

# Rapport d'activités Tätigkeitsbericht

2019

 Vacherin® Fribourgeois  
SWITZERLAND

Goût unique depuis 600 ans

# Introduction

## Einleitung

**URS SCHWALLER, PRÉSIDENT | PRÄSIDENT**

# Sommaire

## Inhaltsverzeichnis

### INTRODUCTION

#### EINFÜHRUNG

### STRUCTURE IPVF

#### STRUKTUR BOVF/IPVF

### ACTIVITÉS 2019 ET PROJETS EN COURS

#### AKTIVITÄTEN IM 2019 UND LAUFENDE PROJEKTE

### MARKETING

#### MARKETING

### CONTRÔLES ET TAXATIONS

#### KONTROLLEN UND BESTEUERUNGEN

### COMPTE ET RAPPORT DE VÉRIFICATION 2019 EN ANNEXE POUR LES MEMBRES

#### IN DER BEILAGE ERHALTEN UNSERE MITGLIEDER DIE JAHRESRECHNUNG

#### UND DEN BERICHT DER KONTROLLSTELLE 2019.

### IMPRESSION

EDITEUR : INTERPROFESSION DU VACHERIN Fribourgeois  
RÉDACTION : FÉDÉRATION PATRONALE ET ÉCONOMIQUE  
GRAPHISME : PARALLELE.CH  
PHOTO DE COUVERTURE : DOMINIQUE SAVARY  
IMPRESSION : MEDIA-F, BULLE

INTERPROFESSION DU VACHERIN Fribourgeois  
RUE DE LA CONDÉMINE 56 - CASE POSTALE - 1630 BULLE  
T. 026 919 87 56  
INFO@VACHERINFIBOURGEOISAOP.CH  
WWW.VACHERIN-FIBOURGEOIS-AOP.CH

3

4

5

10

14

L'année 2019 s'est bouclée sur des chiffres excellents, et même record, par exemple en atteignant les 99,9 % de la production, soit le niveau le plus haut possible. Il est très rare d'obtenir de pareils résultats, aussi bien calqués sur les quotas alloués. Et ce n'est pas le seul chiffre excellent de 2019, comme vous pourrez le découvrir dans ce rapport. L'année a véritablement été exceptionnelle pour le Vacherin Fribourgeois AOP, notamment à l'export, et nous nous en réjouissons.

En dehors de cela, le travail n'a pas manqué. L'année 2019 a été marquée par de nombreux dossiers menés de front par le comité et l'administration. Nous pouvons tout d'abord citer la recherche et le développement de cultures d'acidification, ainsi que celles de certification qui sont si importantes dans notre lutte contre les copies. Ce sont deux chantiers importants qui avancent petit à petit mais qui demandent beaucoup d'engagement.

Deux autres dossiers nous ont encore bien occupés en 2019, et continueront de le faire cette année. La révision des règlements d'une part, qui est un chantier ouvert en constante évolution, et d'autre part l'analyse quant à l'utilisation de robots de traite dans le cadre de la production de lait concernant le Vacherin Fribourgeois AOP. Ces dossiers ne sont pas encore visibles à l'extérieur de l'IPVF, car il s'agit là d'un travail de longue haleine, mais soyez assurés que nous y travaillons constamment et qu'ils avancent.

Finalement, les compétences en marketing de l'IPVF ont été mises à profit durant l'année écoulée, notamment avec la préparation et la planification des 25 ans de notre Interprofession fêtés en 2020, ainsi qu'un mois de présence à la Fête des Vignerons en tant que partenaire. Nous pouvons encore mentionner le renouvellement de la protection de la propriété intellectuelle du Vacherin Fribourgeois AOP au niveau international, ainsi qu'une étude réalisée par le SAWI concernant le sponsoring avec la mise sur pied d'une nouvelle marche à suivre afin de traiter les demandes.

Vous pouvez le constater, l'année 2019 a été exigeante mais aussi et surtout réjouissante et motivante. Elle a servi de tremplin essentiel pour 2020, qui s'annonce riche à la fois en nouveaux projets, et également dans la continuation de ceux en cours, dont l'aboutissement apportera de nouvelles forces à la filière.

Das Jahr 2019 endete mit hervorragenden Zahlen und erreichte geradezu Rekordwerte. So wurden beispielsweise 99,9% der Produktion erzielt, also das höchstmögliche Niveau. Solche Ergebnisse, die so gut mit den zugeteilten Quoten übereinstimmen, sind sehr selten. Wie Sie diesem Bericht entnehmen können, ist dies nicht die einzige hervorragende Zahl für 2019. Das Jahr 2019 war ein wirklich aussergewöhnliches Jahr für den Vacherin Fribourgeois AOP, insbesondere was den Export betrifft, und das freut uns natürlich sehr.

Auch die Arbeit ging nicht aus. Das Jahr 2019 war von zahlreichen Dossiers geprägt, die vom Vorstand und der Administration bearbeitet wurden. Als erstes können wir die Forschung und Entwicklung der Säuerungskulturen sowie der Herkunftsachweiskulturen nennen, die in unserem Kampf gegen Nachahmungen so wichtig sind. Dies sind zwei wichtige Projekte, die langsam vorankommen, jedoch grosses Engagement erfordern.

3

Zwei weitere Themen beschäftigten uns 2019 und werden es auch in diesem Jahr tun: die regelmässige Überarbeitung der Reglemente und die Analyse des Einsatzes von Melkrobotern in der Milchproduktion im Zusammenhang mit dem Vacherin Fribourgeois AOP. Diese Dossiers sind ausserhalb der BOVF noch nicht sichtbar, da es sich um ein langfristiges Projekt handelt. Sie können aber versichert sein, dass wir ständig daran arbeiten und dass die Dossiers vorankommen.

Schliesslich wurden die Marketingkompetenzen der BOVF im vergangenen Jahr genutzt, um insbesondere das 25-Jahr-Jubiläum unserer Branchenorganisation, das 2020 gefeiert wird, sowie die einmonatige Präsenz an der der «Fête des Vignerons» als Partnerin vorzubereiten und zu planen. Erwähnenswert sind auch die Erneuerung des Schutzes des geistigen Eigentums des Vacherin Fribourgeois AOP auf internationaler Ebene sowie eine Studie des SAWI über das Sponsoring mit Umsetzung eines neuen Vorgehens zur Bearbeitung von Gesuchen.

Wie Sie sehen, war das Jahr 2019 anspruchsvoll, aber auch und vor allem erfreulich und motivierend. Es hat als wesentliches Sprungbrett für das Jahr 2020 gedient, das sowohl für neue Projekte als auch für die Fortführung der bereits laufenden Projekte reichhaltig zu sein verspricht. Der Abschluss dieser Projekte wird der Wertschöpfungskette zu neuen Kräften verhelfen.

3

# Structure Struktur IPVF BOVF

## IPVF COMITÉ VORSTAND BOVF

Nom   Name	Prénom   Vorname	Entrée en vigueur   Inkrafttrete	Fonction   Funktion	Voix   Stimme
Schwaller	Urs	2016	Président	2
Bulliard	Philippe	2018	Producteur de lait	1
Duc	Christian	2005	Affineur VAFSA	1
Eggertswyler	Michel	1997	Fabricant	1
Kolly	Urs	2018	Fabricant	1
Nobs	Paul-Albert	1995	Affineur CREMO	1
Wenger	Frédéric	1995	Producteur de lait	1
Aeschlimann	David	2009	Conseiller scientifique SaGri	Invité
Brodrard	André	2016	FSFL	Invité
Isler	Olivier	2014	Fromarte	Invité
Koller	Daniel	2004	PSL	Invité
Schmoutz	Nicolas	2019	AFR	Invité
Castella	Romain	2017	Directeur	administration
Caille	Philippe	2017	Responsable contrôle et qualité	administration
Valléian	Sandra	2017	Secrétaire administrative	administration

## IPVF DELEGUES AG KOMMISSIONEN DER BOVF

Nom   Name	Prénom   Vorname	Fonction   Funktion	Voix   Stimme
Duc	Christian	Affineur	5
Nobs	Paul-Albert	Affineur	5
Bérard	Louis	Fabricant	1
Brasey	Pascal	Fabricant	1
Eggertswyler	Michel	Fabricant	1
Grossrieder	Michel	Fabricant	1
Kolly	Urs	Fabricant	1
Pasquier	Philippe	Fabricant	1
Pasquier	Frédéric	Fabricant	1
Raemy	Jérôme	Fabricant	1
Schafer	Ewald	Fabricant	1
Wohlhauser	Markus	Fabricant	1
Bulliard	Philippe	Producteur de lait	1
Demierre	Joseph	Producteur de lait	1
Jenny	Donat	Producteur de lait	1
Morel	Frédéric	Producteur de lait	1
Pichonnaz	Pierre-Yves	Producteur de lait	1
Raemy	Reto	Producteur de lait	1
Risse	David	Producteur de lait	1
Schaller	Daniel	Producteur de lait	1
Wenger	Frédéric	Producteur de lait	1
Yerly	Gabriel	Producteur de lait	1
<b>TOTAL VOIX</b>			<b>30</b>

