



No 55 - Novembre 2021

L'oiseau



l'AOP, la base
d'un produit de qualité



SOMMAIRE

- 03 ÉDITORIAL
- 04 UNE BELLE DISTINCTION VAUDOISE POUR LA FROMAGERIE DE GRANDCOUR
- 05 LA SATISFACTION DE PRODUIRE DU BON LAIT POUR LE GRUYÈRE AOP
- 06 PIERRE-ANDRÉ BARRAS, L'ALPAGE DANS SON ADN
- 07 GROS PLAN SUR LA FROMAGERIE GOURMANDE DE MONTRICHER
- 08 ASSURER LA RELÈVE, UNE TÂCHE ESSENTIELLE POUR WILLIAM BERTHOUD
- 09 AUTHENTICITÉ ET PROXIMITÉ AU CŒUR DE L'IDENTITÉ DU GRUYÈRE AOP
- 10 LES AOP NE SONT PAS DES PIÈCES DE MUSÉE
- 12 L'AOP POUR PROTÉGER LE NOM ET GARANTIR LA QUALITÉ
- 14 VALORISER LE LIEN ENTRE LE PRODUIT ET SON TERROIR
- 16 PROTÉGER, TOUJOURS, SANS APPAUVRIR
- 18 LE GRUYÈRE AOP ASSOCIÉ À DE GRANDS ÉVÉNEMENTS
- 20 RECETTES

Impressum



Editorial

Au moment où des pans de l'agriculture suisse sont à la peine, tel que la betterave, les pommes de terre ou encore la viticulture, la filière du Gruyère AOP tire son épingle du jeu. Il est vrai que ces différents secteurs souffrent, soit pour des questions climatiques, soit pour des questions écologiques ou soit encore en relation avec des importations à bas prix. Malgré tout, il est à souhaiter que des solutions soient trouvées pour pérenniser ces productions et surtout leurs attraits pour le consommateur.

A ce titre, il est intéressant de noter que le Gruyère AOP dans la période mouvementée vécue depuis plus d'une année et demi reste une valeur refuge pour l'acheteur proche ou lointain. Les chiffres de fin septembre confortent encore cette analyse ou, sur 9 mois, un record d'exportation a encore été atteint. Cette demande constante a permis de décider, au sein des instances de l'Interprofession, des accroissements de production importants qui sont sûrement bienvenus pour tous les acteurs.

Cette situation qui peut se péjorer un jour ou l'autre ne doit toutefois rien au hasard. La belle image du Gruyère AOP repose sur un travail de longue haleine basé sur plusieurs piliers. L'un, et loin des moindres, est la recherche constante de l'excellence dans la qualité, que cela soit à l'affouragement, à la sortie du pis de la vache, dans la cuve ou encore lors des soins en cave. Un autre aspect tient à l'investissement important fait dans la promotion et la publicité. Même si l'USF (Union suisse de fromage) a ouvert des marchés dans les années



1980/1990, le renforcement par l'IPG et les acteurs de la vente à l'étranger, que cela soit en Europe ou en Amérique du Nord, porte aujourd'hui leurs fruits. Si rien n'est jamais acquis, ces bases sont essentielles. Sans une activité de tous les instants pour maintenir l'image et l'attractivité de ce noble fromage qu'est Le Gruyère AOP, le consommateur ou la grande distribution a rapidement tendance à zapper vers d'autres horizons.

Ces deux piliers, qualité et marketing, reposeraient sur du sable s'ils n'étaient pas liés à une définition claire et précise du produit, soit le cahier des charges, avec comme corolaire l'Appellation d'Origine Protégée (AOP).

Cet aspect important est rappelé dans cet *oiseau* par l'intermédiaire de quelques personnes qui ont joué un rôle clé dans la reconnaissance et la mise en place de l'AOP. Cette démarche a permis de maintenir, voire d'accroître les différents marchés pour Le Gruyère AOP, mais surtout apporte un avenir pour une filière et sa zone entière. Si le travail lié à l'élaboration de ce nectar reconnu par tout un chacun n'est pas chose aisée, il a au moins le mérite de donner des perspectives à ceux qui le fabrique quotidiennement au contraire de bien des secteurs actuellement à la peine. A chacun de relever ce défi afin de pouvoir fêter sereinement les 30 ans de l'AOP en 2031 en même temps que les 10 ans du Centre de lait cru de Grange-neuve dont Le Gruyère AOP a été l'un des moteurs.

Philippe Bardet
Directeur de l'IPG

20 Protégé par l'AOP depuis 20 ans.
Seit 20 Jahren AOP-geschützt.
Tutelato dall'AOP da 20 anni.
LE GRUYÈRE
SWITZERLAND



Une belle distinction vaudoise pour la fromagerie de Grandcour

Le Gruyère AOP de la fromagerie de Grandcour a été désigné comme le fromage d'excellence du gouvernement vaudois pour l'année 2021. Fabriqué sous la conduite du fromager Jean-Daniel Jäggi, ce Gruyère AOP devrait être servi lors des réceptions officielles de cette année, avec le nouveau vin d'honneur du Conseil d'État. Il s'agit du millésime 2019 du Domaine de Autecour, AOC la Côte, propriété de la famille Schenk.

« Pour le moment, pandémie oblige, les commandes pour les réceptions officielles ne sont pas nombreuses, sourit M. Jäggi. Mais c'est tout de même une belle reconnaissance du travail accompli par les producteurs de lait et par notre fromagerie. De plus, en décembre dernier, les médias ont mis en valeur cette distinction et nous avons gagné de nouveaux clients. »

Comme tous ses concurrents pour la distinction vaudoise, le Gruyère AOP de Grandcour a obtenu une moyenne supérieure à 19 points lors des taxations entre mai 2019 et avril 2020. Les raisons de ce succès ? Il y a de nombreux facteurs qui entrent en ligne de compte. Mais Jean-Daniel Jäggi est convaincu de l'importance d'avoir une bonne communication avec ses huit producteurs : « Il y a plus de vingt ans que je travaille ici. On a pu créer une relation de confiance entre nous. J'ai la chance qu'ils viennent livrer leur lait deux fois par jour. On a un contact personnel. S'il y a un problème, on en parle rapidement. »

C'est en 1997 que M. Jäggi a commencé à travailler à l'ancienne fromagerie de Grandcour. En 2002, il accueillait les producteurs de Delley et Chevroux. C'était une opportunité pour la Société

de laiterie d'envisager une nouvelle construction. Trois ans plus tard, une fromagerie flambant neuve était inaugurée. M. Jäggi est pleinement satisfait de son outil de travail. « La seule chose qu'on n'avait pas prévue, observe-t-il, c'est le succès toujours croissant du magasin attenant. La vente locale est devenue conséquente, et aussi en été puisqu'on livre dans les campings du bord du lac. Nous aurions dès lors pu avoir un local de préparation un peu plus grand pour les yoghourts et le beurre notamment. »

La fromagerie de Grandcour fabrique 304 tonnes de Gruyère AOP annuellement. « C'est un métier de passion, se réjouit M. Jäggi. Quand on a du bon lait, il faut être méticuleux. Mais, comme c'est un produit vivant, on n'est jamais à l'abri d'un couac. » Heureusement, ses quatre collaborateurs pour la fabrication forment une belle équipe en qui il a confiance.

