

l'oiseau

Bulletin trimestriel de l'Interprofession du Gruyère AOC
Trimesterschrift des Gruyère AOC

Edition spéciale

Rapport annuel 2004
de l'interprofession
du Gruyère AOC

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND 



Sommaire:

Edito	p. 3
Une année de contraste	p. 4
Objectif vente atteint	p. 5
Mise en place de l'AOC	p. 6
Qualité	P. 7
Négociation avec la France	P. 8
Reconnaissance internationale	p. 9
Marketing	p. 10
Travaux des organes de l'IPG	p. 12
Perspectives 2005	P. 13
Liste des médaillés	p. 13
Quatre ans au service du Gruyère AOC	p. 14
Comité de l'Interprofession	p. 15
Illustrations	p.16



Case Postale 12, CH-1663 Gruyères
Tél. +41 26 921 84 10
Fax +41 26 921 84 11
interprofession@gruyere.com
www.gruyere.com

Impressum:

Editeur: Interprofession du Gruyère,
Case postale 12, CH- 1663 Gruyères,
E-mail: interprofession@gruyere.com
Tirage: 3500 exemplaires

Rédaction: Marie-José Auderset, Jean-Blaise Held,

MicroPlume sàrl, CH- 1509 Vucherens
e-mail: microplume@bluewin.ch

Traduction: Stefan Lagger, CH-3098 Köniz
E-mail: stefan.lagger@tiscalinet.ch

Graphisme: Art-Com & Partenaires sàrl,
Rte cantonale, CH- 1077 Servion,
E-mail: info@art-com.ch

Crédits photos: Sébastien Galifier,
E-mail: sebastien@galifier.com

Graphiques:

Production 2004	p. 5
Evolution des stocks	p. 5
Répartition de la consommation de Gruyère AOC pendant l'année 2004	p. 5
Comparaison de la taxation	p. 6
Pénétration du marché en Suisse de quelques sortes de fromage	p. 7
Part de marché en Suisse de quelques sortes de fromage	p. 7
Taxation	p. 8
Comparaison des exportations	p. 9
Comparaison des exportations (janvier-avril)	p. 9
Comparaison des ventes	P. 11
Production déclarée à TSM autres pâtes dures	p. 12
Production mai-décembre	p. 15
Comparaison de la production	p. 15
Récapitulation de la répartition du potentiel de production de Gruyère AOC par fromagerie et par canton 2004	p. 15



Edito

Voici environ huit ans que notre Interprofession a été formellement créée, en juin 1997, au Château de GRUYERES. Durant cette période, on peut affirmer qu'elle a bien vécu, même si, à l'instar de toute association, elle a connu des difficultés, mais enregistré aussi des succès et des moments de grande satisfaction.

Au terme de l'année sous revue, elle resplendit de toute sa lumière. La cohésion des trois filières est solide, le produit reste au top des vœux et du goût des consommateurs. Par conséquent les ventes sont bonnes ainsi que les prix pratiqués qui, compte tenu du marché dans lequel nous nous mouvons, restent raisonnables.

Le tableau n'est pas aussi idyllique dans tout le marché laitier. Le prix d'achat de « l'or blanc » ne cesse de diminuer, les subventions fédérales se réduisent comme peau de chagrin

et les quantités vendues de certaines sortes ont gravement chuté.

Comment expliquer alors le «sonderfall» GRUYERE ? A l'image du village gaulois d'Astérix et d'Obélix, une partie du territoire laitier résiste mieux aux attaques répétées de la concurrence, de la globalisation et des réductions budgétaires et je fais allusion à la zone GRUYERE. Pourquoi ? Parce qu'il existe un produit qui est notre magnifique pâte dure, une potion magique, qui galvanise les forces des producteurs, des fromagers et des affineurs pour promouvoir leur fromage !

Mais attention. Quand la crainte ne veille pas, il arrive ce qui était à craindre. Ainsi que nous le narre la bande dessinée, il faut se méfier des virus toujours actifs dans toute organisation. Ils ont nom, chez nous, quantités dépassées, production au noir, présentation fantaisiste de l'étiquette du produit et imitation

malhonnête de notre GRUYERE sous des appellations tendancieuses de toutes sortes.

L'administration et le Comité de l'IPG s'emploient à lutter contre les dérapages et les abus, mais sans le soutien des milliers de personnes qui jour après jour donnent le meilleur d'eux-mêmes, leur mission sera vouée à l'échec.

Il s'agit donc de se tenir les coudes, du producteur à l'affineur en passant par le fromager à la veille de la libéralisation des marchés avec l'Europe, dès 2007. La solidité d'une chaîne se mesure à celle de tous ses composants. Cette maxime a toujours animé nos débats et nos décisions et je forme les meilleurs vœux pour que cette pratique perdure. C'est la grâce que je nous souhaite.

Pierre Dubois,
Président de l'IPG



Une année de contraste

Après une reprise des quantités pour l'année laitière 2003/2004, il a été décidé de repartir sur les mêmes bases au printemps 2004, soit un volume contenu à environ 27'000 tonnes pour une restriction de quelque 3 %.

Cette mesure ne touchait pas les alpages qui pouvaient produire selon le quota attribué.

Dans le courant de l'été, des signes inquiétants se faisaient sentir. En effet, les marchés européens, allemands et français avant tout, ne donnaient pas satisfaction et, de plus, on pouvait craindre que le marché américain s'essouffle en raison de la baisse du dollar. Des discussions d'augmentation de la restriction se faisaient sentir. Toutefois, grâce au système mis en place de quotas stricts et des prévisions des ventes, il a été possible de maintenir les volumes prévus.

Ainsi, la deuxième moitié de l'année pouvait se poursuivre sur la même lancée avec un bonus puisque, dès le mois d'octobre, des signes persistants faisaient miroiter une augmentation possible de la production grâce à la reprise des marchés allemands, français. De plus, le maintien du niveau hors Union

européenne, Etats-Unis et Asie en tête, a favorisé l'optimisme ambiant. Ainsi, au tout début 2005, il a été décidé de lever la restriction et de produire à 100 % sur les deux années laitières 2004/2005 et 2005/2006.

