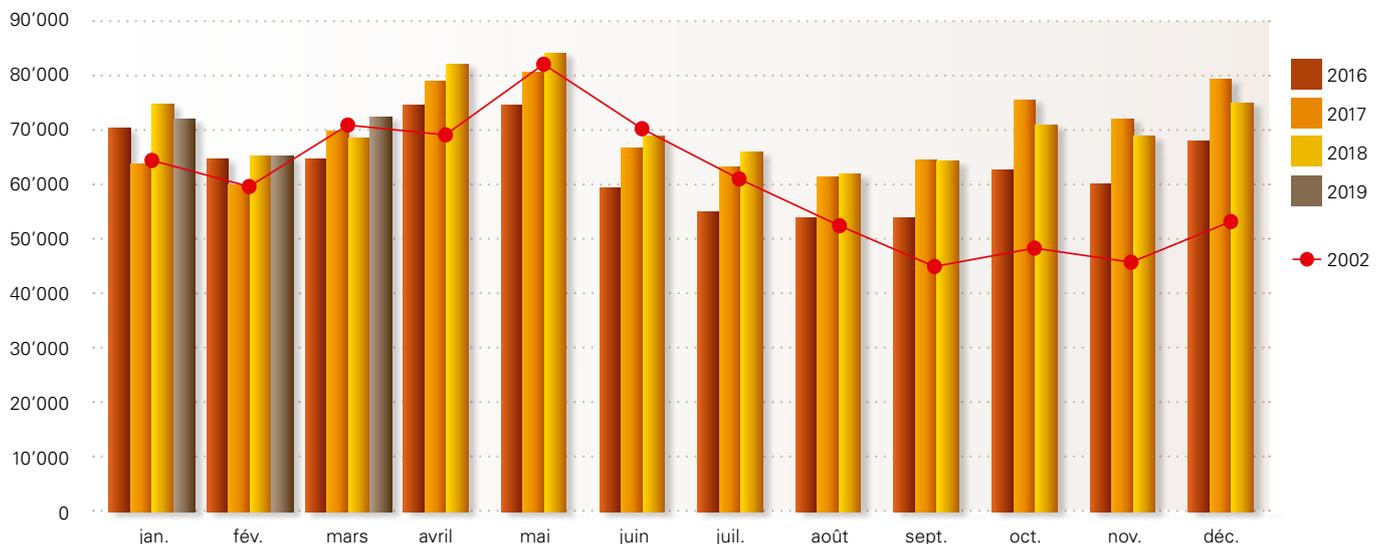
Afin d'encourager les ventes du Gruyère AOP, la filière consent à des investissements importants, tant au plan national qu'à l'étranger.

Sur le plan national, la publicité 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. Sur le 2^{ème} semestre, cette action a été renforcée par une présence dans les salles de cinéma, sur le web ainsi que par de l'affichage. Cette promotion qui connaît un bon accueil auprès du public devra toutefois être changée ces prochaines années, c'est la raison pour laquelle en 2019, une nouvelle campagne publicitaire sera choisie.

Le Gruyère AOP est également présent dans les foires de portée suprarégionale que cela soit à la MUBA, la LUGA, la BEA, La ZUSPA, La Foire agricole Bio de Moudon, la Foire du Valais, l'OLMA, Le Slow Food Market, les Automnales ou encore l'incontournable Salon des Goûts et Terroir à Bulle. Ces activités sont coordonnées avec l'Association pour la promotion des AOP-IGP et Switzerland Cheese Marketing (SCM). Cette activité s'ajoute à celle plus régionale souvent assurée par des partenaires de la filière, régulièrement des fromagers, qui permettent de faire découvrir et surtout redécouvrir la déclinaison des différents affinages du Gruyère AOP, du Gruyère AOP Bio et du Gruyère d'Alpage AOP. Le contact avec le consommateur est très important. Cette découverte du produit est encore renforcée par des

Comparaison de la production (marques de caséine)

Nbre de meules



dégustations organisées auprès de la grande distribution avec une surpondération du côté suisse-alsacien.

Les meilleurs ambassadeurs sont les acteurs de la filière. C'est la raison pour laquelle il est très important qu'à tous les niveaux chacun mette en avant la marque "Le Gruyère AOP Switzerland". Par exemple qu'il soit bien visible sur chaque morceau de Gruyère AOP vendu comme le prévoit le Cahier des charges.

Outre la publicité de base, le Gruyère AOP se décline aussi au travers des démarches de sponsoring. La marque a une nouvelle fois été bien visible dans les compétitions d'Athlétisme, que cela soit dans les meetings internationaux, Athletissima à Lausanne et Weltklasse à Zürich, mais également pour la compétition des futurs espoirs du Mille Gruyère organisée par la Fédération Suisse d'Athlétisme. L'Interprofession collabore également avec 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. Celui-ci est présent tant pour les spectateurs au bord de la piste d'athlétisme que dans tous les rendez-vous VIP. L'un des points d'orgue de la saison 2018 a été le Championnat d'Europe d'Athlétisme tenu à Berlin. Pour la première fois, celui-ci était organisé en multi sites avec d'autres Championnats d'Europe, ce qui a renforcé l'audience et l'écho télévisuels.