Il y a une douzaine d'années, ne trouvant pas d'ouvrier qualifié, il a fait des recherches à l'ORP qui lui a proposé Benjamin Ozoekwe Chijioke, lequel ne connaissait rien au fromage. Toutefois, ce jeune nigérian s'est très vite adapté, tant et si bien qu'il a fait son CFC de fromager. Il est aujourd'hui son second. « C'est un beau chemin qu'on a fait ensemble et il s'entend très bien avec les producteurs de lait. Par la suite, j'ai aussi engagé Monsieur Aubert Atiogbe, originaire du Togo, à nouveau par le biais de l'ORP, parce que j'estime qu'on a tous droit à une chance. Et ça se passe très bien. »

Le fromager envisage l'avenir avec sérénité. « Nous avons eu une belle évolution ces dix dernières années. Nous allons tout faire pour la maintenir. » Jean-Daniel Jäggi s'engage aus-

si au sein du comité des fromagers romands. Il aime les échanges avec ses collègues. Ensemble ils se battent par amour du métier et pour que ses valeurs perdurent.

LE GRUYÈRE
SWITZERLAND



Mathias Mayor

La satisfaction de produire du bon lait pour le Gruyère AOP

Mathias Mayor est le président de la Société de laiterie de Grandcour et environs. Ce producteur de lait est en train de reprendre à lui seul le domaine qu'il exploite avec son père depuis 29 ans.

L'exploitation agricole sise à Ressudens dans la commune de Grandcour appartient depuis de nombreuses générations à la famille de Mathias Mayor. « A seize ans, je me suis tourné naturellement vers notre domaine, se souvient-il. J'ai fait mon école d'agriculture, puis je suis venu travailler sur la ferme. Je suis attaché à la pérennité, au patrimoine familial. De plus, j'aime beaucoup le bétail. »

M. Mayor a d'abord travaillé dans l'ancienne ferme avec son père. Ils avaient à l'époque 25 vaches et cultivaient des céréales et du tabac. « Nous étions à l'étroit dans l'étable, mais c'était assez fonctionnel. »

Il y a 20 ans, Mathias a repris le domaine d'un cousin de la famille et s'est associé avec son père. Ils ont conclu une communauté d'exploitation. Comme ils étaient sur un seul site, son père lui a accordé un droit de superficie inscrit au Registre foncier. Ce statut leur a convenu à merveille.

Ensemble, ils ont fait construire une nouvelle ferme. Ils ont actuellement une cinquantaine de vaches en stabulation libre. Le travail ne manque pas, mais ils sont bien équipés. « C'est une amélioration notable pour nos bêtes, constate-t-il. Elles ont davantage de mobilité et d'exercice. Elles sont donc moins stressées. Cela se ressent sur la qualité du lait, tout comme l'affouragement. Je suis convaincu que c'est un plus pour le produit fini. »

Mathias Mayor aime prendre soin de ses bêtes. « C'est important d'avoir une affaire qui tourne économiquement. C'est tout aussi important d'avoir du plaisir dans le travail. Quand la vache se porte bien, qu'elle fait un veau, qu'elle a du bon lait et que les résultats des analyses faites à la fromagerie sont bons, c'est une grande satisfaction. En revanche, quand une bête est malade et qu'on doit l'abattre, c'est dur. Mais quand on a des animaux sous sa responsabilité, ça fait partie de son travail ».

Avec les années, l'exploitation a abandonné le tabac et ne fait plus que du blé, de l'orge, du maïs et de la prairie pour les vaches. Mathias Mayor se concentre principalement sur le bétail, tandis que son père qui est à la retraite donne des coups de main. « Je me souviens de l'époque où nous étions encore une vingtaine de couleurs dans le village. Aujourd'hui, il reste 8 sites de production, 5 à Grandcour, 3 entre Chevroux et Delley. Et comme le quota est resté le même, le dimensionnement à la hausse des exploitations a suivi la diminution des producteurs. »

Il y a un peu plus d'un an, M. Mayor a accepté de prendre la présidence du comité de la Société de laiterie de Grandcour et environs. « Avec la diminution du nombre de producteurs, j'ai estimé que je devais accepter de m'engager. » Il était déjà président lorsque le Gruyère AOP de la fromagerie de Grandcour a été désigné comme le fromage d'excellence du gouvernement vaudois pour l'année 2021. « Cette distinction m'a fait plaisir, lance-t-il. Je ne travaille pas pour gagner des prix, mais c'est tout de même une belle reconnaissance du travail des producteurs et des fromagers. »

Pierre-André Barras

Pierre-André Barras, l'alpage dans son ADN

Depuis l'âge de 8 ans, à l'exception d'une année, Pierre-André Barras passe tous ses étés à l'alpage Le 3^e des Groins, sur la commune de Gruyères, à 1350 mètres d'altitude. Le lieu est magnifique avec une vue imprenable sur Vounetz au-dessus de Charmey, les Dents vertes, le massif de la Hochmatt notamment. A tel point que, lors d'une visite de courtoisie en période de chasse, le vétérinaire cantonal s'est exclamé : « Vos cochons ont la plus belle terrasse du canton ! ».

Les six premières années, Pierre-André les passe comme garçon de chalet avec Paul Privet le garde génisse. Il a tout de suite apprécié la vie quotidienne à la montagne. Il rentrait les bêtes, s'occupait du bois, enlevait les chardons. Puis ils ont commencé à alper quelques vaches et pour valoriser le lait ils se sont mis à la fabrication du Gruyère d'Alpage AOP. « Petit à petit, j'ai commencé à donner des coups de main pour la fabrication, se souvient-il. C'était la période où ont été mis en place les quotas. Puis j'ai pris la relève. C'était en 1979. »

Cet été-là, il avait 16 ans et Christophe Gremaud, le garçon de chalet, en avait 12. Toute la matinée était occupée à la fabrication du Gruyère d'Alpage AOP. Le premier s'occupait des choses techniques de la fabrication, et le second du brassage à main du Gruyère d'Alpage AOP, ainsi que de la quarantaine de têtes de bétail, vaches comprises. Avant de monter, Pierre-André avait passé trois jours dans une laiterie pour parfaire ses connaissances. Puis, les trois premiers jours à l'alpage, un conseiller était venu mettre en route la fabrication. L'été s'était bien passé.

A l'époque, durant la saison à l'alpage il fabriquait une centaine de petites meules pas vraiment officielles. « Je peux le dire aujourd'hui, il y a prescription, lance-t-il en souriant. Qui ne l'a pas fait ! L'inspecteur le savait, mais il disait que c'était pour notre consommation privée. On était une grande fa-

mille et on aimait le fromage. Mais on aurait eu du mal à tout manger... »

Depuis leurs plus jeunes âges, les quatre enfants de Pierre-André s'occupaient des vaches et des génisses, tandis que Pierre-André fabriquait les Gruyère d'Alpage AOP, le Vacherin fribourgeois AOP d'alpage, le sérac et les tommes de chèvre, avec un soin tout particulier et une attention aux moindres détails. Aujourd'hui, Cédric, l'un de ses enfants, est même devenu agriculteur.

André et Jacques, le père et l'oncle de Pierre-André ont eu l'opportunité d'acheter cette montagne en 1959. La famille Barras exploite également depuis 2000 le 4^e des Groins et les Matzru, qu'elle loue à l'Ecole d'agriculture de Grangeneuve. Ces vastes prés offrent au bétail une flore riche et variée qui donne un goût inimitable à son Gruyère d'Alpage AOP. En outre, les différentes transformations personnelles ainsi que la mise aux normes exigée par le Service de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires ont aussi contribué à la qualité de ses fromages et ont facilité le travail : intégrer un brasseur électrique et une presse pneumatique, acquérir des chaudières plus grandes, poser des panneaux solaires, refaire des parois, le fond du trintsâbyo (local de fabrication), une cave à fromage, les captages d'eau et, cette année, poser la traite directe. Pas étonnant dès lors qu'au fil des ans, Pierre-André Barras a gagné une médaille d'or pour son Gruyère d'Alpage AOP, pour son Vacherin fribourgeois AOP d'alpage et même pour son sérac au concours organisé pour le 100^e anniversaire de la société d'économie alpestre fribourgeoise.