Cette mesure est même intervenue un peu tard puisqu'on a pu constater qu'au début 2005, certaines commandes n'ont pas pu être honorées faute de marchandise disponible.

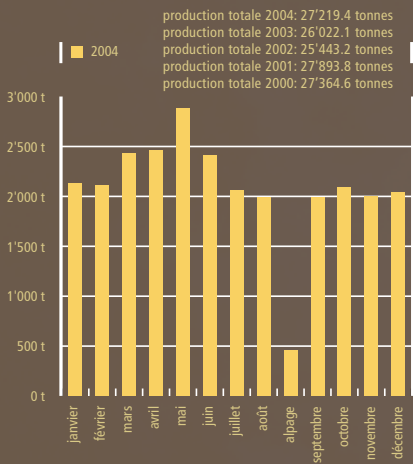
Malgré cette pression encourageante du marché, il faut garder la tête froide pour continuer à mettre sur le marché la qualité requise (maintien de l'âge minimal de cinq mois). Il faut également observer l'évolution de cette augmentation des ventes et voir si, en Allemagne par exemple, elle est liée à l'introduction du Gruyère AOC en hard discount. Cette arrivée peut inquiéter, mais il faut rel ever que les prix pratiqués sont tout à fait en adéquation avec les coûts de production.

Au niveau de la gestion interne des quantités, la commission de la planification a poursuivi sa tâche pour garantir un traitement équitable des différentes demandes. A noter en outre que la quantité produite pour l'année

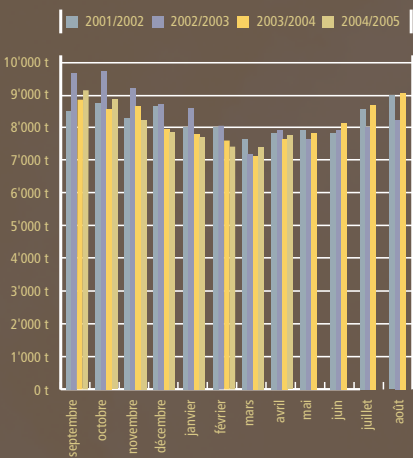
laitière 2003/2004 a été inférieure de quelque 463 tonnes aux quantités attribuées quant bien même une pénalité pour dépassement a été prélevée auprès de 14 fromageries pour un montant total de Fr. 173'655.00.

Comme annoncé lors du précédent rapport, un Groupe de travail, placé sous la conduite de Marc Gendre, a été nommé pour préparer des dispositions afin de gérer la quantité de lait à partir de 2006 comme le prévoient les dispositions légales. Après quelques séances, il est apparu qu'en Suisse occidentale, les producteurs de lait désiraient gérer le lait de manière coordonnée dans le cadre d'une organisation de producteurs telle que «Prolait». Après bien des discussions, un système OP avec une gestion par mise en valeur dite verticale a été décidé par les producteurs de lait Gruyère. Au vu des différentes solutions adoptées début 2005, l'Interprofession du Gruyère devra signer une convention avec les différentes OP qui seront créées et reconnues par l'OFAG. Cette convention devra garantir un traitement équitable pour tous les producteurs de lait Gruyère ; elle devra surtout définir la répartition des tâches entre la gestion des quantités de Gruyère et celle du lait.

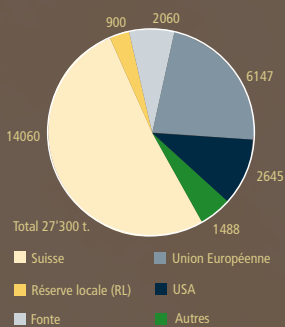
Production 2004



Evolution des stocks



Répartition de la consommation de Gruyère AOC pendant l'année 2004 en tonnes



Objectif de vente atteint

En 2004, les chiffres de vente en Suisse ont été très bons même si les attentes n'ont pas été entièrement comblées. En effet, si le fromage a, de manière globale, progressé dans le commerce de détail, c'est avant tout la catégorie « autres pâtes dures et mi-dures » qui a gagné du terrain : le Gruyère AOC est resté stable en chiffres absolus et il a perdu quelques plumes en pour-cent. Si le développement d'autres pâtes dures et mi-dures peut démontrer la vitalité de l'économie fromagère nationale avec l'émergence de nouveaux produits bien démarqués, cette catégorie est malheureusement pour une grande part composée de pâtes copies de fromages reconnus, tels que l'Appenzell, le Vacherin fribourgeois ou le Gruyère ; souvent elles prennent leur place et leur usurpent le nom dans les mélanges fondue par exemple. Il serait grand temps que les instances fédérales et cantonales y mettent bon ordre dans l'intérêt de tous, des consommateurs avant tout.

L'exportation a montré un visage plus qu'encourageant. Les kilos

exportés de Gruyère AOC n'ont jamais été aussi élevés. Ainsi, la barre des 10'000 tonnes a été dépassée puisque 10'292 tonnes ont été vendues sur les marchés proches et plus lointains. Les Etats-Unis et l'Asie ont connu une progression très forte alors que l'Europe reprenait le chemin des chiffres 2001, la meilleure année jusqu'ici. A noter que l'exportation a doublé depuis les années 76/77, où le Gruyère se vendait à raison de 5'000 tonnes à l'étranger. Il s'agit là d'une belle progression initiée du temps de l'USF que l'Interprofession et les acteurs du marché continuent à encourager. Il faut espérer que ce tableau positif se poursuive et que les ventes limitées du début 2005, dues à un manque de marchandise, ne viendront pas couper cet élan.

Le marketing de l'Interprofession s'emploiera activement pour continuer dans cette voie qui devrait permettre d'atteindre dans un proche avenir une mise en valeur de quelques 30'000 tonnes.



Mise en place de l'AOC

Les différentes démarches visant au respect par chacun des dispositions AOC se poursuivent sous la houlette de l'OIC (Organisme intercantonale de certification). Toutes les mesures transitoires précises sont arrivées à leur terme à l'exception des dispositions sur l'étiquetage.

Il est à ce titre décevant de constater la lenteur de plusieurs acteurs pour modifier leurs emballages ou étiquettes afin qu'elles correspondent aux règles du cahier des charges et de la charte graphique. Le non-respect de ces points péjore le travail marketing de l'Interprofession.