## SECRÉTARIAT IPVF SEKRETARIAT DES BOVF

Nom   Name	Prénom   Vorname	Entrée en vigueur   Inkrafttrete	Fonction   Funktion	%
Castella	Romain	2017	Directeur	80
Caille	Philippe	2017	Responsable Contrôle et Qualité	100
Delacombaz	Vanessa	2018	Responsable Marketing et Communication	80
Raemy	François	2015-19	Responsable Animations	30
Valléian	Sandra	2001	Secrétaire administrative	40

## Communication – prestation de la FPE

15			
Kommunikation - Bereitstellung von FPE			
Henry	Anaïs	2018	Chargée de communication

## Comptabilité – prestation de la FPE

20			
Buchhaltung - Bereitstellung von FPE			
Sottas	Thierry	2001	Responsable Finances
Hohl	Christine	2002	Secrétaire comptable
Remy	Gaëlle	2017	Secrétaire comptable



# Activités 2019 et projets en cours

## Aktivitäten und laufende Projekte im Jahr 2019

ROMAIN CASTELLA, DIRECTEUR | DIREKTOR

L'Interprofession du Vacherin Fribourgeois boucle une année variée et ceci autant du côté de l'action que des projets. Nous pouvons relever que plusieurs dossiers concernant la marque ont tenu une place importante dans les préoccupations de l'IPVF.

Sans entrer dans les détails, nous pouvons citer l'élaboration d'un rapport sur l'utilisation du lait de robot de traite dans notre filière, qui demande une suite en 2020, avec une analyse sur le terrain. Nous avons également renouvelé la protection de la marque « Vacherin Fribourgeois » dans différents pays. En collaboration avec l'Office fédéral de l'Agriculture, nous avons opéré deux modifications dans notre cahier des charges, soit l'art. 10 Fumure, article qui n'était plus du tout d'actualité avec l'obligation pour nos producteurs de lait de respecter les prestations écologiques requises. L'autre article modifié concerne le logo de la marque qui peut désormais être utilisé sur une seule ligne afin de répondre à l'utilisation contemporaine.

L'administration de l'IPVF prend le virage du numérique du côté des taxations en digitalisant son processus afin d'optimiser le temps consacré. Des contacts ont été pris avec l'entreprise Dootix à Bulle afin de faire une liste des besoins et un projet a été proposé en milieu d'année. Des échanges se sont déroulés entre Dootix et l'IPVF durant l'été et l'automne pour aboutir à la mi-octobre à une application qui a été testée à blanc jusqu'à fin décembre 2019. Après quelques erreurs de jeunesse, cette application nous donne entière satisfaction. Les pièces de fromage sont toutefois encore et toujours sondées par des experts à la sonde de manière

Die Branchenorganisation des Vacherin Fribourgeois schliesst ein abwechslungsreiches Jahr ab, sowohl bezüglich Massnahmen als auch Projekten. Mehrere Dossiers zur Marke haben einen wichtigen Platz in den Anliegen der BOVF eingenommen.

Ohne ins Detail zu gehen, möchten wir die Erstellung eines Berichts über die Verwendung von Milch aus Melkrobotern in unserer Branche anführen, der im Jahr 2020 eine Nachbereitung mit einer Analyse vor Ort erfordert. Wir haben ferner den Schutz der Marke «Vacherin Fribourgeois» in verschiedenen Ländern erneuert. In Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Landwirtschaft haben wir zwei Änderungen an unserem Pflichtenheft vorgenommen, nämlich bei Art. 10 Düngung, einem Artikel, der mit der Verpflichtung für unsere Milchproduzenten zur Erfüllung des Ökologischen Leistungsmaßnahmen nicht mehr aktuell war. Der andere geänderte Artikel betrifft das Markenlogo, das nun auf einer einzigen Zeile verwendet werden kann und damit dem zeitgemäßen Gebrauch gerecht wird.

Die Verwaltung der BOVF folgt bei der Taxation dem digitalen Wandel, indem sie ihren Prozess zwecks Zeitoptimierung digitalisiert. Es wurde Kontakt zur Firma Dootix in Bulle aufgenommen, um eine Bedarfsliste zu erstellen, und Mitte des Jahres wurde ein Projekt vorgeschlagen. Zwischen Dootix und der BOVF fand im Sommer und Herbst ein Austausch statt. Von Mitte Oktober bis Ende Dezember 2019 erfolgte der Probebetrieb einer App. Nach ein paar Anlaufschwierigkeiten funktioniert nun diese App zu unserer vollen Zufriedenheit. Die Käsestücke werden jedoch nach wie vor von Experten mit dem Käsebohrer überprüft. Der

traditionnelle. Le processus de digitalisation se poursuivra avec un module pour la gestion des quantités et des contrôles. Nous remercions les personnes de l'entreprise Dootix qui ont permis de concrétiser ce projet.

L'IPVF investit des grands montants dans le sponsoring chaque année. Afin de mieux valoriser ce poste budgétaire, nous avons fait appel au SAWI à Lausanne, qui a effectué une analyse de la situation propre au Vacherin Fribourgeois AOP, ce qui a donné lieu à un rapport de recommandations pour l'avenir. Le travail sera terminé en 2020 et permettra de mettre sur pied une ligne claire pour nos prochaines activités.

## GESTION DES QUANTITÉS

La production de Vacherin Fribourgeois AOP a poursuivi sur sa lancée en 2019 avec une quantité produite très proche du 100% des quotas octroyés. Soit la fabrication de 2'934'582 kg de VFAOP, en termes de production, il s'agit d'un record. Concernant la production d'alpage, nous relevons également une augmentation pour atteindre 91'869 kg. Du côté de la production bio, c'est 112'000 kg qui ont été produits.