L'an passé, Pierre-André Barras a fabriqué 165 meules de Gruyère d'Alpage AOP et 2 tonnes de Vacherin Fribourgeois AOP d'Alpage. Il en a toujours un peu au chalet ainsi qu'à Pensier pour la vente directe. L'été dernier, de très nombreux promeneurs se sont arrêtés pour en déguster et lui en acheter.



© Aliénor Held

Etienne Aebischer

Gros plan sur la fromagerie Gourmande de Montricher

Vous l'avez peut-être vu dans un spot vidéo à la TV, au cinéma ou sur Internet ou encore sur une affiche dans une des grandes villes de Suisse. Etienne Aebischer, patron de la Fromagerie Gourmande à Montricher, participe à la campagne publicitaire pour le Gruyère AOP, à l'enseigne de l'IPG. Ce fromager et son équipe sont devenus acteurs le temps d'un tournage.

L'équipe de tournage était composée de 15 personnes : 2 régisseurs étaient installés au restaurant, 1 maquilleuse dans le local de réunion et 9 professionnels dans la fromagerie pour l'image, le son, la lumière et la réalisation ainsi que 3 membres de l'IPG « C'était une belle expérience de voir comment ces professionnels travaillent, se souvient Etienne Aebischer. Ils ont bien su s'adapter à nos conditions de travail, avec les vapeurs, l'humidité. Par moments, ils nous ont demandé d'adapter nos gestes pour avoir de belles images. Nous étions impressionnés par le nombre de professionnels durant deux jours pour réaliser deux spots, l'un de 30 secondes pour la TV et l'autre de 50 secondes pour le cinéma. Nous, on est 6 pour transformer 5 millions de kg de lait », sourit-il !

Ces spots ont été tournés dans la fromagerie Gourmande construite en 2015, suite à la fusion des sociétés de laiterie d'Apples, de Ballens, de Mont-la-Ville et de Montricher au Pied du Jura. La nouvelle construction est ambitieuse, puisqu'elle comporte la fromagerie, la cave qui peut accueillir jusqu'à 6000 meules, un magasin et un restaurant. La Société a pu profiter des aides dans le cadre du Plan de développement régional agricole. M. Aebischer, qui a pu choisir toute la chaîne de production lors de la construction du bâtiment, est aussi, depuis 2019, responsable du magasin en compagnie de

son épouse, tandis que Christophe Pingoud, un indépendant, exploite le restaurant depuis 2020.

Etienne Aebischer a 5 collaborateurs pour la production et 2 chauffeurs à temps partiel pour aller chercher le lait chez les 18 producteurs. Son père, fromager à la retraite, vient donner des coups de main 2 à 3 fois par semaine ; c'est lui qui a transmis sa passion à Etienne. Son épouse et 3 vendeuses sont au magasin. « Avec ma petite équipe, l'aménagement du temps de travail est devenu plus facile. J'ai congé un week-end sur deux. C'est agréable. Mon père, lui, travaillait 7 jours sur 7. Heureusement, les temps changent. C'est important si l'on veut attirer des jeunes dans cette profession ! »

« J'ai aussi de la chance, parce que j'ai des producteurs motivés, qui assurent une bonne qualité du lait, précise-t-il. Ils sont réactifs. Quand il y a un problème, ils cherchent tout de suite des solutions avec les conseillers de traite. » Cet amour du travail bien fait, de la production de lait à la fabrication du fromage, a été plusieurs fois récompensé.

Etienne Aebischer a obtenu une médaille d'or pour ses Gruyère AOP produits entre 2014-2019 et affiné par Fromco. Il fait ainsi partie des meilleurs fabricants de notre produit. En 2020, son Gruyère AOP a aussi été choisi par le Conseil d'Etat vaudois comme fromage d'excellence.

Mais l'expérience lui a montré que personne n'est à l'abri de mauvaises surprises. Une hygrométrie (humidité dans l'air) qui baisse de 0.5 à cause d'un climatiseur et il faut trouver une solution au plus vite. Etienne Aebischer, qui est également taxateur pour la filière, aime relever des défis.

Il défend au quotidien ce métier et mise sur la qualité pour transmettre les saveurs du Gruyère AOP aux consommateurs d'ici et d'ailleurs.

LE GRUYÈRE
SWITZERLAND 



William Berthoud

© Aliénor Held

Assurer la relève, une tâche essentielle pour William Berthoud

William Berthoud est président de la Société de laiterie de Semsales, dont le Gruyère AOP a été désigné comme fromage d'excellence 2021 par le Conseil d'Etat fribourgeois. Ce producteur de lait exploite le domaine familial qu'il a repris de son père et avant lui de son grand-père. Il élève quelque 60 vaches.

« Je crois en l'adage *Qui n'avance pas, recule !* affirme, résolu, M. Berthoud. Que ce soit comme président de la société de laiterie ou comme producteur, j'ai à cœur d'avancer avec mon temps, de moderniser, tout en restant en lien étroit avec la tradition familiale et le transfert de génération en génération, si c'est possible. » Il n'est donc pas étonnant que le domaine familial ait subi plusieurs transformations au fil des ans. En 1979, son père a modernisé l'écurie des vaches et en 2011, William a fait le grand pas en misant sur la stabulation libre lorsqu'il a eu l'occasion d'agrandir l'exploitation. Avec l'augmentation des surfaces de terrain, c'était une bonne façon de faciliter le travail.

M. Berthoud a travaillé durant de nombreuses années avec son père et un apprenti. Aujourd'hui il exploite son domaine avec deux apprentis. Depuis ses débuts, il en a formé 28. Une activité à laquelle il tient pour que le métier se perpétue. De plus, il aime ce contact avec les jeunes. « Ils sont tous différents. Il faut les écouter et les prendre comme ils sont pour qu'ils puissent donner le meilleur d'eux-mêmes. Certains aiment mieux le bétail, d'autres les machines. » M. Berthoud a ainsi formé des filles et des garçons, des jeunes de la région et d'autres de Suisse alémanique ; certains ont 15 ou 16 ans, d'autres sont plus âgés et viennent faire chez lui une deuxième formation.

Durant 16 ans, William Berthoud a fait partie de la commission de formation. Il connaît donc parfaitement les connaissances exigées de la part des

apprentis. « Il faut les prendre au stade où ils en sont et les faire évoluer. Il est essentiel de les voir progresser au cours de l'année. S'ils ne sont pas du milieu agricole, il faut partir de la base. Sinon je vais un peu plus dans les détails. S'ils viennent de Suisse allemande, je leur parle allemand jusqu'à Noël et après, je ne sais pourquoi, j'oublie cette langue, précise-t-il, le sourire aux lèvres. »

William Berthoud met l'accent auprès de ses apprentis sur l'hygiène. C'est d'autant plus facile avec la stabulation libre et les salles de traite. « On pourrait croire qu'il n'y a pas de rapport. Et pourtant, avec de l'espace, des locaux aérés et lumineux, indirectement ça aide à avoir une meilleure hygiène. Et c'est évidemment très important pour la production de lait destiné au Gruyère AOP. »

Les apprentis vivent dans la famille durant les trois ans de formation et c'est Noémie, l'épouse de William, qui s'occupe de l'intendance et surtout de l'accueil et de l'encadrement de ces jeunes. « En fait, ils font partie de la famille. Nous les incluons dans les activités de loisirs, à condition bien sûr qu'ils en aient envie. De mon côté, je remplace un peu leur maman. S'ils ont une grippe ou une blessure, je suis là pour prendre soin d'eux. Pour certains, je suis aussi une confidente. Je m'adapte à leurs besoins et j'apprécie beaucoup ce rôle. »

Chez les Berthoud, la relève est assurée. Le fils Rémy fait actuellement un apprentissage d'agriculteur et la fille Adeline veut devenir ingénieure agronome. « Nous les avons toujours laissés totalement libres quant à leur choix professionnel. C'est eux qui ont naturellement marqué de l'intérêt pour l'agriculture et qui ont fait ce choix. Ce qui nous procure un grand bonheur ! », s'exclament en chœur Noémie et William.