Il faut cependant saluer l'engagement de plusieurs partenaires qui mettent l'année 2005 à profit pour mettre en place dès 2006 un étiquetage cohérent dans le respect du cahier des charges du Gruyère Switzerland AOC. Avec un peu de bonne volonté, il est sans autre possible d'avoir une base d'étiquetage commun sans empêcher une personnalisation de la présentation.

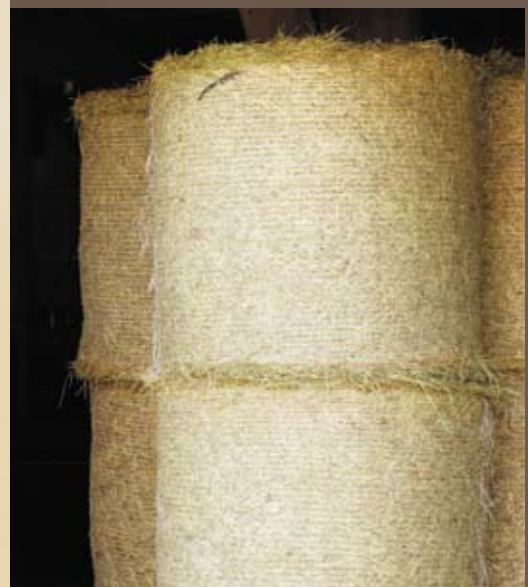
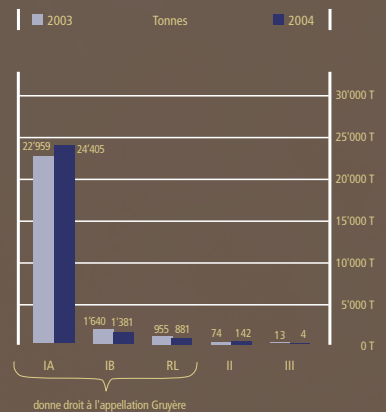
La nécessité d'un étiquetage précis est indéniable pour garantir au Gruyère AOC sa place sur le marché et surtout pour lutter efficacement contre les fraudes. Si l'on veut une application engagée de

la part des organes de contrôle, il est important que la présentation du produit aux consommateurs soit correcte. Cet aspect est clairement ressorti dans le jugement positif rendu par le Tribunal de police du Val de Travers lors d'une affaire de mise en valeur d'une production non déclarée.

Pour le reste, l'application du cahier des charges doit rester très stricte si l'on veut garantir au Gruyère AOC la place de choix qu'il occupe sur le marché. Ainsi, pour maintenir la qualité du produit à son haut niveau actuel, l'usage des silos doit rester proscrit, de même que tout artifice dangereux que l'on pourrait tenter dans le seul but d'un gain immédiat. Le Gruyère AOC est un produit qui se vend sans intrant du début à la fin de sa chaîne de production. Cela représente et représentera un atout assurément décisif pour son développement et surtout pour permettre une rémunération adaptée de chaque acteur tout au long de la chaîne de production.



Comparaison de la taxation 2003



Qualité

L'Interprofession du Gruyère a maintenu le cap de la qualité mis en place. L'année 2004 a été marquée par divers concours qui se sont déroulés à plusieurs endroits de la planète, au Visconsin, en Appenzell (Caseus Montanus, Swiss Cheese Awards), en Autriche et le plus récent à Londres. A chaque fois, le Gruyère AOC a obtenu les places d'honneur. L'événement le plus marquant en 2004 pour la filière du Gruyère AOC fut la remise de distinction à 15 % des fabricants. Cette manifestation, qui donne à chacun des partenaires un sentiment d'appartenance à la filière, s'est déroulée le 30 novembre à Vuadens. Il ne s'agissait pas d'un concours, mais d'une récompense sur la régularité, la constance et le suivi. Il est à souligner que l'exigence extrême d'une telle distinction n'a malheureusement pas permis de récompenser tous les fromagers de la filière qui produisent chaque jour un excellent Gruyère AOC.

Le bilan qualitatif en 2004 est à considérer comme positif. Les conditions climatiques étaient bonnes, ce qui n'est pas sans effet sur la qualité générale du Gruyère AOC. Plus du 94 % des lots taxés ont obtenu 18 points et plus. Les affineurs sont toujours plus à la recherche de lots avec l'assurance de pouvoir les affiner plus longtemps. Ils comptent sur la taxation ainsi que sur les analyses chimiques pour déterminer leur choix. La qualité des Gruyère AOC produits a permis d'octroyer aux fabricants un montant de prime qualité pour l'année 2004 de Fr.

4'300'300.-. Pour la production de l'année 2004, sur plus de 2'600 lots taxés, 50 ont fait l'objet d'un recours dont 25 ont été gagnés et 25 ont été perdus.

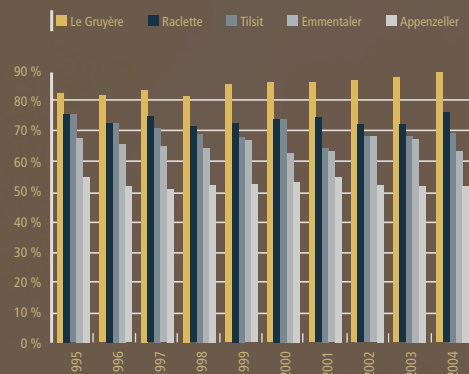
Des prélèvements concernant la listéria ont été réalisés à raison de 2 prélèvements par fromagerie et par affineur. Le 100 % des échantillons prélevés et analysés portent la mention «non détectable». Les analyses spécifiques «métaux lourds, pesticides, organochlorés» sont effectuées par sondage durant l'année. En 2004, 20 échantillons ont été analysés. Ici aussi, tous les résultats sont accompagnés de l'indication «non détectable». Chaque rapport porte la mention : «Nous apprécions le présent échantillon comme impeccable concernant les paramètres mentionnés dans ce rapport».

Les lots de Gruyère AOC sont analysés mensuellement sur la teneur en eau et en matière grasse et sel. Ces paramètres font partie intégrante du cahier des charges. Nous constatons une légère augmentation des lots hors normes.