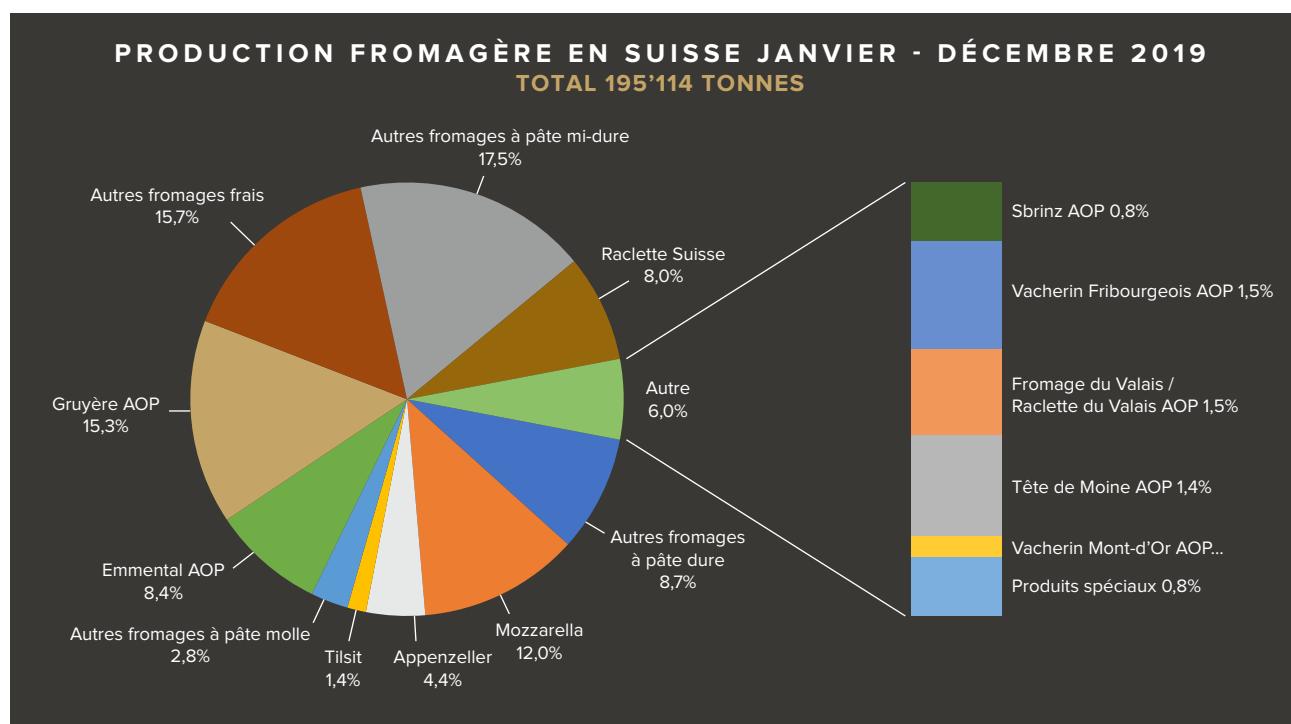
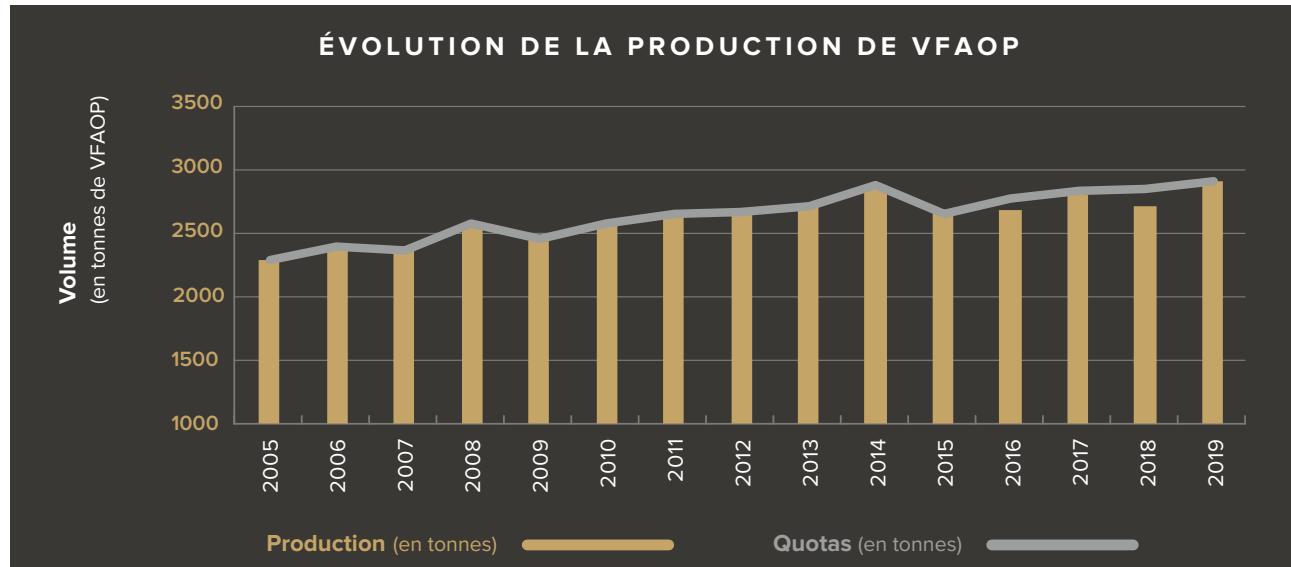
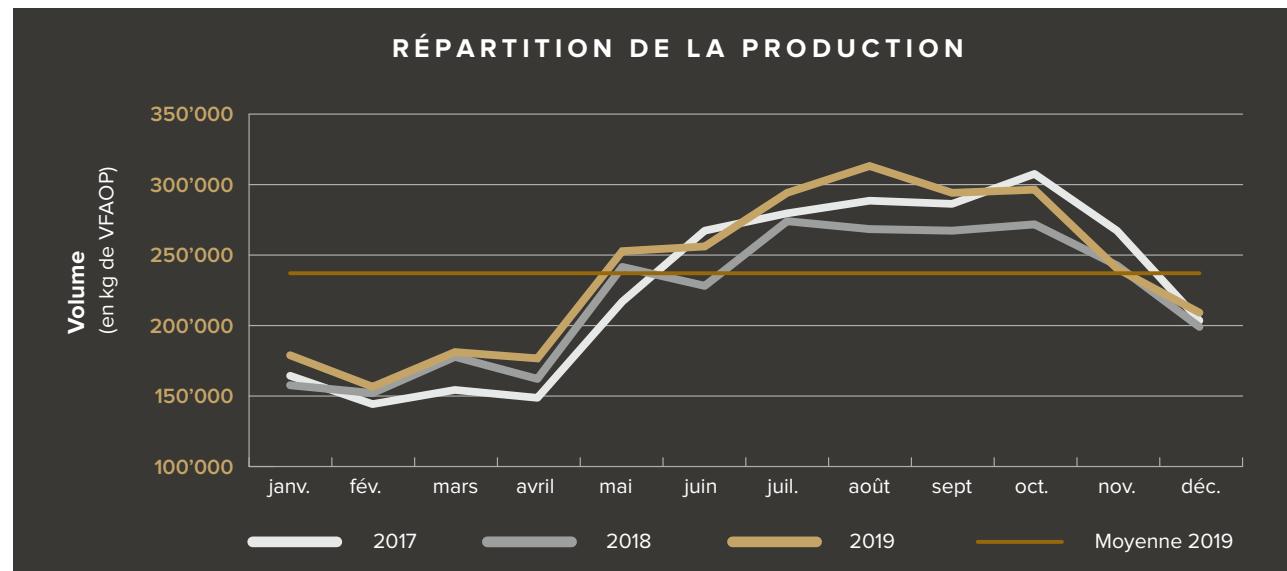
Digitalisierungsprozess wird mit einem Modul für das Mengenmanagement und die Kontrollen fortgesetzt. Wir danken den Personen bei Dootix, die dieses Projekt ermöglicht haben.

Die BOV investiert jedes Jahr grosse Summen in das Sponsoring. Um diesen Budgetposten besser nutzen zu können, haben wir uns an die SAWI in Lausanne gewandt, die eine auf den Vacherin Fribourgeois AOP abgestimmte Analyse durchgeführt hat. Daraus ist ein Bericht mit Empfehlungen für die Zukunft hervorgegangen. Die Arbeit wird im Jahr 2020 abgeschlossen werden und uns die Möglichkeit geben, eine klare Linie für unsere zukünftigen Aktivitäten festzulegen.

## MENGENMANAGEMENT

Die Herstellung von Vacherin Fribourgeois AOP hat 2019 mit einer Produktionsmenge von nahezu 100% der gewährten Quoten weiter an Dynamik gewonnen. Mit einer Produktionsmenge von 2'934'582 kg VFAOP wurde ein Rekordergebnis erzielt. Auch die Produktion auf der Alp verzeichnete eine Steigerung auf 91'869 kg. Auf der Seite der ökologischen Produktion wurden 112'000 kg produziert.

Zur Erinnerung: Die BOV hatte für 2019 eine Erhöhung um 2% zugeteilt, ein neues Mitglied aus der Talregion aufgenommen und ein neues Kessi auf der Alp akzeptiert. Dies führte zu einer



Pour rappel, l'IPVF avait attribué 2 % d'augmentation en 2019 et accepté un nouveau membre de plaine et une nouvelle chaudière en alpage. Ce qui représentait une augmentation effective pour 2019 de 2,14 %. Force est de constater que la production a répondu à la demande lors du dernier exercice et nous nous en réjouissons.

Durant l'automne 2019, la commission de gestion des quantités et le comité de l'IPVF ont affirmé leur volonté de faire progresser la production afin de correspondre au mieux aux besoins du marché, qui se développe en Suisse comme à l'étranger. C'est à la suite de nombreuses réflexions et plusieurs scénarios que le comité a accepté

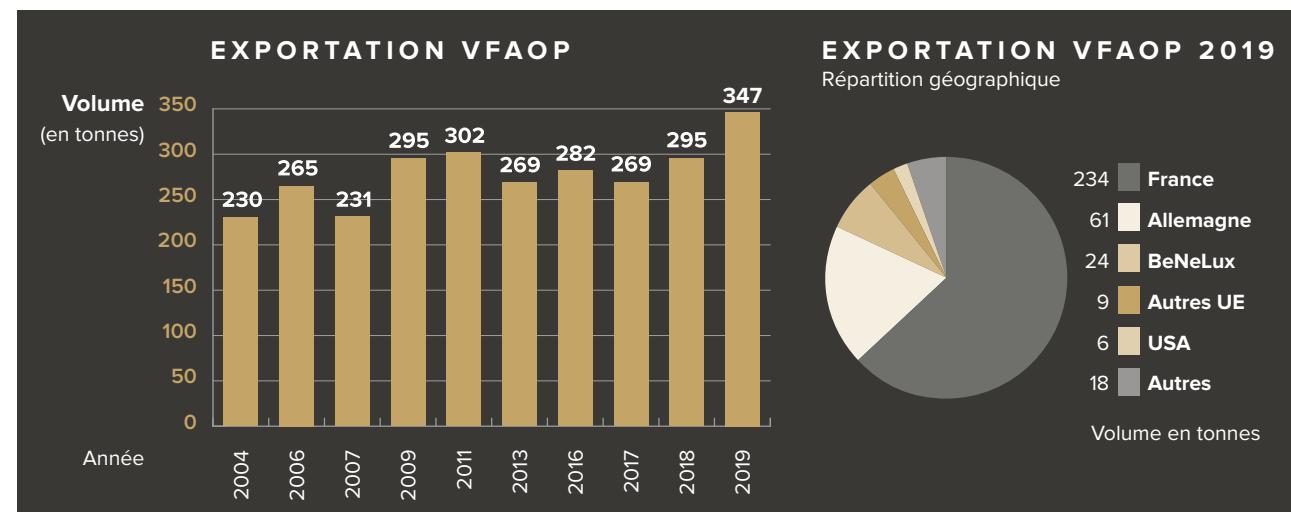
effektiven Erhöhung um 2,14% für 2019. Es ist zu beachten, dass die Produktion im letzten Geschäftsjahr die Nachfrage befriedigt hat, was uns sehr freut.