Authenticité et proximité au cœur de l'identité du Gruyère AOP

Les Gruyère AOP de la fromagerie de Semsales ravissent les convives des réceptions gouvernementales du canton de Fribourg durant toute l'année 2021. En effet, le Conseil d'Etat a remis la distinction du meilleur Gruyère AOP au fromager Manu Piller qui travaille étroitement avec son fils Loïc ainsi qu'avec deux ouvriers et un apprenti. Ils fabriquent 220 tonnes de Gruyère AOP par année.

Manu Piller regorge d'idées et d'énergie et il ne craint pas de retrousser ses manches pour défendre le fromage qu'il aime tant ! En 1997, il a participé à la création de l'Interprofession du Gruyère. Aujourd'hui, il est toujours impliqué dans les décisions, en tant que délégué. Quand on lui demande ce qu'il veut apporter, sa réponse est immédiate : « Aujourd'hui, on veut toujours amener du nouveau. Moi j'estime qu'il faut avant tout consolider ce que nous avons mis en place, puisque nous avons une structure qui tient la route. Quand on va trop vite, on a de la peine à gérer. On doit être à l'écoute, vivre avec le monde moderne, mais pas courir derrière. Surtout que l'identité de notre Gruyère AOP repose sur son authenticité, sa proximité et non sur la mondialisation. »

Depuis que Manu Piller a repris la fromagerie de Semsales en 1994, les locaux ont bien changé. En 2000, les caves ont été remises à neuf ; en 2015, la laiterie a été vidée pour être entièrement refaite. Elle a cessé ses activités durant les six mois de travaux. C'est à ce moment-là que son fils Loïc l'a rejoint : « Il est arrivé au bon moment. Il a pu participer aux transformations et aux choix des installations. J'en ai profité pour lui transmettre un peu le flambeau. Quand on a repris les activités de la fromagerie, il était à l'aise avec la nouvelle infrastructure. Il a pu prendre naturellement le lead et trouver sa place. »

Commencer à travailler avec son fils, c'est évidemment un grand bouleversement, même si c'est un grand bonheur. Chacun doit trouver ses

marques et sa place. Chacun doit s'adapter : « Je m'y étais beaucoup préparé. Mais ça ne s'est pas passé comme je l'avais imaginé. Pas moins bien, mais différemment. Il a la chance d'avoir la fougue de la jeunesse et de mon côté j'ai derrière moi des années d'expérience. Nous avons beaucoup appris en confrontant nos points de vue et chacun a mis de l'eau dans son vin. Aujourd'hui tout se passe au mieux et j'ai une certaine fierté de partager cette passion avec mon fils. »

Pour miser sur la qualité de ses Gruyère AOP, Manu Piller tient à maintenir un lien fort avec ses partenaires, les producteurs de lait. Autant quand tout va bien que lorsqu'il y a un souci : « Si j'ai un problème le matin avec un lait qui a été livré, je vais en fin de journée avant la traite chez le producteur concerné. Je fais des analyses et nous essayons de régler le problème ensemble, sans commencer par parler de pénalités, ce qui ne résoudrait rien. J'ai la chance d'avoir du répondant. Ils apprécient ma manière de faire. »

Manu Piller accueille fréquemment des groupes de visiteurs pour leur présenter le travail à la fromagerie et à la cave et bien sûr pour une dégustation « Ouvrir nos portes, c'est la meilleure publicité que l'on puisse faire. Après une visite dans une fromagerie, si un consommateur se retrouve devant un étal avec une cinquantaine de fromages, il sera attiré par le Gruyère AOP, puisqu'il a gardé en mémoire les valeurs de notre pâte dure. »

D'ici quelques mois, Manu Piller pourra encore mieux recevoir ses visiteurs, puisqu'il vient d'acquérir un bâtiment en face de son magasin tea-room. Il se trouvait un peu à l'étroit. Il le rénove actuellement pour en faire un magasin tourné vers la vente de produits locaux, un restaurant et un caveau pour les visiteurs. Un nouveau défi pour ces prochaines années !



Jean-Marc Chappuis

© Aliénor Held

Les AOP ne sont pas des pièces de musée

Jean-Marc Chappuis est directeur suppléant de l'Office fédéral de l'agriculture. A l'époque de la mise en place de l'AOP, il œuvrait à l'Institut d'économie rurale de l'EPFZ. Avec ses collègues Dominique Barjolle et Martine Jaques-Dufour, ils ont travaillé sur la protection des produits du terroir et l'organisation des filières. M. Chappuis a ensuite été secrétaire de la commission qui a mis sur pied l'OIC, l'organisme intercantonal de certification, qui garantit la conformité du produit au cahier des charges.

Pourquoi a-t-on ressenti le besoin de protéger les produits du terroir ?

L'idée de protéger les noms géographiques de produits alimentaires est vieille de plusieurs siècles. C'est que la tentation d'imiter, de contrefaire ou d'usurper ces produits a toujours été forte. Le risque de généricité est un autre problème. Cela survient quand un produit devient suffisamment commun pour que son nom soit associé à un type de fromage, une recette. Ce risque a existé en France pour le nom «gruyère» qui était attribué à un grand nombre de fromages à pâte dure. C'est encore partiellement le cas de l'emmental dont le nom n'est pas formellement protégé en Europe par la reconnaissance mutuelle.

C'est donc sur ces constats qu'est né le besoin de créer les AOP. A cela, il faut ajouter un autre atout de l'Appellation d'Origine Protégée : elle permet d'organiser la gestion

commune du produit et d'assurer sa réputation. L'AOP est un bien collectif et un atout économique, partagés par toutes les entreprises qui utilisent le même nom.

Pour la filière du Gruyère, c'est évidemment de la première importance. Songez que sous la bannière de l'AOP se réunissent 1800 producteurs de lait, 154 fromageries, 57 alpages et 11 affineurs. Toutes ces entreprises ont des objectifs communs : assurer la réputation du Gruyère AOP en produisant un fromage de haute qualité et, en même temps, se protéger contre les imitations et les usurpations du nom.

Au moment du lancement du Gruyère AOP, en 2001, la Comco, la Commission de la concurrence, a jugé de manière critique les activités de l'interprofession. Elle se posait la question de l'entrave à la concurrence.

En matière de concurrence, l'élément déterminant, c'est la taille du marché de référence. Soit l'espace où se joue la concurrence. Pour le Gruyère AOP, il s'agit au moins du marché européen, puisqu'on a un libre marché entre l'UE et la Suisse pour le fromage. Or, le marché du fromage européen est extrêmement vaste; les concurrents sont très nombreux. On trouve des dizaines, voire des centaines de fromages à pâte dure en Europe, lesquels sont des concurrents directs du Gruyère AOP qui ne fait pas 1% du marché total. Il n'y a ainsi aucune possibilité pour la filière du Gruyère AOP de faire monter artificiellement les prix, ce qui constituerait effectivement une entrave à



la concurrence. Maintenant, si les prix augmentent parce que ce produit est de qualité et que les consommateurs le recherchent, c'est autre chose ! C'est la loi de l'offre et de la demande.

Selon vous, est-ce qu'on est au bout du processus de la mise en place des AOP?

Le dispositif de protection est mûr et efficace. L'enregistrement du cahier des charges et la protection du nom ont été des étapes déterminantes. Mais ce n'est pas terminé. Les AOP, ce ne sont pas des pièces de musée. Ce sont des produits qui doivent se maintenir du point de vue économique, dans des marchés très dynamiques où la concurrence peut être forte. Ainsi, le produit et son environnement continuent à évoluer. Certaines innovations techniques surgissent, comme les robots de cave chez les affineurs ou les robots de traite chez les producteurs. Il est important de se demander s'il faut les adopter ou non. Mais si les évolutions technologiques sont trop importantes, il y a un risque que les consommateurs avertis ne reconnaissent plus leur fromage. Et ils le feraient savoir, avec le risque d'entacher la réputation acquise au travers des ans.