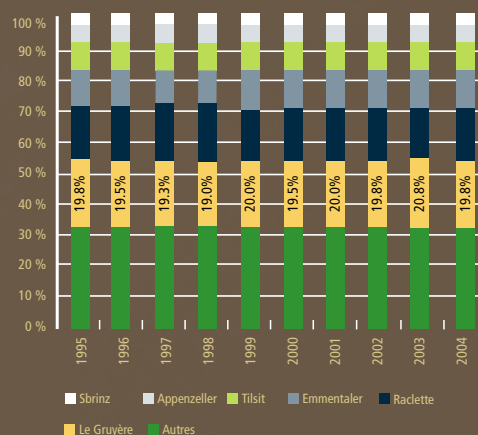
La démonstration est ainsi faite que le Gruyère AOC mis en marché est d'excellente qualité grâce à la segmentation des qualités IA-IB et au déclassement en IIème choix qui ne donne plus droit à l'appellation Gruyère. L'Interprofession du Gruyère met tout en œuvre pour apporter aux consommateurs toutes les sécurités alimentaires.



Pénétration du marché en Suisse de quelques sortes de fromage

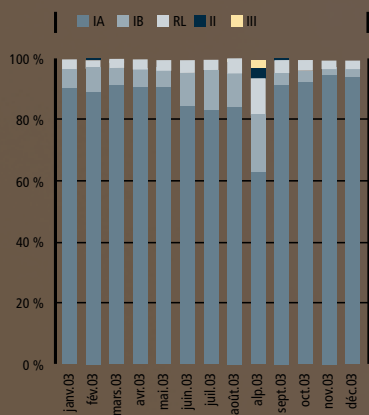


Part de marché en Suisse de quelques sortes de fromage





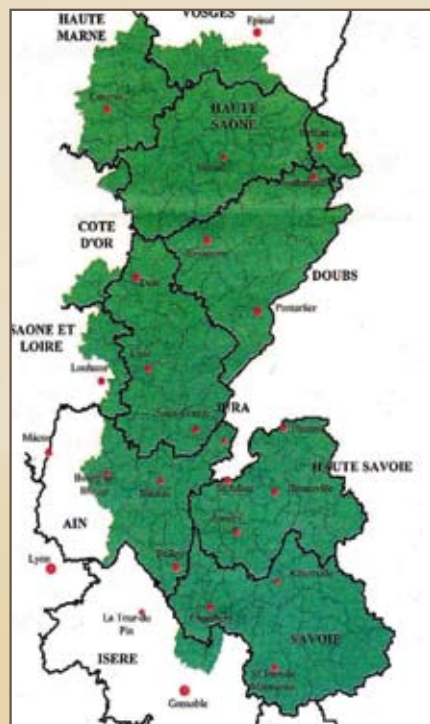
Taxation 2003



Négociation avec la France

Les négociations avec la France ont pris un nouvel essor en fin d'année 2004 avec le projet de publication de la zone française de fabrication et de celle d'affinage. Ces deux zones feront l'objet d'une mise à l'enquête en début d'année 2005. La zone de fabrication s'étend au nord en Franche-Comté dans une région limitrophe à l'arc jurassien suisse puis dans la région de Vesoul et enfin au sud en Savoie dans les environs de Chambéry. Des critères très précis ont été posés dans la définition de la zone : elle se base sur l'antériorité de l'utilisation du nom Gruyère ainsi que sur une production laitière extensive. L'année 2005 sera déterminante à l'aboutissement de ce dossier dont le but ultime est la protection de la dénomination Gruyère au niveau européen voire, par la suite, mondial.

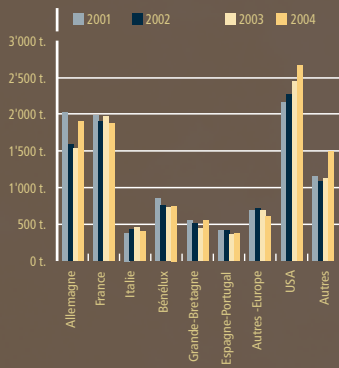
Cette personnalité, qui a incarné pendant de nombreuses années le développement du Comté, a été l'un des fers de lance de la résolution de la problématique du nom et de la production du Gruyère en France.



Ce dossier a malgré tout pris un certain retard suite au décès accidentel dans le courant de l'été du regretté Président du comité national du produit laitier (CNPL, Commission de reconnaissances françaises des AOC), M. Yves Goguely.

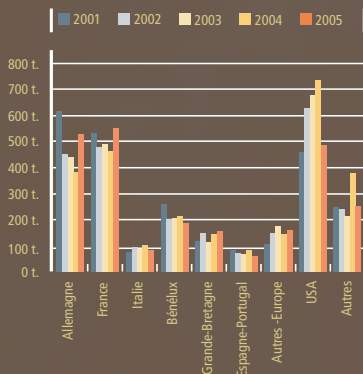


Comparaison des exportations



2000: 8659 t. (dont UE 5814) 2003: 9407 t. (dont UE 5947)
 2001: 9775 t. (dont UE 6603) 2004: 10280 t. (dont UE 6147)
 2002: 9303 t. (dont UE 6064)

Comparaison des exportations janvier - avril



Total 2001: 3241 (2320)
 Total 2002: 3184 (2032)
 Total 2003: 3183 (1995)
 Total 2004: 3406 (1903)
 Total 2005: 3212 (2181)



Reconnaissance internationale

Les derniers débats de l'OMC sont suivis avec une attention particulière par l'Interprofession du Gruyère. En effet, en collaboration avec l'association des AOC et sous l'égide de l'Association ORIGIN, les produits alimentaires au bénéfice d'une reconnaissance en appellation se battent pour que les noms tels que Le Gruyère, Parmesan et autres bénéficient des mêmes protections que les dénominations viticoles. L'un des

premiers résultats tangibles de cette démarche est le maintien de ce domaine dans le projet d'accord. Il y a lieu de rester très vigilant afin de tenir jusqu'au bout dans cette négociation : il faut en effet éviter une désillusion lors des marchandages de dernière minute qui sont légions à ce niveau.