Le Gruyère AOP accompagne également les compétitions de la Coupe du Monde de Ski de Fond à travers plusieurs contrées. Le renforcement de la promotion du Gruyère AOP dans les pays du Nord de l'Europe est un des buts importants de cette collaboration. Les différentes images diffusées permettent de consolider la notoriété de la marque "Le Gruyère AOP Switzerland".

Le Gruyère European Curling Championship a tenu sa dernière édition à Tallin en Estonie à la fin novembre. Les images télévisuelles étant diffusées autant aux Etats-Unis

qu'au Canada et dans les pays asiatiques, la marque a pu aussi bénéficier d'une excellente promotion. Au niveau national, les couleurs du Gruyère AOP sont toujours un emblème de l'équipe du HC Fribourg - Gottéron lors du Championnat National de Hockey sur glace.

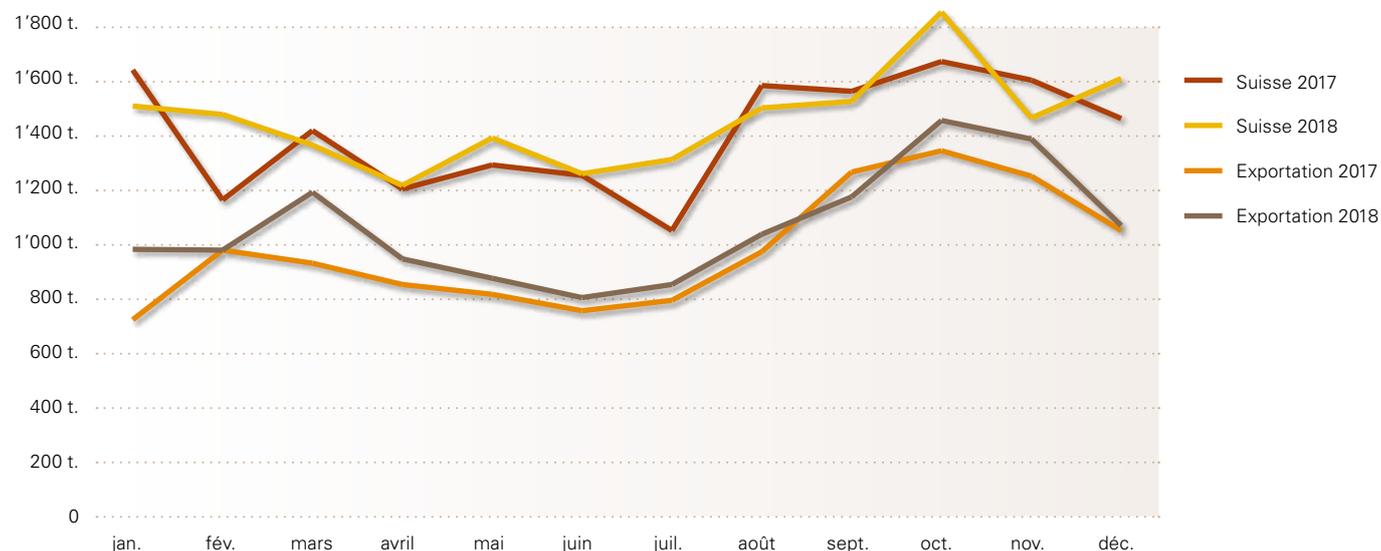
Le sponsoring d'événement est un excellent moyen d'augmenter la visibilité de la marque en permettant d'avoir une place accrue du produit directement sur le site ou même sur les différents podiums.

Au niveau culturel, le Gruyère AOP était également associé au Paléo à Nyon où la Hot fondue fait le régal des festivaliers. Ce fut également le cas au Zermatt Unplugged en prélude au concert où chacun peut déguster une bonne fondue au Gruyère AOP. Dans ce même site touristique international, chaque visiteur peut emprunter toute l'année des bus électrique aux couleurs de la marque qui ont fêté en 2018 leurs 30 ans d'existence. Ce fut l'occasion de faire une fête sur la place de la gare de Zermatt en mettant en avant cette excellente collaboration entre Zermatt et le Gruyère AOP pour le bonheur des touristes du monde entier.

L'Interprofession du Gruyère investit des moyens importants à l'étranger et elle est soutenue par des fonds de la Confédération liés à sa coopération avec Switzerland Cheese Marketing.

En Allemagne, elle poursuit des activités publicitaires basées sur des annonces dans différentes publications, des dégustations de terrain mais surtout une distribution de "merchandising" menée à grande échelle dans la partie ouest et sud du pays. Une décision a été prise de l'étendre à l'entier du territoire allemand. Cette activité est menée en collaboration avec l'Emmental AOP, l'Appenzell et la Tête de Moine AOP et vise ainsi à soutenir la distribution de ces fromages suisses. Ce pays représente environ 10% des ventes du Gruyère AOP. A l'avenir, il est primordial qu'on

Ventes 2017-2018 en tonnes



puisse renforcer les ventes avec le premier partenaire économique de la Suisse. Les Championnats d'Europe d'Athlétisme tenu au mois d'août à Berlin ont été l'occasion de créer des activités particulières en prélude à cet événement ainsi que sur l'événement lui-même.