La fabrication de ce produit de qualité qu'est le Gruyère AOP reste donc un processus dynamique, dans lequel la composante traditionnelle reste essentielle.

Dans ce contexte, il est important d'intégrer également les attentes de la société. Elles peuvent évoluer, par exemple en lien avec l'environnement ou la protection des animaux. Par exemple, le fait que les vaches sortent, c'est important au niveau de l'image. Si elles restaient enfermées toute la journée - comme

c'est le cas dans certaines appellations – l'impact sur l'image d'un produit comme le Gruyère AOP serait certainement très négatif.

Le cahier des charges peut évoluer, dites-vous. Pourtant en 20 ans, il n'a guère changé !

Au départ, la filière avait un grand besoin de stabilité. Le problème d'usurpation et d'imitation était bien réel, mais il n'était de loin pas le seul. Le risque d'industrialisation du produit était grand. Des tentatives en Suisse alémanique avaient déjà eu lieu. Ce fait a été une des principales causes de la mobilisation en Suisse romande. Et, aujourd'hui, le spectre de l'industrialisation reste dans les mémoires. Et la volonté de protéger le modèle artisanal demeure très forte. C'est sans doute pour cela que le cahier des charges est pratiquement resté le même.

Il faut bien se rendre compte que la mise en place de l'AOP du Gruyère a été un réel combat. Il y a eu des discussions acharnées. Les points de vue étaient très divergents entre les différents acteurs de la production de fromages en Suisse, mais aussi au sein de la filière.

Finalement, les intérêts liés au produit ont prévalu sur les intérêts particuliers des entreprises. Chacun s'est rendu compte que produire du Gruyère AOP, ce n'est pas juste un droit, mais qu'il y a aussi une responsabilité et un engagement collectifs. Cette dimension patrimoniale et culturelle a été très forte chez ceux qui sont à l'origine de l'AOP du Gruyère. Il est essentiel qu'elle reste au centre des débats entourant l'avenir du Gruyère AOP.



Jacques Chavaz

L'AOP pour protéger le nom et garantir la qualité

Jacques Chavaz a été directeur suppléant de l'OFAG de 2002 à 2014. A ce titre, il était responsable des marchés, et notamment de la promotion de la qualité. Il a aussi conduit la délégation suisse dans les négociations avec l'Union européenne et à l'OMC pour les produits agricoles. Jacques Chavaz a ainsi été au cœur de la négociation qui a débouché sur la reconnaissance européenne des AOP suisses et singulièrement du Gruyère AOP.

Lorsque je suis arrivé à l'Office fédéral de l'agriculture, le Gruyère venait d'obtenir son inscription au registre des AOC. Restait à travailler sur la mise en œuvre. Entre l'IPG et l'OFAG, nous avons réussi à travailler de façon proche et cohérente pour résoudre les nombreuses questions qui se posaient. Le Gruyère n'était certes pas le premier produit à obtenir l'AOC, mais c'était de loin la plus grande organisation mise en place. Il fallait par exemple procéder aux réglages fins du cahier des charges et de la certification. Il fallait garantir une appréciation uniforme de la qualité, remettre à l'ordre certain membres de la filière qui ne respectaient pas scrupuleusement le cahier des charges et surtout assurer une bonne gestion des quantités. Ce dernier point a été déterminant. Jusqu'en 2007-2009, les producteurs avaient des contingents individuels. Par contre, certaines laiteries n'admettaient pas un regard extérieur sur la quantité de Gruyère produite. Avec l'AOC, la gestion est devenue stricte, dans l'intérêt commun de la filière. Il a donc fallu pas mal de travail pour convaincre chacun des atouts d'une production globalement limitée. Et à ce titre, l'IPG a fait un excellent travail.

Vous avez donc travaillé avec l'IPG pour les réglages fins de la filière, mais vous avez aussi négocié la reconnaissance des AOP-IPG au niveau international !

Effectivement. Nous avons travaillé à la reconnaissance des AOP suisses, à leur protection internationale, car, en matière de protection de l'origine, la perception et les règles étaient extrêmement hétérogènes. Et puis il y a eu les négociations au niveau européen pour arriver à la reconnaissance mutuelle des AOP et IGP. Et je dois dire que, dans ces discussions, le Gruyère a souvent occupé une place importante. Cela fut un travail long, souvent difficile, mais passionnant : nous avons eu une phase exploratoire qui a duré deux ans durant laquelle nous avons déblayé le terrain. Et il a fallu deux ans encore pour arriver au but.

L'essentiel, c'est qu'au bout du compte, nous avons réussi à mettre de l'ordre dans ce domaine très sensible des appellations protégées.

Quels étaient les éléments qui freinaient l'émergence d'un accord sur les AOP-IGP ?

Le projet était novateur, il n'y avait pas de modèle d'accord qu'on aurait pu sortir d'un tiroir. Nous avons donc cherché les bonnes formes juridiques pour arriver aux bons mécanismes de mise en place et de mise à jour. La protection mutuelle des AOP-IGP est par définition un domaine qui bouge. On ne peut pas fixer un état à la date X. Par exemple, au moment des négociations, l'UE enregistrait 100 à 200 nouvelles AOP et IGP par année et chez nous 2 à 3. Il fallait donc trouver un mécanisme qui reflète cette réalité.



Ensuite, nous avons œuvré pour bien identifier les problèmes et chercher des solutions concrètes. Par exemple, comment faire lorsque la même dénomination se retrouve de part et d'autre d'une frontière ? Le Gruyère était typiquement dans cette situation. Le problème était complexe : les Français tenaient à garder cette dénomination, car ils l'utilisaient depuis longtemps. Heureusement, ils avaient commencé à mettre de l'ordre dans leurs appellations. Il y a 30 ans, quasi tous les fromages à pâte dure étaient appelés Gruyère, y compris le Comté ou le Beaufort. Dans la mise en place de leurs propres AOP, les Français avaient instauré l'AOP du Comté et du Beaufort. Mais ils voulaient aussi garder le nom de Gruyère pour un fromage fabriqué non loin de notre frontière commune. Ils avançaient une certaine légitimité historique... puisque, à l'origine, ces fromages ont été produits par des fromagers suisses émigrés en France. Ces Gruyère français n'étaient donc pas des fromages nouveaux produits industriellement. Le compromis a finalement été trouvé avec la dénomination « Gruyère-France IGP », la Suisse gardant l'exclusivité de l'AOP et de la dénomination « Gruyère » sans complément géographique. Le « Gruyère-France IGP » a aussi la spécificité d'avoir des trous.

Les appellations protégées fonctionnent en Europe, mais pas aux Etats-Unis. Pourquoi ?

Simplement parce que, hormis la Grande-Bretagne (à cause de son passé dans l'UE), le monde anglo-saxon n'est pas un grand fan des AOP. La protection publique des dénominations y est plutôt mal vue. Les Anglo-Saxons croient à la prééminence des marques portées par des entreprises privées. Sans protection publique, des négociations directes, de pays à pays, ne sont pas possibles. Donc, il faut aborder ces questions sur d'autres bases. Par exemple, sur des accords liés indirectement aux marques. Pour que ces pays adoptent les AOP-IGP, il faudra encore plusieurs générations.

J'aimerais revenir sur le rôle d'observateur que vous aviez à la fin des années 90. Vous étiez membre de la direction à Grangeneuve et directeur de la fédération Holstein. A l'époque, considérant le caractère très indépendant des producteurs, vous pensiez qu'il était possible d'arriver à un consensus ?