Marketing

L'équipe du marketing a été renouvelée: M. Philippe Gremaud a repris au 1er janvier 2004 le poste laissé vacant par M. Gérald Brügger et M. Claude Levray a été engagé au 1er juin pour coordonner l'action marketing avec un axe plus soutenu sur l'étranger. Le team était complété par Mme Catherine Bussard.

Le Gruyère Switzerland AOC a une nouvelle fois brillé de mille feux en 2004.

Ainsi Le Gruyère AOC était présent durant l'hiver aux courses de ski alpin à Wengen, Adelboden, St-Moritz et Vevey. Ce sont des étapes importantes tant pour les skieurs que pour la hot fondue toujours bien appréciée dans ce cadre.

L'étape du Ticket to Ride de snowboard de Leysin a aussi largement pu apprécier Le Gruyère AOC.

Au printemps, le Tour de Romandie puis le Tour de Suisse ont accueilli Le Gruyère AOC avec enthousiasme. Et durant la saison estivale parsemée de courses de VTT, Le Gruyère AOC a participé à la Juralp, ensemble de courses entre le Jura et les Préalpes passant par Grandvillard au mois de septembre.

A la fin de l'automne, on a pu voir Le Gruyère AOC décorer la patinoire pour

les championnats européens de curling à Sofia.

Au salon de l'agriculture à Paris, le Gruyère AOC a pris ses quartiers en collaboration avec le Vacherin Fribourgeois et les Produits du Terroir de ce canton. Lors de ce salon, la Confrérie du Gruyère a même réussi à faire du Gruyère AOC la star d'un soir dans la ville lumière.

Au printemps, il y a aussi eu la BEA puis le Salon des Goûts et Terroirs de Bulle en collaboration active avec les autres AOC.

L'été aura permis au Gruyère AOC de prendre le large aux confins de la Bretagne dans le cadre de la rencontre annuelle des voiliers de Brest 2004. Le Gruyère Switzerland AOC a accompagné avec sa fondue et sa hot fondue les Vaudois et la barque La Vaudoise dans ce port prestigieux pour une quinzaine de découvertes.

Le Gruyère AOC a été aussi l'hôte d'honneur de la fête du fromage de Rocamadour.

L'automne a vu Le Gruyère se présenter au comptoir suisse à Lausanne, à l'Olma à Saint-Gall et au marché de Noël à Liège en Belgique. Par l'intermédiaire de SCM, Le Gruyère fut aussi de la partie au Salon

international de l'alimentation à Paris au mois de novembre.

Outre ces différents événements, Le Gruyère AOC a accompagné la saison marquée de hauts et de bas de Fribourg Gottéron. Il a encore participé de près à l'événement majeur de l'actualité sportive 2004 : les Jeux Olympiques 2004 d'Athènes. Sous l'impulsion de l'Association des AOC, Le Gruyère AOC et d'autres produits AOC se sont déplacés dans la capitale hellénique avec le conseiller national Joseph Zysiadis à la rencontre du public grec. Cette manifestation où l'Interprofession était représentée par son vice-président, M. Benjamin Henchoz, a connu un franc succès. Un petit bémol : la confirmation de la présence d'un fromage Gravier. Cela reste un petit problème à régler avec l'Europe.

Quelque temps après, Le Gruyère AOC était de nouveau de la partie avec Urs Kolly, multiple médaillé d'or et d'argent dans le cadre des disciplines athlétiques des jeux paralympiques d'Athènes.

Sur le plan publicitaire national, Le Gruyère AOC a recentré son message par des campagnes d'affichage liées à la fois aux personnes et au terroir qui font cet excellent fromage.



Toute la publicité met l'accent sur l'appellation d'origine contrôlée et la qualité du produit.

A ce titre, la nouvelle version du site Internet : <http://www.gruyere.com> renforce encore cette image

En regard des sondages qui mettent Le Gruyère AOC en tête pour sa pénétration sur le marché national et pour sa consommation, les efforts consentis démontrent leur efficacité et leur nécessité. Le Gruyère AOC ne gagnera la bataille contre la concurrence que s'il peut démontrer ses qualités. Il faut également qu'il réussisse à faire passer un message qui lui soit propre, sans négliger pour autant son appartenance à la grande famille des AOC suisses.

Au plan international, l'Interprofession du Gruyère tient à faire passer un message différencié selon les pays où Le Gruyère AOC est présent.

En Allemagne, Le Gruyère AOC doit être signe de bien-être naturel. Il doit dans le même temps mettre en évidence l'unique nom de Gruyère AOC et non plus «Greizer».

En France, la «guerre contre les trous» se poursuit si bien que l'approche est : Le Gruyère est un produit de haute

valeur sans trous.

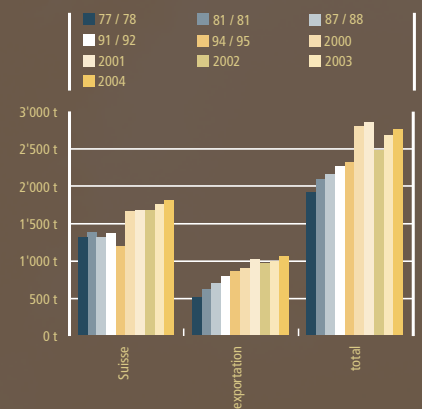
En Belgique et Espagne, l'IPG continue son travail d'accompagnement du produit pour conserver sa place importante dans le cadre des marques suisses.

En Italie, l'IPG se doit de progresser mais elle regrette dans ce cadre la position quelque peu frileuse des exportateurs, qui l'a conduite à renoncer à une présence importante dans le cadre des championnats du monde de ski de Bormio 2005. Cet événement aurait pu représenter un nouveau départ pour le Gruyère AOC en Italie.

L'Interprofession du Gruyère se doit d'apporter un message clair et efficace pour la promotion du Gruyère Switzerland AOC dans l'intérêt de toute la filière, des producteurs aux affineurs en passant par les fromagers. Elle entend ainsi assurer le meilleur soutien aux vendeurs de ce nectar pour que le consommateur le découvre ou renouvelle son plaisir en le dégustant.