Le marché français a connu un regain d'intérêt pour le Gruyère AOP en 2018. Grâce à une nouvelle prise de conscience des différents acteurs de la filière et des acteurs de la vente, il a été possible d'inverser la tendance négative observée ces dernières années. Il est à espérer que le virage pris et les efforts consentis par la promotion qui est basée sur un nouvel axe publicitaire et des présences sur le terrain de "merchandisers", pourra accroître cette évolution encourageante des volumes en 2019. Le Gruyère AOP est toujours présent au sein du Salon de l'Agriculture et en 2018 au Salon du Fromage mais également au Marché des AOP IGP à Bourg-en-Bresse. Comme chaque 2 ans, il a été également présent dans le cadre du stand de SCM au salon International de l'Alimentaire (SIAL) qui se passe en automne à Paris.

Le Benelux représente un excellent débouché pour le Gruyère AOP. Il a répondu aux attentes en 2018. Le fromage connaît une très bonne distribution chez les différents commerçants de Belgique et des Pays-Bas. L'action de promotion menée avec la filiale de SCM consiste à soutenir la présence dans la grande distribution ainsi que celle dans les magasins spécialisés avec une activité plus ciblée en collaboration avec les détaillants fromagers belges.

Les activités en Italie et en Espagne ne permettent pas d'augmenter les ventes. Comme annoncé l'année dernière, une réflexion importante va être menée avec SCM sur la structure promotionnelle à mener dans ces 2 pays.



La Grande Bretagne est toujours un pays intéressant pour les ventes du Gruyère AOP. Les incertitudes liées au Brexit ont quelque peu pesé sur le volume vendu en 2018. Ceci n'a pas empêché de poursuivre les actions promotionnelles qui visent à rendre le produit attractif pour le consommateur final mais aussi à être présent dans la grande distribution.

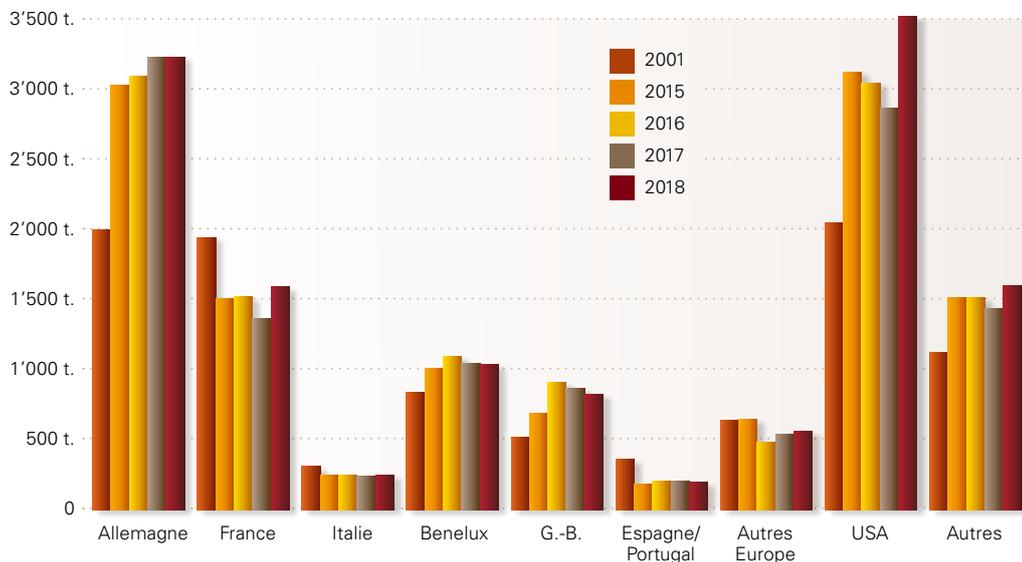
L'Interprofession du Gruyère a maintenu sa démarche dans différents pays, dit nouveaux marchés où initiatives d'exportation. Elle est soutenue par le programme de la Confédération.

Cette démarche vise à accroître les ventes du Gruyère AOP et surtout à trouver de nouveaux débouchés. Des accents particuliers sont mis sur les pays du Nord et les Etats-Unis.

Une activité spécifique est également menée en Russie où on rencontre quelques problèmes d'exportation liés à des aspects plus techniques et administratifs qu'à la vente à proprement dite sur le marché. Afin de retrouver des volumes d'exportation importants, il est à espérer que les autorités suisses et russes trouvent rapidement une solution.

Les Etats-Unis ont connu un nouveau record d'exportation en 2018 et ils sont aujourd'hui à plus de 12% des ventes globales du Gruyère AOP. Un travail important est mis en place afin de soutenir ces ventes. Par exemple, par le biais d'une présence dans des programmes d'éducation pour les vendeurs. Relevons aussi des bonnes collaborations avec différents autres acteurs comme Suisse Tourisme sur ce marché. L'Interprofession du Gruyère est présente depuis plusieurs années au Fancy Food Show, foire professionnelle qui se tient au mois de janvier à San Francisco et au mois de juin à New York. Le Canada représente également un marché à fort potentiel pour le Gruyère AOP. C'est la raison pour laquelle des projets promotionnels sont menés dans ce pays.