Il y a eu des esprits visionnaires qui étaient acquis à l'idée d'arriver à une AOC et qui ont lancé la machine. Et puis l'apparition de la charte a donné un coup de fouet à l'institution de la filière.

Il faut dire que, du côté des producteurs, des fromagers et des affineurs, l'idée de produire un fromage de qualité était ancrée depuis longtemps. Il y a parfois eu quelques réticences face à un point ou un autre du cahier des charges. L'adhésion s'est faite progressivement. En fait, les principales difficultés émanaient de certaines entités industrielles qui avaient une autre vision du développement du Gruyère. En outre, comme par définition, une AOP doit avoir une délimitation géographique et historique cohérente. Il y avait aussi quelques problèmes du côté de la Suisse alémanique où certains se voyaient mal abandonner la production de ce fromage.

Un dernier mot ?

J'aimerais souligner un aspect sur lequel l'IPG s'est beaucoup investie et qui me paraît important dans la valorisation de l'AOP. Il s'agit de la marque visuelle du Gruyère AOP. L'IPG a réussi à l'imposer, non sans mal, d'ailleurs. Aujourd'hui, sur un emballage, cette marque domine les autres éléments liés au distributeur. Il aura fallu une forte ténacité pour y arriver. Mais je suis convaincu que la valorisation des AOP passe aussi par une image et une promotion communes fortes. L'authenticité et la qualité exceptionnelle du Gruyère AOP ne garantissent pas à elles seules son succès commercial dans le contexte concurrentiel et très changeant de la grande distribution.



Dominique Barjolle

Valoriser le lien entre **le produit et son terroir**

Dominique Barjolle a suivi de près le processus de mise en place de l'AOP pour le Gruyère. Après une thèse de doctorat qui compare l'agriculture suisse à l'agriculture française et après un travail de comparaison des AOP en Europe, cette chercheuse a collaboré à la mise en place du cahier des charges de notre pâte dure. Elle est co-auteur avec Stéphane Boisseaux du livre « La Bataille des AOC en Suisse » (PPUR, 2004). Elle jette ici un regard sur cette période de réflexion et de mutation.

Lors de la libéralisation du marché laitier, il est devenu indispensable d'adopter une nouvelle législation et de définir de nouvelles structures pour valoriser les produits fromagers et leur donner une meilleure chance auprès des consommateurs. Ainsi est apparue la nécessité de créer des filières et les AOP (à l'époque, nous parlions des AOC).

Dans notre travail de recherche, nous nous sommes approchés des responsables de différents produits pour analyser l'intérêt que pouvait représenter l'AOP. Puis, lorsque le produit avait un potentiel d'être reconnu, nous leur avons proposé une démarche et nous les avons aidés à établir leur cahier des charges.

Les acteurs du Gruyère ont-ils perçu tout de suite l'intérêt de s'engager dans une telle démarche ?

Ils ont très vite marqué de l'intérêt pour l'AOP. Entre autres, ils voyaient d'un mauvais œil le fait que l'Union suisse du commerce de fromage autorisait la production de Gruyère en dehors de son bassin traditionnel, et notamment en Suisse alémanique. Comme à l'époque l'Emmental était

confronté à des difficultés, les Alémaniques cherchaient à diversifier l'utilisation de leur lait. Ils se tournaient volontiers vers le Gruyère qui était plus porteur sur le marché.

Les acteurs du Gruyère avaient d'ailleurs déjà engagé une réflexion en constituant la « Charte du Gruyère » qui définissait une zone où le Gruyère était produit. Mais, au-delà de cette réflexion, ils étaient inquiets, car leur sécurité financière était mise à mal. Ils ne voyaient pas comment le commerce du Gruyère allait pouvoir se maintenir. Ils se sont alors inspirés d'un modèle un peu équivalent avec ce qui se faisait en Italie autour du Parmigiano et en France autour du Comté.

Donc la Charte du Gruyère a été abandonnée au profit d'une démarche AOP ?

Nous avons rapidement commencé à rédiger un cahier des charges sur l'AOP qui correspondait au règlement européen. Nous espérions que les grandes lignes seraient reprises par la législation suisse. Ce travail a duré plusieurs années.

La réflexion était-elle menée par les producteurs, les fromagers et les affineurs ?

Lors de la réflexion sur la Charte, il y avait aussi des représentants de l'Union suisse du commerce de fromage, de l'Union suisse des producteurs de lait (aujourd'hui SWISSMILK), de l'Union suisse des acheteurs de lait (aujourd'hui FROMARTE). Pour le cahier des charges, l'idée était de faire un groupe de travail plus restreint et de se recentrer sur les acteurs du territoire. Ceux-ci voulaient prendre leur autonomie, leur indépendance. Lors de nos



réunions, les faïtières suisses occupaient uniquement un siège d'invités.

C'est l'Union suisse du commerce de fromages qui s'opposait le plus à cette nouvelle législation sur les AOP. Car elle ne se voyait pas disparaître. L'interprofession du Gruyère (IPG) s'est faite, non pas contre elle, mais sans elle.

Concrètement, comment a été conçu le cahier des charges ?

Le but était de créer une plateforme de travail qui représente bien la diversité des régions et des métiers autour du Gruyère. Lors des échanges, c'est le produit qui devait guider les réflexions de chacun. Il ne s'agissait pas de chercher avant tout l'intérêt économique à court terme, mais de valoriser le lien entre le produit et son terroir d'origine.

En 1994, à l'Institut d'économie rurale de l'ETH, nous avons fait un travail à la demande de l'OFAG pour comprendre précisément et documenter le lien du produit au terroir. Ce travail mettait en évidence tous les éléments qui entraient en compte depuis la qualité du sol jusqu'à l'assiette du consommateur. A titre d'exemple, je peux citer les soins à la prairie, la composition floristique, la race et l'alimentation des vaches, les gestes quotidiens des producteurs de lait, le fait d'apporter un lait de haute qualité dans une fromagerie à proximité et de travailler avec du lait cru dans des délais courts, les gestes du fromager, la manière dont on écume le lait, dont on travaille avec la présure et surtout avec les levures dont le rôle dans la diversité des goûts liée au terroir est essentiel, les conditions d'affinage et j'en passe.

Pour les réflexions autour du cahier des charges, vous vous reposiez sur ce lien au terroir ?

C'était essentiel pour que les consommateurs et les experts dégustateurs retrouvent le goût typique du Gruyère. Nous étions convaincus que c'était la clé du succès, même du succès commercial. En axant sur la qualité et la typicité, le Gruyère pourrait conquérir de nouveaux marchés. C'était là notre message principal qui avait déjà fait la réussite d'autres produits en France, en Espagne... En revanche, si on avait cherché les intérêts économiques à court terme, on aurait scié la branche sur laquelle on était assis. On ne serait pas arrivés à garder l'identité du produit.

A noter que nous ne revendiquons pas une qualité intangible et immuable, elle peut évoluer. Si le climat change par exemple. Mais il faut conserver cette chaîne microbiologique qui se fait à plusieurs niveaux.

Les acteurs du Gruyère étaient-ils sensibles à ces arguments ?

Oui. Ils comprenaient les risques d'une uniformisation et d'une banalisation des goûts. Nous sommes dans des cantons viticoles, où on parlait déjà depuis un certain temps des terroirs pour le vin.

Les affineurs savaient reconnaître au palais de quelle fromagerie venait le Gruyère, s'il s'agissait d'un fromage d'alpage ou de plaine. Ils vivaient déjà cette notion de terroir tous les jours, en cave. Ils nous ont suivis dès le début.

Les fromagers étaient eux aussi très motivés. L'AOP était une reconnaissance incroyable de leur travail. Ils étaient moteurs dans les discussions autour de la création de l'IPG et du cahier des charges.