Im Herbst 2019 haben die Kommission Mengenmanagement und der Vorstand der BOV ihre Willen bekräftigt, die Produktion zu erhöhen, um den Bedürfnissen des Marktes, der sich sowohl in der Schweiz als auch im Ausland entwickelt, bestmöglich gerecht zu werden. Nach reiflicher Überlegung und mehreren Szenarien stimmte der Vorstand der Umsetzung der von der Kommission Mengenmanagement vorgeschlagenen Strategie zu. Insbesondere

de mettre en œuvre la stratégie proposée par la commission de gestion des quantités. Elle vise notamment à faire progresser la production du véritable Vacherin Fribourgeois AOP, tout en diminuant la fabrication de fromages à pâte mi-dure dans nos campagnes. C'est dans ce sens que des démarches ont débuté en engageant autant les producteurs de lait que les fabricants. Le ton est donné, l'IPVF veut défendre les intérêts du produit avant tout.

## EXPORTATION

La consommation de Vacherin Fribourgeois AOP à l'étranger nous a permis de franchir un cap, celui des 300 tonnes exportées et ainsi atteindre le record de 352 tonnes vendues hors de nos frontières. Cet exercice réussi n'est pas dû au facteur économique, le franc suisse restant fort face à l'euro, mais bien à l'ensemble des acteurs du marché qui mettent en œuvre beaucoup d'efforts pour faire connaître et vendre le Vacherin Fribourgeois AOP. Nous sommes heureux de pouvoir compter sur des partenaires fiables et engagés et espérons continuer sur cette belle lancée.



## ADMINISTRATION

Durant l'année, nous avons négocié et renouvelé le contrat de mandat de gestion avec la Fédération Patronale et Economique pour les trois prochaines années. A la suite de ces discussions, nous avons notamment convenu d'un bail à loyer pour une nouvelle zone de bureaux au rez-de-chaussée du bâtiment de la

soll die Produktion des echten Vacherin Fribourgeois AOP gesteigert und gleichzeitig die Produktion von Halbhartkäse in unseren Kampagnen reduziert werden. In diesem Sinne sind Schritte unternommen worden, um sowohl die Milchproduzenten als auch die Hersteller einzubeziehen. Der Ton ist angegeben, die BOVF will vor allem die Interessen des Produkts verteidigen.

## EXPORT

Der Konsum von Vacherin Fribourgeois AOP im Ausland hat es uns ermöglicht, einen Meilenstein zu erreichen, nämlich 300 Tonnen zu exportieren und damit den Rekord von 352 kg zu erreichen, die ausserhalb unserer Grenzen verkauft wurden. Dieses erfolgreiche Jahr ist nicht auf den Wirtschaftsfaktor zurückzuführen, da der Schweizer Franken gegenüber dem Euro stark geblieben ist, sondern auf alle Marktakteure, die sich sehr bemüht haben, den Vacherin Fribourgeois AOP bekannt zu machen und zu verkaufen. Wir freuen uns, aufverlässliche und engagierte Partner zählen zu können und hoffen, dass wir weiter auf Erfolgskurs bleiben.

Condémine 56. Ceci nous permettra d'être davantage accessible et visible pour nos membres. Quelques places de parc seront mises à disposition de nos membres et une salle de séance sera disponible pour nos réunions. Vraisemblablement, les locaux seront prêts pour la fin de l'année 2020.

Au chapitre du personnel, M. François Raemy nous a fait valoir son droit à la retraite après 15 ans de services pour l'IPVF. Au départ engagé pour la gestion de la qualité, François a également œuvré sans relâche pour la valorisation de son produit fétiche, que ce soit au travers du marketing, de la présence dans les foires ou encore pour faire des fondues. Avec ses connaissances particulièrement pointues ainsi que son expérience, nous perdons quelqu'un d'important pour la représentation du Vacherin Fribourgeois AOP. Cependant, nous aurons la chance de pouvoir compter sur François encore quelques années, de manière ponctuelle, pour différents services.

Enfin, notre petite équipe a besoin de plusieurs compétences autour d'elle pour atteindre des objectifs toujours plus ambitieux. Nous avons la chance de pouvoir compter sur les services au quotidien de la Fédération Patronale et Economique mais également des agences de communication Trio à Lausanne et Parallèle à Bulle. La filière a également beaucoup de chance d'avoir des personnalités engagées pour sa cause, que ce soit au comité ou dans les commissions, ce qui se ressent dans le dynamisme et l'évolution du Vacherin Fribourgeois AOP. Que toutes les personnes et organisations concernées en soient remerciées.

Condémine 56 geeinigt. Damit werden wir für unsere Mitglieder zugänglicher und sichtbarer sein können. Unseren Mitgliedern werden einige Parkplätze zur Verfügung gestellt, und für unsere Sitzungen steht ein Besprechungsraum zur Verfügung. Die Räumlichkeiten werden voraussichtlich bis Ende 2020 fertig gestellt sein.

Was das Personal betrifft, so hat uns Herr François Raemy mitgeteilt, dass er nach 15 Jahren im Dienst der BOVF in den Ruhestand geht. Am Anfang arbeitete François für das Qualitätsmanagement, war aber auch für sein Lieblingsprodukt, sei es durch Marketing, die Teilnahme an Messen oder die Herstellung von Fondue. Mit seinem besonderen Fachwissen und seiner Erfahrung verlieren wir jemanden, der für die Vertretung des Vacherin Fribourgeois AOP äusserst wichtig ist. Wir haben jedoch das Glück, punktuell für verschiedene Dienste noch einige Jahre auf ihn zurückgreifen zu können.

Schliesslich braucht unser kleines Team mehrere Fähigkeiten, um die immer ehrgeizigeren Ziele zu erreichen. Wir haben das Glück, auf die täglichen Dienste der Fédération Patronale et Economique, aber auch auf die Kommunikationsagenturen Trio in Lausanne und Parallèle in Bulle zählen zu können. Die Branche kann sich ausserdem sehr glücklich schätzen, Persönlichkeiten zu haben, die sich für den Vacherin Fribourgeois AOP engagieren, sei es im Vorstand oder in den Kommissionen, was sich in der Dynamik und Entwicklung des Vacherin Fribourgeois AOP widerspiegelt. Wir möchten an dieser Stelle allen beteiligten Personen und Organisationen danken.

	2019	2018	2017
Producteurs de lait	940 dont 33 alpages, 36 bio	970 dont 32 alpages, 31 bio	963 dont 34 alpages, 36 bio
Fabricants de plaine	68 dont 7 bio	67 dont 6 bio	67 dont 7 bios
Affineurs	4	4	4

## VERWALTUNG

Im Laufe des Jahres haben wir mit der Fédération Patronale et Economique den Vertrag über das Verwaltungsmmandat für die nächsten drei Jahre ausgehandelt und erneuert. Im Anschluss an diese Gespräche haben wir uns insbesondere auf einen Mietvertrag für einen neuen Bürobereich im Erdgeschoss des Gebäudes

# Marketing et Communication

## Marketing und Kommunikation

VANESSA DELACOMBAZ, RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION  
LEITERIN MARKETING UND KOMMUNIKATION

### STRATÉGIE ET OBJECTIFS MARKETING

#### LA NOUVELLE CAMPAGNE

La nouvelle identité visuelle du Vacherin Fribourgeois AOP a commencé à prendre forme en 2018, année durant laquelle l'essentiel du travail a été la création et la mise en place de la nouvelle stratégie.

10

En 2019, une fois la stratégie établie, la campagne a été déployée et diffusée sur différents canaux de communication. Elle se compose de pictogrammes noirs et blancs illustrant des scènes de vie et des instants de consommation, ce qui permet de l'adapter facilement en fonction du support, de l'événement, ou encore de la saison. En 2019, le catalogue de nouveaux pictogrammes a été étendu au fur et à mesure, afin de compléter les moments de consommation en fonction de la cible et des événements. Par exemple, voici la campagne déclinée sur le backdrop dans la loge de Gottéron:



### MARKETINGSTRATEGIE UND -ZIELE

#### NEUE KAMPAGNE

Das neue Corporate Design des Vacherin Fribourgeois AOP nahm im Jahr 2018 Gestalt an, dem Jahr, in dem sich die meisten Arbeiten auf den Aufbau und die Umsetzung der neuen Strategie fokussierten.

