



# Rapport, d'activités Tätigkeitsbericht

2021



**Vacherin® Fribourgeois**

SWITZERLAND

Goût unique depuis 600 ans

# Sommaire

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>INTRODUCTION</b> <b>EINLEITUNG</b>	<b>3</b>
<b>STRUCTURE IPVF</b> <b>STRUKTUR BOVF/IPVF</b>	<b>4</b>
<b>ACTIVITÉS 2021 ET PROJETS EN COURS</b> <b>AKTIVITÄTEN IM 2021 UND LAUFENDE PROJEKTE</b>	<b>6</b>
<b>MARKETING ET COMMUNICATION</b> <b>MARKETING UND KOMMUNIKATION</b>	<b>11</b>
<b>CONTRÔLES ET QUALITÉ</b> <b>KONTROLLEN UND QUALITÄT</b>	<b>21</b>
<b>COMPTES ET RAPPORT DE VÉRIFICATION 2021 EN ANNEXE POUR LES MEMBRES</b> <b>IN DER BEILAGE ERHALTEN UNSERE MITGLIEDER DIE JAHRESRECHNUNG</b> <b>UND DEN BERICHT DER KONTROLLSTELLE 2021.</b>	

---

### IMPRESSUM

EDITEUR : INTERPROFESSION DU VACHERIN FRIBOURGEOIS  
RÉDACTION : INTERPROFESSION DU VACHERIN FRIBOURGEOIS  
GRAPHISME : PARALLELE.CH  
PHOTO DE COUVERTURE : TAKE OFF PRODUCTIONS  
IMPRESSION : MEDIA-F, BULLE

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

# Introduction

## Einleitung

URS SCHWALLER, PRÉSIDENT | PRÄSIDENT

Après une année 2020 compliquée, nous avons débuté 2021 avec précaution, au vu de l'instabilité des marchés liée à la pandémie. Ainsi, nos pronostics concernant la production et les ventes de Vacherin Fribourgeois AOP se voulaient prudents. Mais force est de constater que notre produit a su garder une place privilégiée auprès des consommateurs suisses et étrangers. Car au final, les chiffres 2021 ont non seulement dépassé nos attentes, mais également tous les records enregistrés jusqu'à présent.



Même s'il est difficile d'affirmer avec certitude les raisons de la bonne santé de la filière, il est possible de relever quelques éléments pertinents. À commencer par la qualité du Vacherin Fribourgeois AOP, qui plaît aux consommateurs. Un produit qui peut d'ailleurs s'utiliser de nombreuses et diverses manières dans l'alimentation quotidienne, ce qui constitue une deuxième raison de son succès. Enfin, les chiffres record des ventes sont également à attribuer à la distribution toujours plus large du produit, grâce aux acteurs dynamiques présents sur le marché.

2021 a été riche en projets pour la filière et deux d'entre eux ont particulièrement marqué l'année. Tout d'abord, l'augmentation du prix du Vacherin Fribourgeois AOP, introduite sur le marché le 1<sup>er</sup> juillet 2021. Cela a représenté une hausse bienvenue pour les membres de la filière, permettant d'adapter la valeur chez tous les acteurs et ainsi compenser les augmentations des charges. Car il est important de rappeler que le prix du Vacherin Fribourgeois AOP n'avait plus été revu depuis 2014.

Le deuxième dossier qui a demandé l'implication de chaque collègue et apporté beaucoup de discussions et de débats est sans nul doute la question de la traite automatisée. Comme vous le savez, l'assemblée des délégués du 16 décembre 2021 a décidé à l'unanimité d'accepter son utilisation pour les producteurs de lait pour le Vacherin Fribourgeois AOP qui le souhaitent. Cette décision a fait suite à plusieurs années de surveillances, d'analyses et d'études, qui ont permis au comité de faire une proposition sereine et pragmatique.

Dans le rapport d'activités de l'année dernière, nous avons formulé l'espoir que l'année 2021 soit plus radieuse que 2020. Les éléments cités plus haut sont bien la preuve que cela a été le cas. Ces excellents résultats, qui démontrent une filière solide et des consommateurs fidèles, sont une grande source de motivation, qui va nous permettre de continuer sur cette belle lancée en 2022.

Nach einem komplizierten Jahr starteten wir aufgrund der pandemiebedingt instabilen Märkte vorsichtig in das Jahr 2021. So fielen denn auch unsere Prognosen bezüglich Produktion und Verkauf von Vacherin Fribourgeois AOP eher zurückhaltend aus. Tatsächlich konnte aber unser Produkt seinen privilegierten Platz bei den Konsumenten im In- und Ausland halten, und die Zahlen 2021 übertrafen nicht nur unsere Erwartungen, sondern erreichten noch nie dagewesene Rekordzahlen.

Auch wenn es schwierig ist, mit Sicherheit zu sagen, welches die Gründe für die positive Lage der Wertschöpfungskette sind, so lassen sich doch einige massgebliche Elemente feststellen. Beginnen wir mit der Qualität des Vacherin Fribourgeois AOP: Sie überzeugt die Konsumenten, und das Produkt kann im Alltag in verschiedenster Form verwendet werden. Schliesslich sind die Rekordzahlen darauf zurückzuführen, dass das Produkt dank dynamischer Akteure auf dem Markt immer weiter verbreitet wird.