Comparaison des exportations annuelles de Gruyère AOP en tonnes



Total 2001:	9'775	dont UE	6'608
Total 2002:	9'303	dont UE	6'064
Total 2003:	9'407	dont UE	5'948
Total 2004:	10'280	dont UE	6'147
Total 2005:	10'600	dont UE	6'794
Total 2006:	11'186	dont UE	6'719
Total 2007:	10'886	dont UE	6'917
Total 2008:	11'779	dont UE	7'205
Total 2009:	10'974	dont UE	7'346
Total 2010:	11'967	dont UE	7'501
Total 2011:	11'670	dont UE	7'673
Total 2012:	11'527	dont UE	7'568
Total 2013:	12'207	dont UE	7'757
Total 2014:	12'376	dont UE	8'063
Total 2015:	11'956	dont UE	7'307
Total 2016:	12'106	dont UE	7'551
Total 2017:	11'787	dont UE	7'480
Total 2018:	12'800	dont UE	7'689

En application des dispositions de la promotion des ventes de la Loi sur l'agriculture, le système dans ces pays va changer en 2019 avec l'expiration du délai de 5 ans pour l'initiative d'exportation. A l'avenir, une coordination plus active devra se mettre place pour la promotion aux Etats-Unis, en Suède, Finlande, Japon, Chine et Russie. Une solution basée sur un système d'antenne pour les pays du Nord de l'Europe (Scandinavie et Finlande) semble se dessiner de même qu'aux Etats-Unis. Pour les autres pays, il faudra appliquer des solutions ponctuelles avec les principaux acteurs du marché. Malheureusement en ce qui concerne le Gruyère AOP et les fromages en général, la Chine ne répond pas aux espoirs placés sur elle il y a quelques années. Là également, il y aura lieu de redéfinir les axes publicitaires à mettre en place.

Le Gruyère AOP effectue un travail au niveau plus local avec une portée internationale dans le cadre d'une collaboration avec les autres AOP vaudoises qui sont le Vacherin Mont d'Or AOP et l'Etivaz AOP ainsi que le label viticole Terravin. Vu la présence importante des écoles hôtelières ayant leur siège dans le canton de Vaud, il leur est proposé de découvrir ces différents produits et leur potentiel d'utilisation. Il s'agit d'une activité de longue haleine qui portera ses fruits dans quelques années. Les étudiants qui auront

suivi ces écoles assumeront des responsabilités dans des hôtels ou restaurants à travers le Monde et pourront ainsi mettre en valeur

ces nobles produits suisses. Le Gruyère AOP a été aussi associé au jubilé fêtant le 125^{ème} anniversaire de l'école hôtelière de Lausanne tant pour ces événements à travers le globe mais également lors du grand souper de gala qui s'est tenu à Paris au printemps et en automne à Lausanne. Dans le même registre,

VAUD 



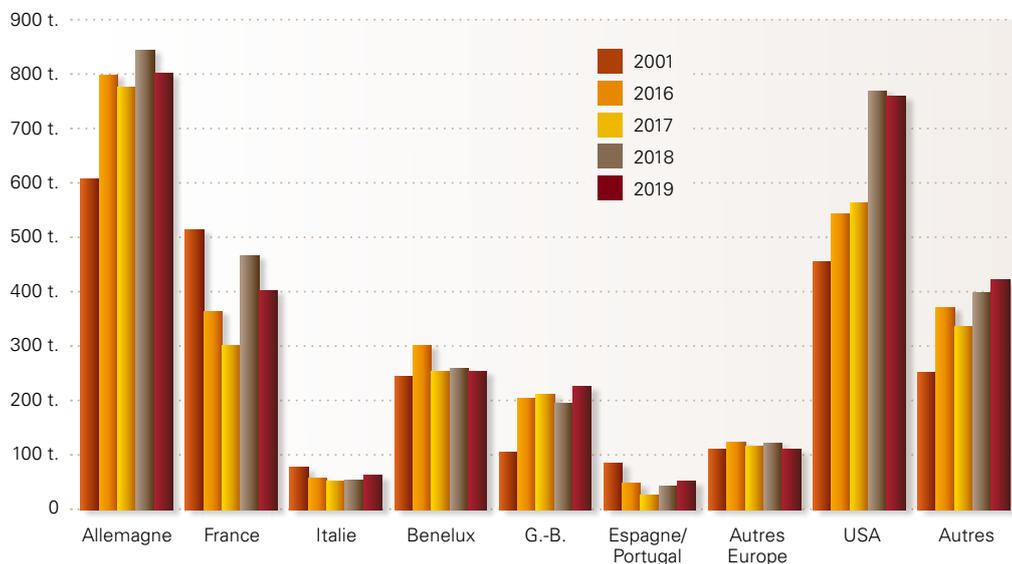
il est à relever dans le canton de Vaud l'action des Pintes Ouvertes initiées par Gastro Vaud. Celle-ci propose des fondues 100% Gruyère AOP pour le plaisir des clients de différents restaurants partenaires de la région. Elle sera reconduite en 2019.

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 aussi l'exposition montrant la fabrication du fromage qui a accueilli plus de 650 milles visiteurs en 2018. L'Interprofession suit activement le projet de rénovation qui devrait voir une nouvelle Maison du Gruyère à l'horizon 2022-2025.