Als die Strategie im Jahr 2019 feststand, wurde die Kampagne umgesetzt und über verschiedene Kommunikationskanäle verbreitet. Sie besteht aus schwarz-weißen Piktogrammen, die Szenen des Lebens und Momente des Konsums illustrieren. Diese lassen sich leicht an den Kommunikationsträger, das Event oder die Jahreszeit anpassen. Ebenfalls im Jahr 2019 wurde der Katalog der neuen Piktogramme schrittweise erweitert, um die Momente des Konsums entsprechend der Zielgruppe und den Events zu vervollständigen. Nachstehend finden Sie ein Beispiel vor der Kulisse des Gottéron (*siehe unten links*).

#### ZIELE DER KAMPAGNE

- Bekanntheit:** Für eine steigende Bekanntheit der Marke in der West- und Deutschschweiz sowie in Europa sorgen
- Image der Marke:** Unsere Position stärken, indem der Vacherin Fribourgeois AOP als Hauptzutat eines Fondues und als unerlässliche Komponente einer Käseplatte positioniert wird
- Qualität:** Garant für Qualität rund um das Know-how und die AOP-Herkunft
- Zielgruppe:** Ausweitung der Zielgruppe der jungen Konsumentinnen und Konsumenten von Vacherin Fribourgeois AOP
- Verkauf:** Annäherung an die Handelskanäle dank unserer Plakatkampagne in den Einkaufszentren und den Degustationen an den Verkaufspunkten.

### OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

- Notoriété:** poursuivre la croissance de la notoriété de la marque en Suisse romande et alémanique ainsi qu'en Europe
- Image de marque:** assurer notre positionnement fort en tant qu'ingrédient principal dans la fondue ainsi qu'en fromage indispensable sur un plateau de fromage pour développer l'image du produit
- Qualité:** gage de qualité autour du savoir-faire et de la provenance AOP
- Cible:** élargir la jeune clientèle consommatrice du Vacherin Fribourgeois AOP
- Vente:** se rapprocher des canaux de distribution grâce à notre campagne d'affichage dans les centres commerciaux et aux dégustations dans les points de ventes

### KOMMUNIKATION UND PHYSISCHE PRÄSENZ

Nachstehend finden Sie einen Rückblick über die Präsenz des Vacherin Fribourgeois AOP im Jahr 2019 in Standardmedien, sozialen Netzwerken, an Messen, Events und Verkaufspunkten sowie über Sponsoring:

#### MEDIEN UND PR

##### TV-Spot nationale Kampagne:

Entwicklung eines neuen Videokonzepts mit zwei Szenarien und Ausstrahlung des TV-Spots

- Ausgewählte Programme: SRF1, RTS1, TF1
- Dauer: 10 Sekunden
- Erste Welle: 18.02 bis 10.03.2019
- Zweite Welle: 4.11 bis 24.11.2019

### COMMUNICATION ET PRÉSENCE PHYSIQUE

Que ce soit à travers les médias standards ou sociaux, dans les foires et événements, les sponsorings ou encore dans les points de vente, voici une rétrospective de la présence du Vacherin Fribourgeois AOP en 2019:

#### MÉDIAS ET RP

##### Spot TV en campagne nationale:

Création d'un nouveau concept de vidéo avec deux scénarios et diffusion du spot à la TV

- Programmes sélectionnés: SRF1, RTS1, TF1
- Durée: 10 secondes
- Première vague: 18.02 au 10.03.2019
- Deuxième vague: 4.11 au 24.11.2019

	Vague 1	Vague 2
Suisse romande Contacts OTS	4'996'349 6.2 OTS	6'567'932 7.6 OTS
Suisse alémanique Contacts OTS	2'811'125 2.3	5'909'212 3.9

- Contact signifie le nombre de personnes ayant été touchées par le spot TV
- OTS signifie «Opportunity To See» et indique à quelle fréquence en moyenne une personne est entrée en contact avec le spot TV

#### Résultat global:

- Excellent résultats particulièrement en Suisse romande
- Spot de 10 secondes est un bon choix -> visibilité et pression (GRP élevé)
- Visibilité égale à un lancement de produit - l'objectif

### Ergebnis der Ausstrahlung der Kampagne in den sozialen Netzwerken:

Sehr gute Performance. Zusammenfassung:

- Gute Reichweite (Anzahl Personen, die den Spot gesehen haben)
- Gutes Engagement (Interaktion: Likes, Teilen, Kommentare)
- Gute Impressions (Anzahl Sichtkontakte TV-Spot)
- Guter «Ad recall» (die Personen haben sich die Posts gemerkt)

11

- notoriété auprès de notre cible est largement atteint
- Suisse alémanique plus grand univers donc moins facile à atteindre (plus grand effort budgétaire)
- Deuxième vague plus performante (saison était meilleure)
- Campagne performante et budget investi optimisé au maximum

#### Résultat de la diffusion de la campagne sur les réseaux sociaux:

Très bonne performance, en résumé:

- Bon reach (nombre de personnes qui ont vu le spot)
- Bon engagement (interaction: likes, partages, commentaires)
- Bonnes impressions (nombres de fois que le spot est vu)
- Bon « ad recall » (les gens ont mémorisé les posts)

	Français	Allemand
Ad recall	8.9%	8.4%
Reach	48 024 personnes touchées	44 483 personnes touchées
Impression	70 999 vues	57 607 vues
Post engagement	9 852 engagements	8 222 engagements

#### Activité relations publiques à Paris

Le Vacherin Fribourgeois AOP s'est rendu à Paris avec Switzerland Cheese Marketing pour une activité de relations publiques spécifique dans le but de créer une expérience gustative surprenante et fédératrice autour du Vacherin Fribourgeois AOP.

Organisation le 26 septembre d'un déjeuner de presse chez Baieta et d'un afterwork influenceurs au bar Bô:

- Création de quatre recettes autour du produit
- Invitation et gestion du dossier de presse
- Mission de François Robin pour l'animation d'ateliers journalistes et influenceurs

**Résultats globaux:** 112 parutions avec une audience de plus de 94,2 millions de contacts touchés

#### Déjeuner de presse

- Présence de 15 journalistes de supports à forte audience
- 31 parutions
- Avec une audience de plus de 92,5 millions

#### Afterwork influenceur:

- 8 influenceurs présents
- 81 parutions dont 1 article, 76 stories et 4 posts
- Avec une audience de plus de 1,7 millions de contacts touchés

	Françöisch	Deutsch
Ad recall	8.9%	8.4%
Reichweite	48 024 erreichte Personen	44 483 erreichte Personen
Impressions	70 999 Sichtkontakte	57 607 Sichtkontakte
Post Engagement	9 852 Engagements	8 222 Engagements

#### Öffentlichkeitsarbeit in Paris

Der Vacherin Fribourgeois AOP ging mit Switzerland Cheese Marketing für eine spezifische Öffentlichkeitsarbeit nach Paris. Ziel war es, ein überraschendes und verbindendes Geschmackserlebnis rund um den Vacherin Fribourgeois AOP herbeizuführen.

Organisation eines Presselunchs am 26. September bei Baieta und eines Afterwork-Influencer-Anlasses in der Bar Bô:

- Kreation von vier Rezepten rund um den Vacherin Fribourgeois AOP
- Einladung und Verwaltung der Pressemappe
- Auftrag von François Robin zur Moderation von Workshops für Journalisten und Influencer

**Gesamtergebnisse:** 112 Veröffentlichungen mit einer Reichweite von über 94,2 Millionen erreichten Kontakten

#### Presselunch

- Anwesenheit von 15 Journalisten aus publikumsstarken Medien
- 31 Veröffentlichungen
- Reichweite von über 92,5 Millionen Menschen

#### Afterwork-Influencer-Anlass

- 8 anwesende Influencer
- 81 Veröffentlichungen, darunter 1 Artikel, 76 Geschichten und 4 Posts
- Mit einer Reichweite von über 1,7 Millionen erreichten Kontakten

#### Konferenz

Swiss Marketing Fribourg hat die Branchenorganisation mit einer Konferenz zur neuen Strategie des Vacherin Fribourgeois AOP beauftragt. Diese fand am 15. Oktober im NH Hotel in Freiburg unter dem Titel «Wie kann eine traditionsreiche Marke unter Einbezug der Digitalisierung dynamisiert werden?». Die Konferenz stieß bei den lokalen Medien auf grosses Interesse, und es wurde im Radio Fribourg und Radio Freiburg ein Interview der Marketingverantwortlichen gesendet.