Toutes ces différentes activités se réalisent de manière indépendante ou au travers de l'Association des AOC/IGP ou encore avec Switzerland Cheese Marketing (SCM).

Comparaison des ventes





Travaux des organes de l'IPG

Les organes de l'Interprofession se sont réunis à maintes reprises en 2004 sous la conduite toujours aussi efficace du Président, M. Pierre Dubois. Les délégués se sont rencontrés à 3 reprises, le comité 11, alors que le Bureau s'est réuni 6 fois. La commission marketing a tenu 7 réunions, celle de planification 10. A ce titre, la commission de recours a dû statuer à deux occasions. La commission qualité a tenu 2 réunions et celle d'alpage s'est réunie trois fois. La commission bio a également été convoquée à deux reprises.



L'administration a poursuivi l'accomplissement de ses tâches sous la direction de M. Philippe Bardet avec dans l'équipe

marketing l'engagement en milieu d'année de M. Claude Levray pour coordonner l'ensemble et – surtout – promouvoir Le Gruyère AOC à l'étranger. Il est soutenu par Mme Catherine Bussard et M. Philippe Gremaud qui a repris au début de l'année 2004 le poste de M. Gérald Brügger.

Le contrôle de la qualité et de la traçabilité sont l'apanage de MM. Jean-Louis Andrey, Charles Künzi et Marc Gendre, ce dernier s'occupe également du dossier de la gestion des quantités.

Le secrétariat est toujours animé conjointement par Mmes Sylvie Rouiller et Stéphanie Molleyres. Cette dernière gère la comptabilité pour laquelle elle a obtenu dans le courant de l'année le brevet fédéral de comptable.

Production déclarée à TSM autres pâtes dures

Position	2001 (t.)	2002 (t.)	2003 (t.)	2004 (t.)	Différence 2004 par rapport à 2001
Total	1'678	2'583	2'855	4'151	+ 2'473
> 50 kg	185	600	533	1'351	+ 1'168
20 - 50 kg	665	900	974	974	+ 309
< 20 kg	828	1'083	1'348	1'768	+ 940

Une partie de ces meules sont des copies du Gruyère





Perspectives 2005

L'Interprofession du Gruyère va poursuivre ses tâches conformément aux buts qui lui sont assignés par ses statuts.

Elle mettra tout en œuvre pour que les dispositions du cahier de charges du Gruyère AOC soient pleinement appliquées et plus particulièrement les dispositions concernant l'étiquetage.

Le dossier concernant les fraudes sera aussi une des préoccupations de base de l'application de l'AOC en 2005.

Au point de vue politique, l'Interprofession devra se mobiliser très fortement dans le dossier Politique agricole 2011 afin de garantir aux appellations d'origine contrôlée et aux produits au lait cru la place à laquelle ils ont droit. A ce titre, la disparition annoncée de la prime de non-ensilage est un non-sens que l'Interprofession s'efforcera conjointement avec d'autres organisations de corriger.

L'Interprofession se battra afin que le fromage traditionnel ne soit pas le grand perdant de la réorganisation en cours.

L'Interprofession du Gruyère devra également rester vigilante sur le plan des nouvelles dispositions concernant l'hygiène afin que les modifications annoncées ne compliquent pas le système de contrôle AOC et renchérissent par là le produit sans apporter une sécurité meilleure au consommateur.

Dans le cadre du marketing, le travail se poursuivra afin de mettre en avant les notions d'AOC au niveau de la publicité et des différentes activités marketing. Une attention particulière sera également portée au renfort de la présence du Gruyère AOC sur les marchés étrangers, plus particulièrement en Europe où l'on souhaite que la place du Gruyère AOC dans le préemballage se développe.

Comme déjà mentionné dans ce rapport, le travail de défense et de reconnaissance de la désignation Gruyère AOC tant au niveau de l'Union Européenne que de l'organisation mondiale du commerce représentera une des premières priorités pour l'Interprofession du Gruyère.

Toutes ces activités seront liées à une gestion toujours offensive sur les quantités et la qualité du Gruyère AOC.

La liste des médaillés



Les fromagers distingués:

OR:

- M. Pierre-Alain Uldry (19.64) 1649 Pont-La-Ville
- M. Gérard Bulliard (19.59) 2406 La Brévine
- M. Dominique Caille (19.48) 1626 Romanens
- M. Jean-Pierre Bapst (19.46) 1644 Avry-dt-Pont
- M. Alexandre Tinguely (19.43) 1673 Auboranges
- M. Jean-Marie Dunand (19.42) 1611 Le Crêt
- M. Walter Reist (19.36) 1789 Lugnorre
- M. Benoît Déforel (19.36) 1625 Sâles/Gruyères
- M. Claude Kolly (19.33) 1728 Rossens
- M. Yves Dombald (19.28) 1405 Pomy
- M. Fernand Coeytaux (19.28) 1117 Grancy

ARGENT:

- M. Gérard Bezençon (19.25) 1142 Pampigny
- M. Blaise Christen (19.24) 2058 La Joux-du-Plâne
- MM. Jérôme et René Raemy (19.22) 1742 Autigny
- M. Pierre Reist (19.21) 2518 Nods
- M. Eugène Dumas (19.21) 1684 Mézières
- M. Stéphane Menoud (19.21) fromagerie de Ursy, 1670 Ursy
fromagerie de Les Chaux, 2405 La Chx-du-Milieu
3178 Bösingen
- M. Ernst Heim (19.19)
- Centre de formation laitière et agroalimentaire, Grangeneuve (19.18) 1725 Posieux
- M. Bernard Roch (19.16) Chesalles-s/Oron, 1608 Oron-le-Châtel
- M. Gérard Equey (19.15) 1687 Vuistemens-devant-Romont
- M. Didier Germain (19.15) 2316 Les Ponts-de-Martel

BRONZE:

- M. Pierre-André Freymond (19.13) 1064 St-Cierges
- M. Michel Pasquier (19.12) 1646 Echarlens
- M. René Pernet (19.09) 1410 Thierrens
- M. Emmanuel Piller (19.09) 1623 Semsales
- M. Vincent Tyrode (19.08) 1454 L'Auberson
- M. Antoine Castella (19.06) 1536 Combremont-le-Petit
- M. Franz Jungo, Strauss (19.04) 1717 St. Ursen
- M. Jean-Claude Carrel (19.04) 1694 Villargiroud
- M. André Menoud (19.03) 2105 Mont-de-Travers
- M. Serge Jeanmonod (19.01) 2117 La Côte-aux-Fées