Toutes ces activités sont encadrées par le site internet www.gruyere.com qui est traduit en 9 langues différentes. Toutes les fromageries élaborant le Gruyère AOP y sont présentées. L'un de ses points principaux est la mise à disposition des recettes valorisant le Gruyère AOP sous toutes ses formes : chaud, froid ou en apéro. Une présence dans les nouveaux médias est également assurée au niveau d'Instagram, Facebook et Pinterest. Ce travail des médias sociaux sera encore renforcé à l'avenir.

Ainsi, on vise à consolider la notoriété de la marque le Gruyère AOP Switzerland. La filière du Gruyère entend également poursuivre les actions de promotion soutenues par les fonds de la Confédération. Il est à espérer que les conditions émises permettent de faire une publicité attractive sans exagérer sur les charges administratives liées au montant alloué. Par ce biais, il est important de défendre la place du fromage suisse tant en Suisse que dans le reste du 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
Total 2019: 3'097 dont UE 1'916



Manifestations 2018

Janvier à mars 2018

Giant Xtour

10 au 13 janvier 2018

Swiss Expo, Lausanne

20 au 23 janvier 2018

Winter Fancy Food Show et Cheesemonger Invitational, San Francisco

24 février au 4 mars 2018

Salon International de l'Agriculture de Paris (SIA)

10 et 11 mars 2018

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

23 mars au 2 avril 2018

Foire de Lyon

10 au 14 avril 2018

Zermatt Unplugged

17 au 21 avril 2018

Patrouille des Glaciers, entre Zermatt et Verbier

20 au 29 avril 2018

Muba, Bâle

Entre avril et septembre 2018

Finales régionales du Mille Gruyère

27 avril au 6 mai 2018

LUGA, Lucerne

4 au 13 mai 2018

BEA, Berne

11 et 13 mai 2018

Foire agricole Suisse Bio, à Moudon

19 et 20 mai 2018

Caves Ouvertes du canton de Vaud

30 juin au 2 juillet 2018

Summer Fancy Food Show et Cheesemonger Invitational, New York

5 juillet 2018

Athletissima, Lausanne

15 juillet 2018

Slow Up, La Gruyère

17 au 22 juillet 2018

Paléo Festival, Nyon

21 juillet 2018

30 ans E-Bus de Zermatt

4 au 11 août 2018

Festival International du Film Alpin, Diablerets

6 au 12 août 2018

Championnat d'Europe d'Athlétisme, Berlin

15 au 26 août 2018

Fête du blé et du pain, Echallens

28 au 30 août 2018

Weltklasse, Zürich

14 et 15 septembre 2018

Open Bike, Haute-Gruyère

15 septembre 2018

Tchiiz Festival, Gruyère

20 au 24 septembre 2018

Salone del gusto, Turin, Italie

28 au 30 septembre 2018

Swiss Cheese Award, Lucerne

28 septembre au 7 octobre 2018

Züspa, Zurich

28 septembre au 7 octobre 2018

Foire du Valais, Martigny

11 au 21 octobre 2018

OLMA, Saint-Gall

21 au 25 octobre 2018

Salon International de l'alimentation (SIAL), Paris



31 octobre au 4 novembre 2018

Salon des Goûts et Terroirs, Bulle

Novembre 2018 à mars 2019

Coupe du monde de ski de fond

2 au 11 novembre 2018

Les Automnales, Genève

2 et 3 novembre 2018

World Cheese Awards, Bergen, Norvège

9 et 10 novembre 2018

Vully Blues Festival, Praz

16 au 18 novembre 2018

Slow Food Market, Zurich

16 au 24 novembre 2018

Le Gruyère European Curling Championship, Tallinn, Estonie

30 novembre et 1^{er} décembre 2018

20 ans de la Coopérative fribourgeoise de producteurs de fromage d'alpage, Charmey

6 au 8 décembre 2018

Pintes Ouvertes dans le canton de Vaud

Décembre 2018 à mars 2019

Kids Nordic Tour, Suisse Romande

9 décembre 2018

Championnats d'Europe de cross (athlétisme), Tilbourg, Pays-Bas

Toute la saison d'hiver

Fribourg Gottéron

Toute l'année

Affichage sur tous les bus électriques de Zermatt
Du fromage suisse sur les vols business de la compagnie Swiss qui décollent des aéroports suisses



Organes de l'Interprofession du Gruyère

Sous la présidence de M. Oswald Kessler, l'Interprofession du Gruyère a poursuivi ses différentes tâches organisationnelles et administratives en 2018.