Les producteurs étaient moins proches de la filière. La plupart ne faisaient pas que du lait pour le Gruyère. A côté, ils produisaient peut-être de la viande, cultivaient des céréales, du tabac ou autre. C'était donc plus difficile pour eux de voir toute la chaîne de causalité entre leurs gestes de tous les jours et la finalité du produit. Mais, bien vite, ils ont compris que le Gruyère était pour eux une vraie ressource. On a la chance qu'en Suisse romande les producteurs de lait sont aussi propriétaires de la fromagerie, ce qui a facilité les choses. J'ai remarqué que plus ils étaient proches de leur fromager, plus ils s'impliquaient. Certains producteurs fribourgeois et vaudois sont devenus aussi des moteurs.

En un mot, quand vous regardez le chemin parcouru par le Gruyère ces vingt dernières années, qu'est-ce qui vous frappe ?

Le Gruyère AOP a été un moteur énorme pour toute l'agriculture en Suisse romande. D'autres fromages se sont par la suite rapprochés de cette notion d'AOP qui est devenue un pilier essentiel du prix du lait dans la région.



Frédéric Brand

© Aliénor Held

Protéger, toujours, sans appauvrir

Frédéric Brand, actuel directeur de l'agriculture, de la viticulture et des améliorations foncières à l'Etat de Vaud, a participé activement à la protection et à la reconnaissance de notre Gruyère AOP, face à la suppression de l'économie planifiée pour le marché laitier et au défi de la mondialisation. Dans le cadre de l'Office fédéral de l'Agriculture, il a participé à la dissolution de l'Union du commerce de fromages, avant de se consacrer au registre des Appellations d'Origine Contrôlée (AOC). Dans ce contexte, il a été au cœur des discussions et des négociations entre l'Etat, le politique et les acteurs professionnels. Les objectifs étaient multiples : déterminer la dénomination géographique, renforcer la compétitivité du Gruyère AOP et améliorer le revenu des producteurs notamment. Frédéric Brand se souvient :

Nous nous sommes rendu compte que nous ne pouvions pas débrancher l'économie planifiée sans proposer une autre organisation. Avec un marché complètement libre, le prix du lait aurait pu varier chaque jour. C'est ainsi qu'est née l'idée des interprofessions et de la protection des noms géographiques.

A ce moment-là, est-ce que le contexte européen incitait les acteurs suisses à se projeter dans l'avenir ?

Nous nous sommes effectivement inspirés de l'expérience des pays du sud de l'Europe. Mais l'évolution a pris du temps. Lorsqu'on a un prix et un écoulement garantis, on ne s'intéresse que très marginalement à la protection du

nom, de l'identité. C'est ce qui s'est passé durant un siècle, jusqu'à la fin des années 90.

En 1991, le registre européen des appellations a été mis sur pied. Un an plus tard, les Suisses refusaient d'entrer dans l'Espace Economique Européen (EEE). Le dossier s'est alors figé, avant de ressortir en 1995.

A-t-on déjà senti à ce moment-là l'intérêt que pourraient avoir les consommateurs pour ce qui est local, du terroir ?

Non, nous n'avons pas cherché à être des pionniers du local. Nous voulions mettre sur pied une organisation collective qui réunit les acteurs du Gruyère. Puis nous voulions protéger ce nom sur le marché suisse pour commencer, européen ensuite.

Il y avait à l'époque une ordonnance sur la dénomination administrative des fromages (sans aire géographique), tels que le Gruyère, l'Emmentaler, le Sbrinz. Cette ordonnance allait disparaître. Il fallait donc concevoir un nouveau système, créer une interprofession, définir le nom selon les règles de l'UE que nous avons reprises.

A ce moment-là, il y avait donc des règles plus souples, moins strictes qui définissaient le Gruyère. Alors, lesquelles choisir pour créer un cahier des charges ?

La règle de base était – et reste – la suivante : nous devons toujours protéger sans appauvrir. Dans la définition d'un produit, en général il y a 4 ou 5 points fondamentaux. Si vous arrivez à les définir, vous caractérisez toute la filière et le produit final.



Pour le Gruyère, Le cahier des charges du Gruyère AOP est vaste et exigeant. Mais on peut citer en particulier les points fondamentaux suivants :

- Le lait provient de producteurs attirés aux fromageries, dans un rayon de 20 kilomètres au maximum.
- La préparation et la distribution d'ensilages de toutes espèces sont interdites.
- Le lait est soumis à l'action des levains d'exploitation et de présure.
- L'affinage doit se faire en cave humide, durant au moins cinq mois, dont trois au moins dans l'aire de production.

On peut imaginer que les discussions ont été vives sur certains points.

Je me souviens notamment de disputes autour de la durée d'affinage du Gruyère ainsi que du rayon de collecte du lait avec la livraison 2 fois par jour. Derrière ces thèmes, il y avait des arguments de coûts et d'identité.

Lors des discussions autour de l'AOC, pour n'importe quel produit alimentaire, il y a toujours deux éléments importants : l'eau et le temps. Lors de la fabrication d'un produit, si vous faites tout le processus rapidement et avec beaucoup d'eau, vous gagnez davantage. Si vous faites un fromage au levain et que vous l'affinez 8 mois, financièrement c'est plus difficile de s'en sortir.

Lorsqu'on change un processus de fabrication, il y a toujours le risque de ce que l'on appelle *la dérive du produit*. Vous changez un point, par exemple vous décidez de ne livrer le lait qu'une fois par jour, cela ne va pas changer la face du monde. Mais, vous devrez alors refroidir le lait à 4 degrés. Vous favoriserez ainsi une autre flore dans le lait. Et là, vous aurez des conséquences sur la qualité du produit.

Quand vous discutez de certains points qui vont être enregistrés dans le cahier des charges AOC, vous sentez qu'il y a de l'émotion, un combat entre les traditionnels et les progressistes, entre la différenciation et la banalisation. Pour prendre une décision de changement, le point central est de définir collectivement les éléments de typicité, pour lesquels nous devons rester fermes.

Si on compare avec l'Allemagne, le nombre de fromageries a été divisé par 300. C'est l'aboutissement d'un processus d'évolution industriel très fort qui s'explique par le fait qu'il n'y avait sans doute pas de définition collective.

L'organisation de l'IPG était-elle un garde-fou pour éviter de perdre les éléments de typicité ?

L'ordonnance sur les interprofessions et l'ordonnance sur les AOC sont les 2 bases légales

qui ont légitimé la création de l'Interprofession, avec le principe de l'unanimité des 3 collèges : pour qu'une décision se prenne, une majorité des délégués des producteurs, une majorité des délégués des fromagers et une majorité des délégués des affineurs doivent accepter la proposition. Cette organisation est importante pour la cohésion et pour le maintien de la qualité du Gruyère AOP.

Un autre point d'achoppement a été la protection du nom Gruyère. Rappelez-nous la stratégie qui a été adoptée.

Il y a toujours eu un conflit franco-suisse sur la paternité du nom Gruyère. Nous avons pris la décision importante d'arrêter d'en faire un combat nationaliste. Nous sommes arrivés à la conclusion suivante : La Franche-Comté et la Suisse romande sont deux régions qui, en termes de coûts et de culture fromagère, sont similaires, si on fait abstraction du taux de change entre l'Euro et le franc suisse. Il faut aussi se souvenir qu'historiquement des fromagers fribourgeois sont partis en Franche-Comté avec leur savoir-faire et ont fabriqué sur place du Gruyère. Nous avons donc préféré collaborer entre la Suisse romande et la Franche-Comté pour défendre au mieux le Gruyère à l'échelon planétaire.

C'est un changement complet de posture, car on pense chez nous que le Gruyère est avant tout un fromage suisse.