Les fabricants d'alpage distingués:

OR:

- M. Marcel Progin (19.64) alpage du Gros-Plané, 1630 Bulle
- M. Jacques Murith (19.48) alpage de Tsermon, 1663 Gruyères
- M. André Esseiva (19.46) alpage En Culsand, 1687 Vuistemens-devant-Romont

ARGENT:

- M. Jacques Ruffieux (19.23) alpage Tissineva, 1637 Charmey
- M. Pierre-André Barras (19.17) alpage Les Groins d'Enhaut, 1783 Pensier
- MM. Boschung Frères (19.07) alpage de Chenau, 1635 La Tour-de-Trême

BRONZE:

- M. Gérard Morard (19.04) alpage Les Reybes, 1643 Gumefens
- M. Alfred Bühler (19.04) alpage Twanbergli, 2608 Courtelary
- M. Simon Renaud (19.03) alpage Le Cerney, 1188 Gimel



Quatre ans au service du Gruyère AOC

Catherine Bussard vient de quitter l'Interprofession du Gruyère. Durant quatre ans, elle a défendu au quotidien l'image du Gruyère AOC. En effet, elle était responsable de la gestion du sponsoring, notamment lors des manifestations sportives ; elle organisait des voyages de presse pour des journalistes suisses et étrangers intéressés à cet incomparable fromage du terroir ; enfin, elle représentait l'IPG au sein des AOC.

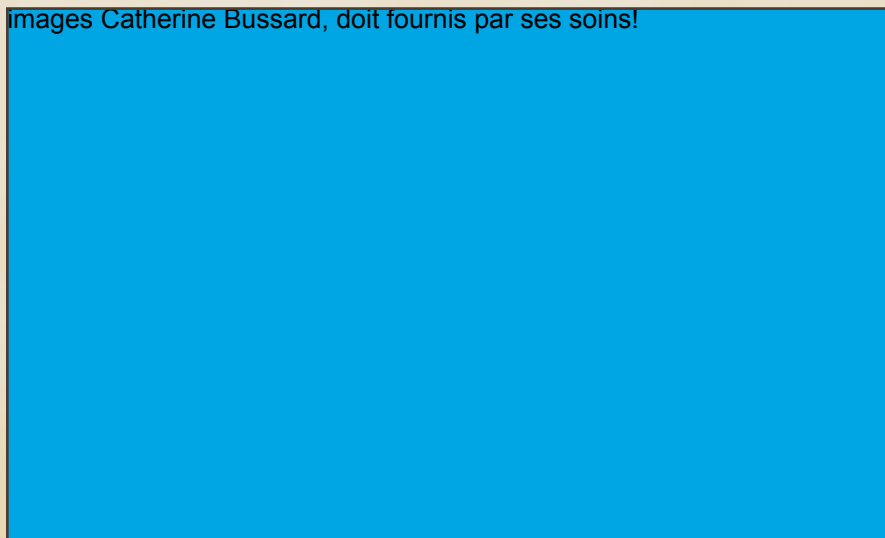
Que ce soit lors des Tours de Romandie ou de Suisse ou lors de la coupe du monde de ski, elle accueillait, souriante et disponible, les visiteurs au stand. Elle ne manquait aucune occasion de faire déguster le Gruyère AOC, de mettre en évidence le travail des producteurs de lait, des fromagers et des affineurs. Elle avait à cœur de défendre ce produit du terroir auprès du grand public. « Quand je représente le Gruyère AOC, explique-t-elle, c'est avec mes « tripes » que je parle et je continuerai à le faire, même si j'ai quitté l'IPG ».

Une bonne partie de son travail se faisait en coulisse. A son arrivée à l'IPG en 2001, le Gruyère venait d'être accepté comme produit AOC. Elle a donc commencé par organiser la fête de l'AOC à l'Espace

Gruyère. « C'était magique pour moi d'arriver au moment du oui final, précise-t-elle. C'était un défi extraordinaire ». Elle a ensuite participé au long travail

son mari, une agence spécialisée dans l'organisation de sorties d'entreprise et d'activités en Gruyère www.destination-gruyere.ch. Elle ne ratera pas une occasion

images Catherine Bussard, doit fournis par ses soins!



d'application des règles du cahier des charges. Elle s'est plus particulièrement consacrée à l'étiquetage : « Pour le consommateur, la présence du nom du produit sous forme de logo est très importante. Elle permet d'identifier le VRAI produit face aux copies ».

A l'avenir, Catherine Bussard aura assurément l'occasion de valoriser encore le Gruyère AOC : elle a créé, avec

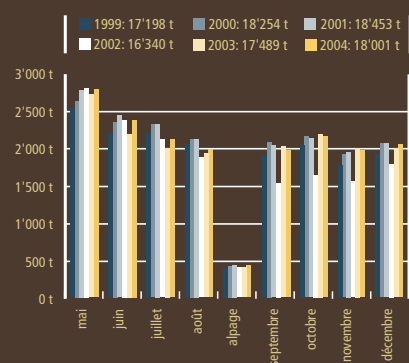
de faire découvrir ou redécouvrir le Gruyère AOC. Merci à Catherine Bussard pour son travail et bienvenue à Anne-Emmanuelle Blum qui reprend les mêmes fonctions.