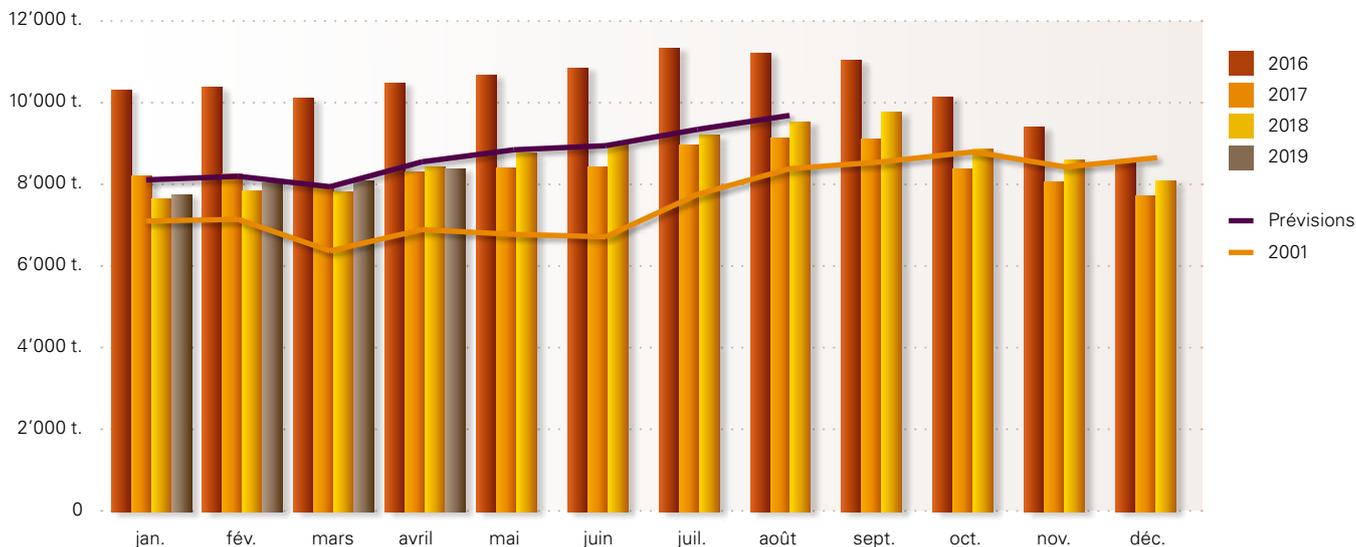
Le Bureau s'est réuni à 6 reprises pour préparer les activités du Comité et définir la politique du personnel.

Le Comité a tenu 11 séances dont 2 jours de séminaire organisés aux Rasses près de Ste-Croix. Dans ce cadre, les lignes directrices du travail de l'Interprofession du Gruyère ont été réaffirmées. La vision passe par une gestion stricte des quantités avec une traçabilité sans faille tout en maintenant les prix du produit final et du lait. En outre, la marque "Le Gruyère AOP Switzerland" doit être le fer de lance de toute activité. Le Comité s'est préoccupé de l'évolution du marché et il a soutenu l'application pleine et entière du

Cahier des charges. Sur la base des outils à disposition, les organes de l'Interprofession ont pu tenir les quantités à 100% du quota de base attribué. Les travaux du Comité se sont appuyés sur le document intitulé « Cockpit ». Il s'agit de mieux appréhender l'évolution du marché en relation avec la production et l'évolution des stocks. Les indicateurs ainsi trouvés permettent d'avoir une gestion efficace à court et à moyen terme.

L'Assemblée des délégués a tenu séance à 2 reprises. L'une effectuée à Cernier pour l'adoption des comptes et le rapport annuel et l'autre pour voter le budget et définir les quantités de production pour 2019. La décision prise en automne 2018 était de prévoir une production à 100% sur un nouveau volume de base de 101% pour toutes les fromageries. Dans un premier temps, il s'agit d'assurer

Comparaison de l'évolution des stocks (fin avril 2019) en tonnes





ces quantités sur les 3 premiers mois de l'année et de les confirmer au mois de mars 2019, ce qui a pu être fait. En effet, l'évolution des ventes se montre encourageante et les stocks ont un niveau relativement bas.

La Commission d'alpage, qui a pour but de traiter spécifiquement l'appellation Gruyère d'Alpage AOP, s'est rencontrée à 3 reprises. En 2018 la bonne situation du marché a permis de proposer aux alpages, ayant le potentiel suffisant et la qualité adéquate, de pouvoir produire 3% de plus que le quota de base attribué. L'ouverture de nouveaux alpages a également été discutée. Ces options seront concrétisées dans le courant 2019 pour les saisons d'alpage 2020 – 2021. Cette spécialité doit être pressée à la toile tout en ayant eu un décaillage manuel lors du processus de fabrication.

La Commission Bio s'est réunie lors de 4 séances pour aborder l'évolution de la qualité et surtout la quantité de la production biologique au sein de la filière du Gruyère AOP. La qualité ne pose pas de soucis particuliers comme l'entier de la production. Par contre, on observe une évolution très positive des ventes qui a comme conséquence d'avoir des stocks très bas en fin d'année. Des propositions ont été faites au Comité pour mener une promotion particulière pour le Gruyère AOP Bio. Ces propositions n'ont pas été retenues mais devront être intégrées à l'avenir dans la promotion globale du Gruyère AOP. Il est réjouissant de constater que tant en Suisse que sur certains marchés internationaux comme la France, le segment Bio de la production du Gruyère AOP connaît des évolutions très positives.

La Commission marketing a tenu 3 séances. Cette Commission s'est préoccupée du travail de promotion avant tout sur les différents marchés internationaux afin de soutenir les ventes de Gruyère AOP. Le rôle de cette Commission devra être redéfinie dans un avenir proche.