Den Artikel von François Robin, «meilleur ouvrier de France», der sich für den Vacherin Fribourgeois AOP begeistert, finden Sie auf dem «Blog» der Website von Vacherin Fribourgeois AOP.

#### ONLINE & SOZIALE MEDIEN

Spricht man von neuen Zielgruppen, so bedeutet dies auch neue Kommunikationskanäle wie z. B. die Social Media, welche in der Welt der Kommunikation einen bedeutenden Platz einnehmen. Die Digitalisierung nimmt weiter zu und der Vacherin Fribourgeois AOP möchte diesem Trend folgen.

#### Allgemeines

- Vollständig überarbeitete Social-Media-Strategie mit neuen Kommunikationsstossrichtungen
- Regelmässige Kommunikation mit gezielten organischen und gesponserten Posts
- Schaffung neuer Inhalte (Artikel, Fotos, Videos, Wettbewerbe usw.)
- Einige Zahlen:
- Die Facebook-Gemeinschaft hat in nur sechs Monaten um 45% zugenommen
- Neues Instagram-Konto mit über 720 Followern in nur drei Monaten

Die 2018 lancierte SEA-Kampagne hat hervorragende Ergebnisse erzielt, wurde deshalb optimiert und 2019 weitergeführt. Ziele: Organische Suche optimieren und Zielgruppen auf unsere Website weiterleiten.

#### Social-Media-Kampagne mit den AOP

2019 haben wir erstmals und zusammen mit der Schweizerischen Vereinigung der AOP-IGP eine Kampagne in den sozialen Netzwerken lanciert. Diese Kampagne wurde von der Agentur Openroom entwickelt.

In den Wochen 36 bis 51 wurden die Kanäle Instagram und Facebook genutzt. Insgesamt wurden 12 Posts mit folgenden Ergebnissen publiziert:

- Reichweite: 466'952 erreichte Personen
- Impressions: 999'174 angesehene Inhalte
- Interaktionen: 16'266 (Likes, Kommentare, Shares)

Die Reichweite und die Interaktionen auf Facebook und Instagram sind hoch im Vergleich zum relativ bescheidenen Budget, das in die Verbreitung investiert wurde.

Die oft humorvollen und überraschenden Veröffentlichungen führten zu hohen Zahlen bei der bezahlten und organischen Reichweite, was ihre Relevanz für die Zielgruppe unterstreicht.

La campagne SEA mise en place en 2018 a rencontré d'excellents résultats, elle a donc été optimisée et reconduite en 2019. Objectifs : optimiser les recherches organiques et rediriger les cibles sur notre site.

#### Campagne médias sociaux avec les AOP

Pour la première fois en 2019, nous avons fait une campagne sur les réseaux sociaux avec l'association AOP, campagne créée par l'agence Openroom.

Les canaux utilisés ont été Instagram et Facebook, durant les semaines 36 à 51. Au total, 12 posts ont été publiés avec les résultats suivants :

- Portée : 466'952 personnes atteintes
- Impressions : 999'174 contenus regardés
- Interactions : 16'266 (likes, commentaires, partages)

Les portées et les interactions obtenues sur Facebook et Instagram sont élevées par rapport au budget relativement modeste de diffusion investi.

Les publications souvent teintées d'humour et surprenantes ont généré à la fois un nombre élevé de portées payantes et de portées organiques, ce qui souligne leur pertinence pour la communauté visée.

#### SPONSORING ET PARTENARIAT

L'Interprofession du Vacherin Fribourgeois s'engage fortement chaque année dans le soutien de plusieurs manifestations culturelles, sportives et économiques.

Que ce soit le soutien de manifestations, de producteurs locaux, d'expositions régionales, de camps de ski, de fêtes ou de festivals, l'IPVF souhaite s'investir le plus possible dans les événements locaux et correspondant à la stratégie marketing mise en place.

En 2019, l'IPVF était notamment l'un des partenaires officiels de la fête des Vignerons, avec les actions suivantes :

#### Spectacle :

- L'IPVF était présent sur 13 journées / soirées durant la fête
- 183 billets pour les partenaires, dont 105 VIP

#### Communication :

- Présence sur l'espace fribourgeois
- Présence sur le stand Patacllette
- Publications sur les écrans de la ville en fête
- 5 interviews et reportages de Fribourgeois/ees en lien avec le VFAOP sur le blog du site internet et les réseaux sociaux
- 3 capsules de vidéos avec Pascal Ducrest, producteur de lait, pour les réseaux sociaux

#### SPONSORING UND PARTNERSCHAFT

Die Branchenorganisation des Vacherin Fribourgeois setzt sich jedes Jahr für die Unterstützung von kulturellen, sportlichen und wirtschaftlichen Veranstaltungen ein.

Sei dies bei der Unterstützung von Veranstaltungen, lokalen Produzenten, regionalen Ausstellungen, Skilagern, Festen oder Festivals: Die BOVF möchte sich so oft wie möglich an lokalen Events beteiligen, die ihrer Marketingstrategie entsprechen.

2019 war die BOVF einer der offiziellen Partner der «Fête des Vignerons» und setzte folgende Massnahmen um:

#### Aufführungen:

- Die BOVF war während des Fests an 13 Tagen/Abenden anwesend
- 183 Billette für die Partner, darunter 105 VIP

#### Kommunikation:

- Präsenz im Freiburger Bereich
- Präsenz am Patacllette-Stand
- Publikationen auf den Bildschirmen der Stadt in Feststimmung
- 5 Interviews und Reportagen von Freiburgerinnen und Freiburgern im Zusammenhang mit dem VFAOP auf der Website/Social Media Blog
- 3 Videobeiträge mit Pascal Ducrest, Milchproduzent, für die Social Media



#### Voici d'autres manifestations sponsorisées en 2019

##### (liste non exhaustive) :

- Fribourg Gottéron
- Abyss Festival
- Tournoi des Juniors canton FR
- Apprentis cuisiniers
- La Fondue du siècle
- Chalet Gruyères
- Terroir Fribourg
- Grande Bénichon
- Tourisme tour du Lac
- Guide buvettes
- Lausanne à table
- Fête des vignerons
- Open Air Kino
- Salon Suisse des Goûts et Terroirs / arène gourmande
- TCHIZZ - Caves ouvertes à la fribourgeoise

De plus, nous avons réalisé un partenariat avec le SAWI, afin d'établir une nouvelle stratégie de sponsoring grâce aux étudiants Polycom qui ont travaillé sur le dossier du Vacherin Fribourgeois AOP durant 4 mois.



#### Hier finden Sie eine nicht vollständige Liste weiterer gesponsorerter Veranstaltungen:

- Fribourg Gottéron
- Abyss Festival
- Juniorenturnier des Kantons Freiburg
- Kochlernende
- Das Fondue des Jahrhunderts
- Chalet Gruyères
- Terroir Fribourg
- Grande Bénichon
- Tourisme tour du Lac
- Guide buvettes (Alpeizli-Führer)
- Lausanne à table
- Fête des vignerons
- Open Air Kino
- Schweizer Gastromesse «Goûts et Terroirs»/ Gourmet-Arena
- TCHIZZ – Offene Keller im Freiburger Stil

Ausserdem haben wir mit dem SAWI eine Partnerschaft realisiert, um eine neue Sponsoringstrategie zu entwickeln. Zu diesem Zweck haben sich Studenten von Polycom während vier Monaten dem Dossier des Vacherin Fribourgeois AOP gewidmet.

#### PRÄSENZ AN MESSEN UND EVENTS

2019 nahm die BOVF dank der Unterstützung der Schweizerischen Vereinigung der AOP-IGP und SCM an folgenden Messen teil:

- **BEA in Bern**
  - 10'500 generierte Kontakte durch die Degustation von VEAOP
- **Foire du Valais in Martigny**
  - 8'875 Kontakte
- **OLMA in St. Gallen**
  - 12'125 Kontakte
- **Les Automnales in Genf**
  - 7'375 Kontakte
- **Züspa in Zürich**
  - 11'000 Kontakte – davon eine spezifische Flyer-Aktion als Anreiz zur Degustation eines reinen Vacherin Fribourgeois AOP-Fondues
- **Schweizer Gastromesse «Goûts et Terroirs» in Bulle**
  - 7'125 Kontakte
- **Slow Food Market in Zürich**
  - 3'125 Kontakte
- **Der «Salon de l'agriculture» in Paris über Switzerland Cheese Marketing**

#### Switzerland Cheese Marketing (SCM)

Unsere enge Zusammenarbeit mit SCM ermöglicht es uns, an Messeständen im Ausland, insbesondere in Frankreich, präsent zu sein. Der Vacherin Fribourgeois AOP wird an sorgfältig ausgewählten Verkaufspunkten, sei es bei grossen Marken oder Käsegeschäften, mit spezialisierten und geschulten Verkostern zur Degustation angeboten.