Oui, nous avons changé de posture et de stratégie pour aller vers ce que l'on appelle la relocalisation. Avant cela, le terme Gruyère pouvait être utilisé partout dans le monde, dans toute la France, en Inde, aux Etats-Unis ou en Estonie. Grâce à la relocalisation, le terme Gruyère a été supprimé de la norme C10 du codex alimentarius. Cette mention dans la bible qui décrit tous les aliments de la planète pour favoriser les échanges, donnait le droit d'utiliser le terme Gruyère pour toutes sortes de fromages d'ici et d'ailleurs. Par cette stratégie, nous avons finalement en Suisse romande le Gruyère AOP et en Franche-Comté, ils ont le Gruyère français IGP.

Voilà 20 ans que le Gruyère a reçu l'Appellation d'Origine Contrôlée. Comment percevez-vous cette évolution ?

L'IPG a très bien réussi à donner de l'envergure à son fromage et à tous les acteurs de cette pâte dure. Elle donne le meilleur prix du lait en Suisse. Cela n'aurait pas été possible sans une gestion collective de la quantité, de l'identité et du nom Gruyère. La gestion des quantités et de la qualité est déterminée par l'IPG, tandis que l'identité est fixée dans le cahier des charges. C'est un beau succès.





Le Gruyère AOP associé à de grands événements

D'octobre 2021 à avril 2022

Fribourg Gottéron

Durant toute la saison d'hiver, le HC Gottéron affiche les couleurs du Gruyère AOP sur son maillot et autour de la glace.

www.gotteron.ch

Salon Goût et Terroirs

Du 28 octobre au 1er novembre 2021

Retrouvez le Gruyère AOP au Salon des Goûts et Terroirs à Bulle. www.gouts-et-terroirs.ch

World Cheese Awards

Du 2 au 4 novembre 2021

Le prochain concours des World Cheese Awards aura lieu à Oviedo en Espagne.

gff.co.uk/awards/world-cheese-awards

Championnat du monde de Malakoffs

Le 9 novembre 2021

Dans le cadre de Lausanne à Table, le premier championnat du monde de Malakoffs au Gruyère AOP aura lieu.

www.lausanneatable.ch/evenement/championnat-du-monde-de-malakoffs

Les Automnales

Du 12 au 21 novembre 2021

Les Automnales se dérouleront à Genève Palexpo avec le Gruyère AOP. www.automnales.ch

Brot Chef

Le 13 novembre 2021

La finale du concours pour des apprentis boulangers-pâtisseries et confiseurs Brot Chef aura lieu à Aarau. La thématique de cette finale portera sur Le Gruyère AOP.

www.hotelgastrounion.ch/fr/aspbpc/brot-chef

Le Gruyère AOP European Curling Championships

Du 20 au 27 novembre 2021

Le Gruyère AOP est sponsor des championnats européens de curling, cette année à Lillehammer en Norvège.

worldcurling.org/events/ecc2021

Championnat de monde de ski de fond

Du 26 novembre 2021 à mars 2022

Le Gruyère AOP est sponsor de la Coupe du Monde de Ski de Fond qui débute à la fin novembre et se termine à la mi-mars. Le Tour de Ski fera étape en Suisse à Lenzerheide, en Allemagne à Oberstdorf et en Italie à Val di Fiemme entre le 28 décembre 2021 et le 4 janvier 2022.

www.fis-ski.com/cross-country

Pinte ouverte

Du 3 au 5 décembre 2021

Profitez d'une fondue 100% Gruyère AOP accompagnée de différents produits du terroir lors des Pintes ouvertes du canton de Vaud. www.pintesouvertes.ch

SPAR European Cross Country Championships

Le 12 décembre 2021

Dans le cadre de son sponsoring de l'Athlétisme européen, le Gruyère AOP apporte aussi son soutien aux courses de



Cross-Country. Les athlètes s'affronteront cette année à Fingal – Dublin en Irlande.

🌐 european-athletics.com/competitions/spar-european-cross-country-championships

Kids Nordic Tour

Décembre à février

Le Gruyère AOP soutient la relève du ski de fond. Le Kids Nordic Tour est une compétition de ski de fond par étapes pour les jeunes de 6 à 16 ans en Suisse Romande.

🌐 kidsnordictour.blogspot.com

Winter Fancy Food

Du 6 au 8 février 2022

Le Gruyère AOP sera présent à la foire américaine qui met en avant les spécialités alimentaires du monde entier. Cette année, le Winter Fancy Food se déroulera à Las Vegas aux États-Unis.

🌐 www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show

Giant X Tour

Du 25 février au 26 mars 2022

Le Gruyère AOP est sponsor du Giant X Tour, compétition dévolue aux gymnasiens et apprentis de toute la Suisse.

🌐 giantxtour.ch

Championnats suisses actifs en salle

Du 26 au 27 février 2022

Le Gruyère AOP soutient les championnats suisses actifs en salle qui se dérouleront à Macolin.

Salon International de l'Agriculture

Du 26 février au 6 mars 2022

Le Gruyère AOP présent au grand rendez-vous de l'agriculture française et internationale à Paris.

🌐 www.salon-agriculture.com

10km de Payerne

Le 27 février 2022

Courir à travers la ville de Payerne, fouler ses trottoirs et pavés : c'est un moment de challenge à relever lors de cette magnifique course annuelle.

🌐 www.cabroyard.ch/fr/10km-de-payerne

Salon du Fromage et des Produits laitiers

Du 27 février au 2 mars 2022

Le Gruyère AOP sera présent à l'événement international et incontournable des fromages de qualité à Paris en France.

🌐 www.salon-fromage.com

Mille Gruyère

De mars à septembre 2022

Le Gruyère AOP soutient les jeunes athlètes par le biais du Mille Gruyère. 🌐 www.millegruyere.ch

European Athletics Indoor Championships

Du 18 au 20 mars 2022

Les championnats européens d'athlétisme en salle se dérouleront à Belgrade en Serbie.

World Men's Curling Championships

Du 2 au 10 avril 2022

Les championnats du monde homme de curling auront lieu à Las Vegas aux États-Unis.

LUGA

Du 22 avril au 1er mai 2022

Le Gruyère AOP sera présent à Lucerne avec un stand pour la 41ème édition de la foire printanière de Suisse centrale.

🌐 www.luga.ch

BEA

Du 29 avril au 8 mai 2022

Le Gruyère AOP aura un stand au Comptoir de Berne.

🌐 www.bea-messe.ch

Recettes



Croquette de patates douces, thym et Gruyère AOP

Temps de préparation : 20 min
Temps de cuisson : 40 min

Ingrédients pour 10 personnes (1,5kg de boulettes) (apéro) :

1kg de patates douces
300g de Gruyère AOP râpé
2 œufs
200g de panure
Thym séché
Sel, poivre

Préparation :

- Cuire les patates douces à l'eau, les éplucher et les écraser en purée.
- Mélanger la purée avec le Gruyère AOP râpé, les œufs, le thym, le sel et le poivre.
- Former des petites croquettes.
- Paner les croquettes.
- Frire les croquettes à la friteuse durant 5 minutes à 170C°.

Déguster !

Astuce : les croquettes peuvent être servies avec une sauce mayonnaise ou un yaourt au curry.



Brochette de porc, farcie de Gruyère AOP, bardée de lard fumé

Temps de préparation : 20 min
Temps de cuisson : 10 min

Ingrédients pour 4 personnes (plat principal) :

8 tranches de quasi de porc de 50g, coupées très finement
4 tranches de lard fumé
100g de Gruyère AOP râpé


Préparation :

- Etaler les tranches de porc
 - Déposer le Gruyère AOP râpé sur les tranches.
 - Rouler le tout comme un cigare.
 - Barder (entourer) la brochette avec le lard fumé.
 - Griller 3 minutes par côté dans une poêle
- Déguster !

Astuce : ajouter une brunoise de légumes comme farce pour plus de gourmandise.

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 

Découvrez d'autres recettes délicieuses sous :

 www.gruyere.com/recettes