La Commission de planification s'est réunie à 6 reprises. La principale problématique porte sur le respect des quantités au niveau du système 3/9, mais également au niveau des planifications de nouvelles fromageries et des quantités de Gruyère AOP y relative. Il est primordial que les décisions de la Commission de planification soient en adéquation avec l'application du Cahier des charges. Les décisions prises par

cette Commission peuvent faire l'objet d'un recours auprès de la Commission correspondante au niveau des gestions des quantités. Celle-ci s'est réunie à 1 reprise et a rejeté les recours déposés.

La Commission qualité a tenu 2 séances. Elle se préoccupe de l'évolution de la qualité du Gruyère AOP qui est globalement très bonne. Dans ce cadre, il y a lieu de veiller que les techniques de production maintiennent un caractère artisanal au produit en garantissant toujours le goût inimitable du Gruyère AOP. Lors de problèmes particuliers rencontrés dans l'une ou l'autre des fromageries, une Commission ad hoc est nommée pour accompagner et proposer des solutions aux établissements concernés. Une Commission de ce type s'est réunie à 3 reprises pour trouver les solutions idoines dans les cas concernés. Une autre Commission ad hoc pour accompagner l'évolution dans les exploitations laitières s'est réunie pour voir différentes solutions permettant une certaine forme d'automatisation de l'affouragement.

Il est à noter que le secteur qualité accompagne toujours la recherche menée tant au niveau des cultures d'identification d'origine que celui du marquage en surface pour améliorer et renforcer l'identification globale du Gruyère AOP sur le marché. Il est à espérer que des résultats tangibles puissent être présentés dans le courant de l'année 2019 ou au plus tard 2020.

L'administration est placée sous la conduite de Monsieur Philippe Bardet, Directeur, et Monsieur Marc Gendre, Vice-Directeur. Ce dernier gère le secteur qualité dont le travail se répartit entre Messieurs Thierry Bize et Christophe Magne. Ce secteur collabore avec les différentes instances de soutien à l'encouragement de la qualité que sont Caséi et Arqha ainsi qu'Agroscope.

Le secteur marketing placé sous la coordination du Directeur a connu une année transitoire en 2018. Même si toutes les tâches ont pu être menées à bien, il a été nécessaire de palier au départ de Madame Laure Rousseau. Suite à un heureux événement, la naissance de la fille de Madame Marie L'Homme, ses tâches ont dû être suppléées temporairement. Ce secteur a pu compter sur la présence de Monsieur Philippe Gremaud ainsi que Madame Catherine Merian qui avait déjà travaillé pour l'Interprofession il y a



une dizaine d'année. Afin de pouvoir assumer les différentes tâches de la manière la plus efficace possible, ce secteur a été renforcé en fin d'année par l'engagement de Madame Anaïs Grandjean qui s'occupe de différents dossiers dont les publications et également des différents nouveaux médias, tâche primordiale aujourd'hui pour atteindre de nouveaux consommateurs. En outre, une nouvelle personne a été prospectée pour s'occuper des marchés internationaux. Recherche couronnée de succès avec l'engagement au 1^{er} février 2019 de Monsieur Denis Kaser.

Pour cette nouvelle année, le secteur marketing comprend ainsi Mesdames Marie L'Homme, Anaïs Grandjean, Catherine Merian et Messieurs Philippe Gremaud et Denis Kaser.

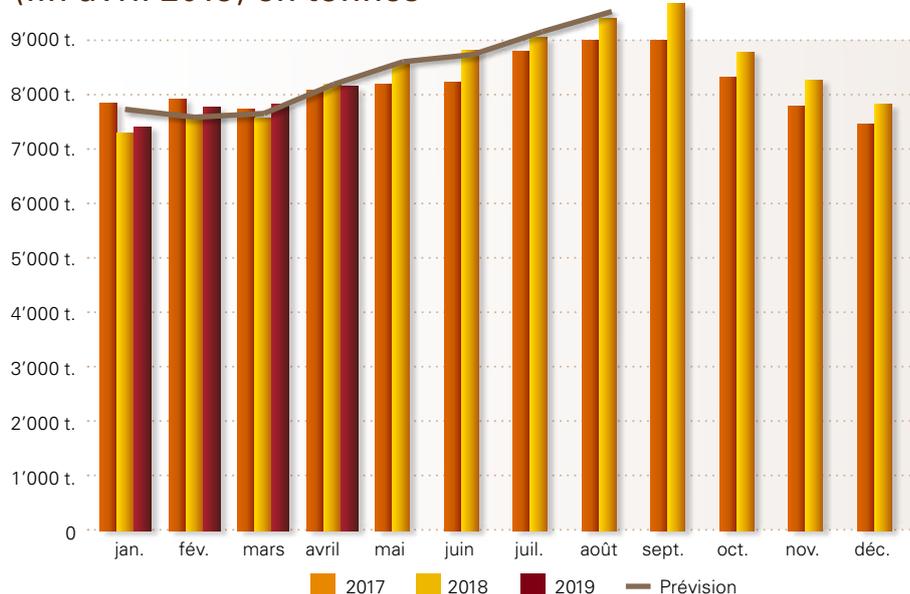
En ce qui concerne la gestion du matériel promotionnel de l'Interprofession, la filière compte toujours sur Monsieur Meinrad Gaillard.

Le secrétariat est assuré par Mesdames Christine Grandjean et Julie Sudan dont nous saluons également un heureux événement, la naissance d'un fils.