## PRÉSENCE DANS LES FOIRES ET ÉVÉNEMENTS

L'IPVF a participé aux foires suivantes:

- **BEA à Berne**  
– 11'500 contacts générés par la dégustation de VFAOP
- **Foire du Valais à Martigny**  
– 9'000 contacts
- **OLMA à St-Gall**  
– 12'750 contacts
- **Les Automnales à Genève**  
– 10'625 contacts
- **Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle**  
– 6'375 contacts

## Switzerland Cheese Marketing (SCM)

Notre étroite collaboration avec SCM nous permet d'être présents sur les stands de foires à l'étranger et particulièrement en France. Le Vacherin Fribourgeois AOP est en dégustation dans des points de ventes sélectionnés avec soin, que ce soit dans des grandes enseignes ou des crémieries, avec des animateurs spécialisés et formés.

## ANNONCES PUBLICITAIRES

Des annonces avec le VFAOP ont été publiées comme suit:

- **2x dans la revue « le menu »**
  - janvier/février: gros tirage 105'000 contacts
  - mars: tirage 85'000 contacts
  - juin: tirage 85'000 contacts

## MERCHANDISING

Le catalogue de merchandising a été étoffé avec de nouveaux articles comme des petits sacs à dos, chapeaux, couteaux suisses, tours de cou, etc.

## ANIMATION, DÉGUSTATIONS ET POS

### Dégustations

Dans les supermarchés Coop et Migros, avec la collaboration de PROKA, le Vacherin Fribourgeois AOP a été mis en avant grâce aux dégustations sur différents points de vente dans toutes les régions, plus spécifiquement orientées en Suisse alémanique.

### Campagne d'affichage dans les centres commerciaux:

En parallèle, dans un objectif de visibilité du Vacherin Fribourgeois AOP à la coupe et en fondue, une campagne nationale d'affichage digital a été organisée dans les centres commerciaux de Suisse, à proximité d'un point de vente et/ou d'une dégustation. Elle comprenait deux spots de dix secondes, un représentant la fondue et l'autre le fromage à la coupe.

## PRINTWERBUNG

Die Schweizerische Vereinigung der AOP-IGP veröffentlichte folgende Anzeigen für den Vacherin Fribourgeois AOP:

- **Schweizer Genusswoche-Magazin**  
– 120'000 Kontakte
- **Coop-Magazin**  
– 620'000 Kontakte
- **Alpbeizli-Führer**  
– 5'000 Kontakte
- **Buvettes d'alpage**  
– 5'000 Kontakte
- **2x in der Zeitschrift «Le Menu»**
  - Juli: 156'000 Kontakte
  - November: 156'000 Kontakte
- **Verzeichnis «1.August-Brunch» des SBV**  
– 130'000 Kontakte
- **Magazin «Migusto»**  
– 224'000 Kontakte

## MERCHANDISING:

Der Merchandising-Katalog wurde mit neuen Artikeln wie kleinen Rucksäcken, Hüten, Schweizer Messern, Schlüsselbändern usw. erweitert.



## ANIMATION, DEGUSTATIONEN UND VERKAUFPUNKTE

### Degustationen

In den Coop- und Migros-Supermärkten wurde der Vacherin Fribourgeois AOP in Zusammenarbeit mit PROKA dank Degustationen an verschiedenen Verkaufspunkten aller Regionen, insbesondere in der Deutschschweiz, in den Fokus gerückt.

### Plakatkampagne in den Einkaufszentren:

Parallel dazu, und um die Sichtbarkeit des Vacherin Fribourgeois AOP als Schnittkäse und als Fondue zu erhöhen, wurde in den Schweizer Einkaufszentren eine nationale, digitale Plakatkampagne in der Nähe eines Verkaufspunktes und/oder einer Degustation organisiert. Die Kampagne beinhaltete zwei je 10 Sekunden dauernde Werbespots, der eine zum Fondue, der andere zum Schnittkäse.

## ET POUR 2020?

L'année s'annonce chargée pour l'Interprofession qui fête ses 25 ans en 2020. À cette occasion, plusieurs activités extraordinaires vont avoir lieu:

- La soirée du jubilé et le lancement de la première remise des distinctions des membres;
- La Désalpe de Charmey qui marquera également la première journée internationale du Vacherin Fribourgeois AOP;
- Le nouvel événement « Suisse Fondu Festival » et la fondation du Club Vaccarinus à cette occasion.

Dans les autres actions de communication, la campagne va continuer à être déclinée, par exemple avec un spot TV adapté pour l'anniversaire, un grand concours dans les canaux de distribution, du nouveau contenu pour les réseaux, ou encore du nouveau merchandising.

## WAS IST FÜR DAS JAHR 2020 GEPLANT?

Das Jahr 2020 wird für die Branchenorganisation, die ihr 25-jähriges Bestehen feiert, sehr ereignisreich sein. Aus Anlass des Jubiläums sind folgende außerordentliche Aktivitäten geplant:

- Abendanlass und Lancierung der ersten Verleihung der Auszeichnungen an die Mitglieder;
- Alpabzug von Charmey, der gleichzeitig den ersten internationalen Tag des Vacherin Fribourgeois AOP markiert;
- Neues Event « Suisse Fondu Festival » mit Gründung des Vaccarinus-Clubs.

Die Kampagne wird mit weiteren Kommunikationsmaßnahmen fortgesetzt, so z. B. mit einem für das Jubiläum angepassten TV-Spot, einem grossen Wettbewerb in den Vertriebskanälen, neuen Inhalten für die sozialen Netzwerke und neuem Merchandising.

Romain Castella, Präsident, Christian Duc, Mitglied, Michel Cuénod, Mitglied, Jean-Baptiste Grand, Mitglied, Frédéric Pasquier, Mitglied, Daniel Schaller, Mitglied, Vanessa Delacombaz, Marketingverantwortliche.

## IPVF - COMMISSION MARKETING BOVF-MARKETINGKOMMISSION

Romain Castella, Président Präsident, Christian Duc, Membre Mitglied, Michel Cuénod, Membre Mitglied, Jean-Baptiste Grand, Membre Mitglied, Frédéric Pasquier, Membre Mitglied, Daniel Schaller, Membre Mitglied, Vanessa Delacombaz, Responsable Marketing Marketingverantwortliche

# Contrôle et qualité Kontrollen und Qualität

## PHILIPPE CAILLE, RESPONSABLE CONTRÔLE ET QUALITÉ LEITER KONTROLLEN UND QUALITÄT

### CONSIDÉRATION

Les années se suivent et la qualité des Vacherins Fribourgeois AOP est toujours au rendez-vous en 2019, avec même une amélioration sensible de la moyenne des taxations pour les alpages avec une moyenne de 19,01 pts/20. Nous avons également constaté une diminution de Vacherin Fribourgeois AOP classés en 1B pour les plaines et les alpages en 2019. 718 lots de Vacherin Fribourgeois AOP ont été évalués par la commission de taxation en 2019. Seulemen une taxation a donné lieu à un recours. Un grand merci à tous les taxateurs pour leur engagement et leur objectivité. Les contrôles de traçabilité sont toujours très importants et nous

### ALLGEMEINE BETRACHTUNGEN

Die Jahre vergehen, aber die hohe Qualität des Vacherin Fribourgeois AOP bleibt ungebrochen. Mit mittleren Taxationen von 19,01 von 20 Punkten konnten die Werte für die Alpen sogar deutlich verbessert werden. Außerdem wurden im Talgebiet und in den Alpen im Jahr 2019 weniger Vacherin Fribourgeois AOP der Qualitätsklasse 1 B zugeordnet. Im Jahr 2019 wurden von der Taxationskommission 718 Vacherin AOP-Posten beurteilt. Nur eine Taxation gab Anlass zu einem Rekurs. An dieser Stelle danken wir den Taxationsexperten für ihren Einsatz und ihre Objektivität. Die Rückverfolgbarkeitskontrollen sind immer sehr wichtig und

permettent de nous assurer que les règlements de l'IPVF sont respectés. Ces visites nous permettent également d'avoir un retour sur les différents problèmes que rencontrent les fabricants de Vacherin Fribourgeois AOP. Quelques manquements ont donné lieu à des avertissements et trois cas ont été annoncés à l'OIC.

#### CULTURES D'ACIDIFICATION

L'année 2019 a été marquée par une accélération de la mise au point des cultures acidifiantes pour le Vacherin Fribourgeois AOP. Deux essais en halle pilote, afin de tester des souches é térofermentaires, et deux essais en fromagerie nous ont permis d'affiner la composition des nouvelles cultures. Un nouvel essai en halle pilote a été effectué en fin d'année afin d'avoir une deuxième culture pour les rotations. Un essai en fromagerie avec cinq sites est programmé pour mai 2020. Nous remercions les fromageries de Grangeneuve, de Schweni et l'entreprise Cremo SA pour leur participation active lors des essais pratiques.