Récapitulatif de la répartition du potentiel de production de Gruyère AOC par fromagerie et par canton 2004:

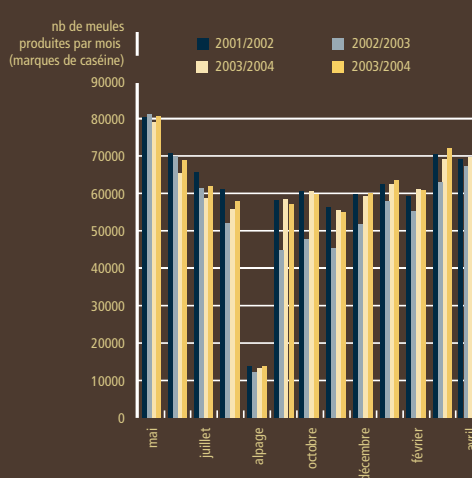
Dont potentiel bio de 842'546 kg

Canton	Quantités (%)	Quantités (kg)	Fromageries (nombre)	Alpages (kg)	Alpages (nombre)
FR	49.84	13'781'227	105	141'800	31
VD	28.78	7'767'645	55	271'641	20
NE	9.94	2'777'263	17	0	0
JU	2.91	811'622	4	0	0
JuBE +al.1	5.15	1'420'073	11	17'470	3
BE	1.65	460'327	6	0	0
Autres cantons	1.73	488'074	7	0	0
TOTAL	100.00	27'506'231	205	430'911	54

Production mai-décembre



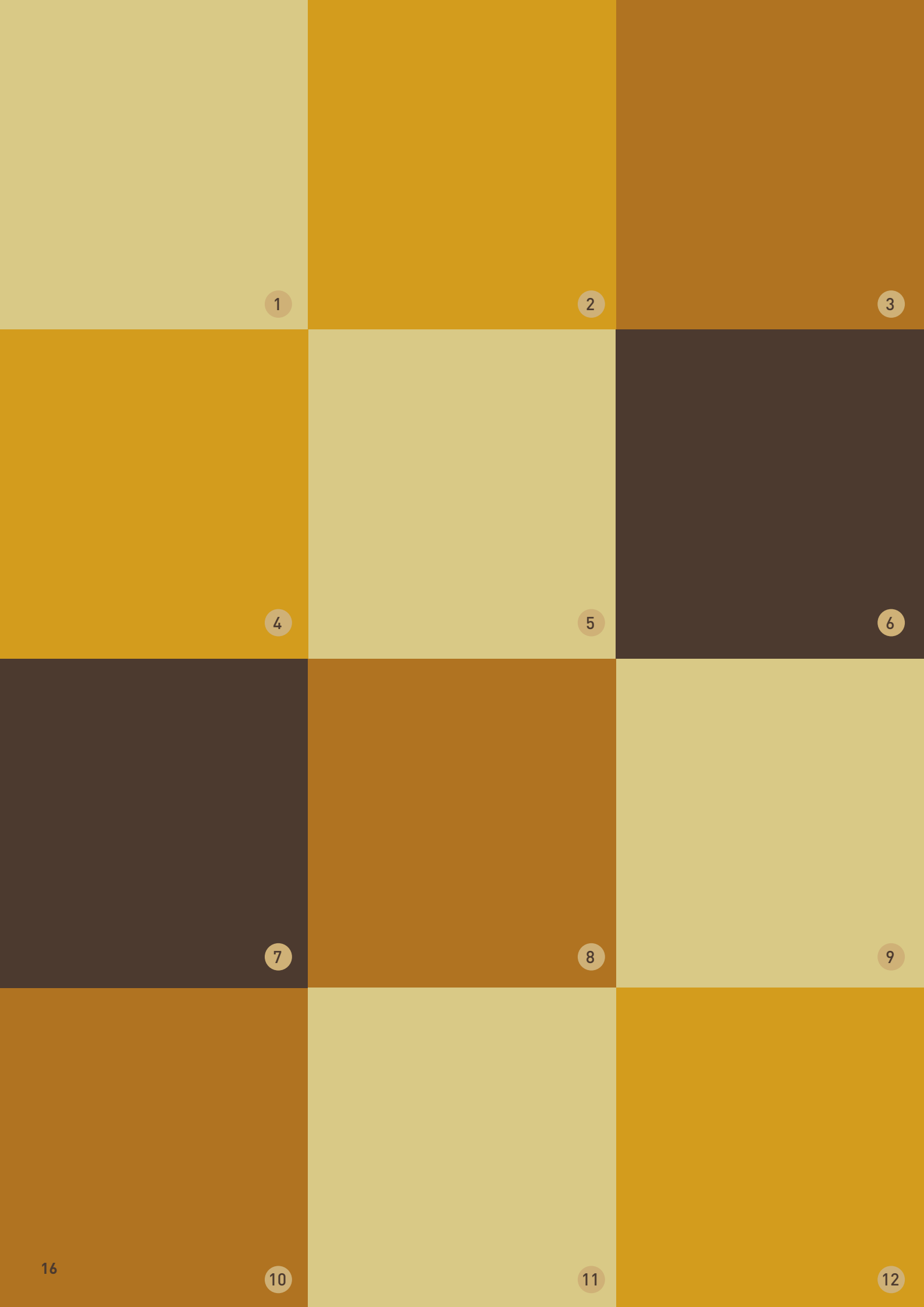
Comparaison de la production



Comité de l'interprofession du Gruyère

Président	Pierre Dubois*	Neuchâtel
Producteurs	André Aeby Benjamin Henchoz* Christian Schmid René Vonlanthen	La Brévine Essertines-sur-Yverdon Wünnewil Le Mouret
Fromagers	Jean-Paul Clerc Pierre-André Freymond Didier Germain René Kolly*	Corserey St-Cierges Les Ponts-de-Martel Le Mouret
Affineurs	André Bulliard Othmar Dubach Pierre-Ivan Guyot Othmar Raemy*	Mifroma, Ursy Emmi Käse AG, Luzern Fromco SA, Moudon Fromage Gruyère SA, Bulle
Invités	Jean-Pierre Huguenin Daniel Koller Anton Schmutz	Avocat, Boudry PSL, Berne Fromarte, Bern

* Membres du bureau



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

- 1-3-15-21 Coupe du monde de ski alpin
- 2-4-7-8 Championnat d'Europe de Curling
- 5-10-11-13 18-22 Salon International de l'Agriculture Paris
- 6-9-12-16-20 Tour de Romandie et Tour de Suisse
- 14-17-23 Snowboard à Leysin
- 19 Dégustation dans les centres commerciaux

21

22



N'oublie jamais d'où il vient...

**...LE GRUYÈRE AOC EST FABRIQUÉ EXCLUSIVEMENT
DANS 210 FROMAGERIES DE LA ZONE AOC.**