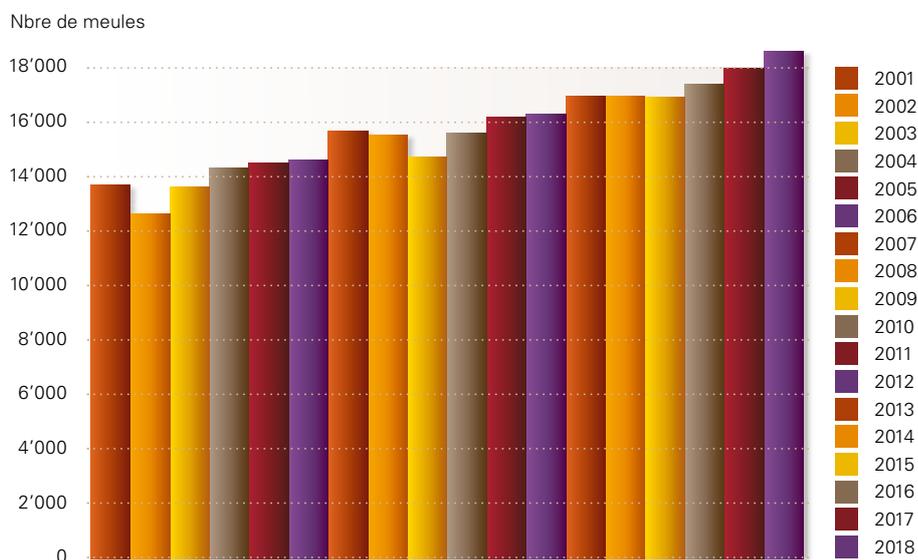
La compta est tenue par Mesdames Magali Vuichard et Sandy Uldry.

Cette équipe motivée et en partie renouvelée poursuivra avec enthousiasme son travail de promotion et de défense du Gruyère AOP pour l'année 2019.

Comparaison de l'évolution des stocks sans alpage (fin avril 2019) en tonnes



Comparaison de la production alpage (marques de caseïne)





Composition du Comité au 31 décembre 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* Jean-Charles Michaud Ralph Perroud	Fromco SA, Moudon Margot Fromages SA, Yverdon Mifroma SA, Ursy Fromage Gruyère SA, Bulle
Invités	Jean-Pierre Huguenin Olivier Isler Daniel Koller Roland Sahli ¹	Avocat, Boudry Fromarte, Berne PSL, Berne Gourmino AG, Lenzburg

Vice-Président

* Membres du Bureau

¹ Coordinateur des affineurs



Perspectives 2019

En 2019, les organes de l'Interprofession auront à cœur 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. -> *Un cockpit de gestion des stocks, de la production et des ventes est appliqué. Les seuils d'alerte sont vérifiés en continu afin de répondre au mieux à la demande du marché.*
- Renforcer les mesures et les décisions permettant le respect des règles et de la lutte contre les imitations. -> *L'IPG soutient activement la motion Savary prévoyant la mise en place d'agents de vigilance.*

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) qui a été complété par une étude sur la jeune génération.*
- 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 présentera le résultat du mandat donné à 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 la marque et du marketing en analysant objectivement la situation actuelle. -> *Une stratégie reposant sur le Guide des bonnes pratiques et du Cahier des charges sera définie avec les acteurs sur le marché.*
- Renforcer la structure marketing de l'IPG en redéfinissant les objectifs, les tâches et les responsabilités des acteurs concernés.
- Réaliser un concept de communication et un nouvel axe publicitaire pour la Suisse.

Avenir de l'IPG

- Mettre en place un système d'analyse des risques pour l'IPG (Risk management).
- Promouvoir et favoriser l'identification des membres à la filière à laquelle ils appartiennent. -> *Chaque membre de la filière met en avant la marque "Le Gruyère AOP Switzerland". Une enquête sera menée afin de renforcer la collaboration au sein de la filière et le soutien global à la promotion du Gruyère AOP Switzerland.*

L'Interprofession entend remplir ses tâches afin que le Gruyère AOP évolue dans l'intérêt du consommateur tout en assurant une saine répartition de la plus-value économique 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 2019 (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	15'091'095	51.53	84	344'666	30.31	4	15'435'761	50.74	192'227	34.39	31	15'627'988	50.45	115
VD	8'317'461	28.40	39	320'520	28.18	3*	8'637'981	28.40	344'915	61.70	21	8'982'896	29.00	61
NE	2'873'798	9.81	15	99'500	8.75	1	2'973'298	9.77				2'973'298	9.60	15
JU	703'564	2.40	3	153'537	13.50	1	857'101	2.82				857'101	2.77	3
JUBE + al.	870'607	2.97	5	98'614	8.67	1	969'221	3.19	21'839	3.91	3	991'060	3.20	8
BE	952'042	3.25	8	120'414	10.59	1	1'072'456	3.53				1'072'456	3.46	8
Autres cantons	474'885	1.62	6				474'885	1.56				474'885	1.53	6
Totaux	29'283'452	100.00	160	1'137'251	100.00	11*	30'420'703	100.00	558'981	100.00	55	30'979'684	100.00	216

* 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.