#### IPVF - STATISTIQUES - FABRICANTS DE PLAINE

Année de production 2019

Moyenne en % selon nombre de meules taxées	Catégorie	Total meules	% 2019	% 2018
Total des meules	IA	239635	99,71	98,76
Total des meules	IB	669	0,28	1,14
Total des meules	2ème choix	0	0,00	0,04
Total des meules	3ème choix	32	0,01	0,06
Nbre meules par quinzaine		<b>240336</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Moyenne IA-IB par critère de fabrication sur 20 points</b>				
Moyenne IA	Ouverture	Pâte	Goût	Extérieur
4,86	4,80	4,56	4,74	18,95
Moyenne IB	4,45	4,58	4,45	3,85
			<b>18,95</b>	<b>18,93</b>
<b>Moyenne test fondu sur 5 points</b>				
Moyenne plaine	Total notes 2019 (moyenne)	Total notes 2018 (moyenne)		
4,94	4,96			

#### IPVF - STATISTIQUES - FABRICANTS D'ALPAGE

Année de production 2019

Moyenne en % selon nombre de meules taxées	Catégorie	Total meules	% 2019	% 2018
Total des meules	IA	8396	92,48	87,26
Total des meules	IB	683	7,52	12,74
Nbre meules par taxées		<b>9 079</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Moyenne test fondu sur 5 points</b>				
Moyenne alpage	Ouverture	Pâte	Goût	Extérieur
4,90	4,76	4,58	4,90	19,14
Moyenne IB	4,14	4,76	4,20	4,34
			<b>17,44</b>	<b>17,44</b>
			<b>19,01</b>	<b>18,93</b>
<b>Moyenne test fondu sur 5 points</b>				
Moyenne alpage	Total notes 2019 (moyenne)	Total notes 2018 (moyenne)		
4,86	4,92			

ermöglichen uns sicherzustellen, dass die Reglemente der BOVF eingehalten werden. Auch dienen diese Kontrollbesuche dazu, ein Feedback der Hersteller von Vacherin Fribourgeois AOP in Bezug auf mögliche Probleme zu erhalten. In drei der OIC gemeldeten Fällen kam es aufgrund von Verstößen zu Verwarnungen.

#### SÄUERUNGSKULTUREN

Das Jahr 2019 zeichnete sich durch eine vorangetriebene Entwicklung der Säuerungskulturen für den Vacherin Fribourgeois AOP aus. Zwei Versuche in der Pilotenhalde zum Test der heterofermentativen Stämme und zwei Käseriesversuche erlaubten uns, die Zusammensetzung der neuen Kulturen zu verfeinern. Ein neuer Versuch in der Pilotenhalde erfolgte Ende Jahr und mündete in einer zweiten Kultur für die Rotationen. Ein Käseriesversuch an fünf Standorten ist für Mai 2020 geplant. Wir danken in diesem Zusammenhang den Käserien Grangeneuve, Schweni und dem Unternehmen Cremo SA für ihre aktive Teilnahme an diesen Praxisversuchen.

#### CULTURES CCO (CERTIFICATION D'ORIGINE)

Le projet de culture CCO a débuté au mois de janvier 2019 par un essai en halle pilote afin de tester six souches de pédioocoques (bactéries se développant dans le fromage sans en altérer la maturation). Un deuxième essai a été effectué au mois d'août pour conforter les résultats du premier essai. Durant cet essai, les mêmes souches ont été employées à des concentrations plus importantes afin d'abaisser le seuil de détection de ces souches. Deux d'entre elles ont été écartées. Un nouvel essai en halle pilote est prévu cette année. Le projet a bien débuté, mais nous ne sommes qu'au début du processus. Nous remercions toute l'équipe d'Agroscope pour leur engagement ainsi que Messieurs Henri Ledentu, Serge Bongard et Stéphane Vaucher pour leur participation au groupe culture et pour le partage de leurs expériences professionnelles.

#### CASEI

Les contacts avec Caséi sont nombreux et nous leur transmettons tous les résultats des taxation afin que les consultants en fromagerie puissent agir le plus rapidement possible en cas de problèmes de qualité. Pratiquement tous les fabricants de Vacherin Fribourgeois AOP ont un contrat de conseil avec Caséi et les autres ont recours à des conseils à la carte. Nous remercions Monsieur Stéphane Vaucher ainsi que tous les consultants pour leur engagement auprès des membres de notre Interprofession.

#### OIC

L'OIC est un acteur important afin de garantir l'authenticité de notre Vacherin Fribourgeois AOP et pour le contrôle du respect des règlements de l'IPVF. Le nombre de sites contrôlés pour 2019 se répartit de la manière suivante :

- 224 exploitations de production laitière
- 44 fromageries de plaine
- 20 estivages avec fabrication attenante
- 6 sites concernés par l'affinage et la mise en commerce du Vacherin Fribourgeois AOP

Les sites d'affinages sont directement contrôlés par l'OIC alors que les autres inspections sont effectuées par le SAAV. Nous remercions Monsieur Axel De Montmollin pour son engagement comme auditeur de la filière du Vacherin Fribourgeois AOP.

#### HERKUNFTSNACHWEISKULTUREN (HNK)

Das Projekt mit den Herkunftsnnachweiskulturen startete im Januar 2019 mit einem Versuch mit sechs Pediokokkenstämmen (Bakterien, die sich im Käse entwickeln, ohne die Reifung zu verändern) in der Pilotenhalde. Ein zweiter Versuch fand im Monat August statt, um die Ergebnisse des ersten Versuchs zu bestätigen. Während dieses Versuchs wurden die gleichen Stämme in höheren Konzentrationen verwendet, um die Nachweisgrenze dieser Stämme zu senken. Zwei dieser Stämme wurden ausgeschieden. Für dieses Jahr ist ein weiterer Versuch in der Pilotenhalde vorgesehen, und ein Käseriesversuch wird im Frühling in den Versuch für die Säuerungskulturen integriert. Das Projekt ist gut angelaufen, jedoch sind wir erst am Anfang des Prozesses. Wir danken dem ganzen Team von Agroscope für sein Engagement sowie den Henri Ledentu, Serge Bongard und Stéphane Vaucher für ihre Teilnahme an der Gruppe Herkunftsnnachweiskulturen sowie den professionellen Erfahrungsaustausch.

#### CASEI

Wir pflegen zahlreiche Kontakte mit CASEi und übermitteln ihnen alle Taxationsergebnisse, damit die Käseriesberater bei Qualitätsproblemen so schnell wie möglich agieren können. Fast alle Hersteller von Vacherin Fribourgeois AOP haben einen Beratungsvertrag mit CASEi, die anderen ziehen Berater punktuell bei. Wir danken Herrn Stéphane Vaucher sowie allen Beratern für ihr Engagement bei den Mitgliedern unserer Branchenorganisation.

#### ZERTIFIZIERUNGSSTELLE OIC

Die OIC stellt einen wichtigen Akteur dar. Sie garantiert die Authentizität unseres Vacherin Fribourgeois AOP und sorgt dafür, dass die Reglemente der BOVF eingehalten werden. 2019 wurden folgende Standorte kontrolliert:

- 224 Milchproduktionsbetriebe
- 44 Talkäsereien
- 20 Sömmersungsbetriebe (Produktion und Verarbeitung vor Ort)
- 6 Standorte, die von der Affinage und Vermarktung des Vacherin Fribourgeois AOP betroffen sind.

Die Affinage-Standorte werden direkt von der OIC kontrolliert, während die anderen Inspektionen durch das Amt für Lebensmittelssicherheit und Veterinärwesen LSVW erfolgen. Wir danken Herrn Axel De Montmollin für seinen Einsatz als Auditor der Vacherin Fribourgeois AOP-Wertschöpfungskette.

#### IPVF - COMMISSION DE PRODUITS

Michel Eggertswyler, Président et Taxateur Président und Taxationsexperte, Jean-Pierre Fasel, Taxateur Taxationsexperte, Beat Hofstetter, Taxateur Taxationsexperte, Jean-Louis Egger, Taxateur Taxationsexperte, Henri Ledentu, Taxateur - suppléant stellvertretender Taxationsexperte, Joël Gachet, Taxateur-alpages Taxationsexperte Alpen, Philippe Caille, Responsable Contrôle et Qualité Kontroll- und Qualitätsverantwortlicher, Sandra Jungo, Secrétaire Administrative administrative Sekretärin

# Den Moment genießen



## Vacherin® Fribourgeois

SWITZERLAND

Einmaliger Geschmack seit 600 Jahren