2021 war für die Wertschöpfungskette ein projektreiches Jahr. Zwei dieser Projekte haben das Jahr besonders geprägt: Erstens die Erhöhung des Preises für den Vacherin Fribourgeois AOP per 1. Juli 2021. Diese Erhöhung war für die Mitglieder der Wertschöpfungskette sehr willkommen und ermöglichte eine Wertanpassung bei sämtlichen Akteuren und damit eine Kompensation der gestiegenen Kosten. Es ist wichtig, daran zu erinnern, dass der Preis des Vacherin Fribourgeois AOP seit 2014 nicht mehr angepasst wurde.

Das zweite Projekt, das die Beteiligung aller Gremien erforderte und zu zahlreichen Diskussionen und Debatten führte, war zweifellos die Frage der automatischen Melksysteme. Wie Sie wissen, hat die Delegiertenversammlung am 16. Dezember 2021 einstimmig beschlossen, deren Einsatz für die Milchproduzenten des Vacherin Fribourgeois AOP zuzulassen. Dieser Beschluss folgte auf mehrere Jahre der Beobachtung, der Analysen und Studien, weshalb der Vorstand einen überlegten und pragmatischen Vorschlag unterbreiten konnte.

Im Tätigkeitsbericht des letzten Jahrs haben wir die Hoffnung geäussert, dass 2021 ein glänzenderes Jahr als 2020 werde. Die oben erwähnten Punkte sind der Beweis dafür, dass dies der Fall ist. Diese hervorragenden Ergebnisse stehen für eine solide Wertschöpfungskette und treue Kunden, und dies wird uns motivieren, im Jahr 2022 den eingeschlagenen Weg weiter zu beschreiten.

# Structure IPVF

## Struktur BOVF

### IPVF COMITÉ VORSTAND BOVF

Nom   Name	Prénom   Vorname	Entrée en vigueur   Inkrafttreta	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
Perret	Hervé	2020-2021	Affineur CREMO	1
Métraiiller	Frédéric	2021 (Entrée juin)	Affineur CREMO	1
Siegenthaler	Pascal	2020	Producteur de lait	1
Aeschlimann	David	2009	Conseiller scientifique SaGri	Invité
Brodard	André	2016	FSFL	Invité
Koller	Daniel	2004	PSL	Invité
Schmoutz	Nicolas	2019	AFR	Invité
Schmutz	Christian	2021	Fromarte	Invité
Isler	Olivier	2014 - 2021 (Sortie avril)	Fromarte	Invité
Castella	Romain	2017	Directeur	administration
Caille	Philippe	2017	Responsable contrôle et qualité	administration
Vallélian	Sandra	2017	Secrétaire administrative	administration

### IPVF DELEGUES AG DELEGIERTE DER BOVF

Nom   Name	Prénom   Vorname	Fonction   Funktion	Voix   Stimme
Duc	Christian	Affineur	5
Métraiiller	Frédéric	Affineur	5
Bérard	Louis	Fabricant	1
Yerly	Julien	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



### IPVF DELEGUES AG DELEGIERTE DER BOVF

Nom   Name	Prénom   Vorname	Fonction   Funktion	Voix   Stimme
Charrière	Christian	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
Risse	David	Producteur de lait	1
Rudaz	Elmar	Producteur de lait	1
Siegenthaler	Pascal	Producteur de lait	1
Yerly	Gabriel	Producteur de lait	1
<b>TOTAL DES VOIX</b>			<b>30</b>

### SECRÉTARIAT IPVF SEKRETARIAT DES BOVF

Nom   Name	Prénom   Vorname	Entrée en vigueur   Inkrafttrette	Fonction   Funktion	%
Castella	Romain	2017	Directeur	80
Caille	Philippe	2017	Responsable Contrôle et Qualité	100
Vallélian	Sandra	2001	Secrétaire administrative	40
Delacombaz	Vanessa	2018-2021 (Sortie août)	Responsable Marketing et Communication	
Aeby	Marielle	2020	Responsable Marketing et Communication (dès septembre)	60
Gremaud	Noam	2021 (Entrée septembre)	Responsable événements et sponsoring	80
Robatel	Fanny	2020-2021 (sortie décembre)	Collaboratrice marketing et communication	
<b>Communication – prestation de la FPE   Kommunikation - Bereitstellung von FPE</b>				<b>15</b>
Bourbia	Anaïs	2018	Chargée de communication	
<b>Comptabilité – prestation de la FPE   Buchhaltung - Bereitstellung von FPE</b>				<b>20</b>
Sottas	Thierry	2001	Responsable Finances	
Hohl	Christine	2002	Secrétaire comptable	
Frossard	Sophie	2021 (Entrée octobre)	Secrétaire comptable	

# Activités 2021 et projets en cours

## Aktivitäten und laufende Projekte im Jahr 2021

ROMAIN CASTELLA, DIRECTEUR | DIREKTOR

Après une année 2020 qui nous a obligés à annuler plusieurs manifestations et projets prévus, 2021 a été plus clément. La situation nous a permis de vivre une année riche, qui nous a apporté beaucoup mais qui a aussi demandé un fort engagement de la part des collaborateurs et collaboratrices, ainsi que des partenaires du Vacherin Fribourgeois AOP.



Nach einem Jahr 2020, das uns zwang, mehrere geplante Veranstaltungen und Projekte abzusagen, war 2021 ein besseres Jahr. Es war ereignisreich, brachte uns viel, erforderte aber von den Mitarbeitenden und Partnern des Vacherin Fribourgeois AOP einen grossen Einsatz.

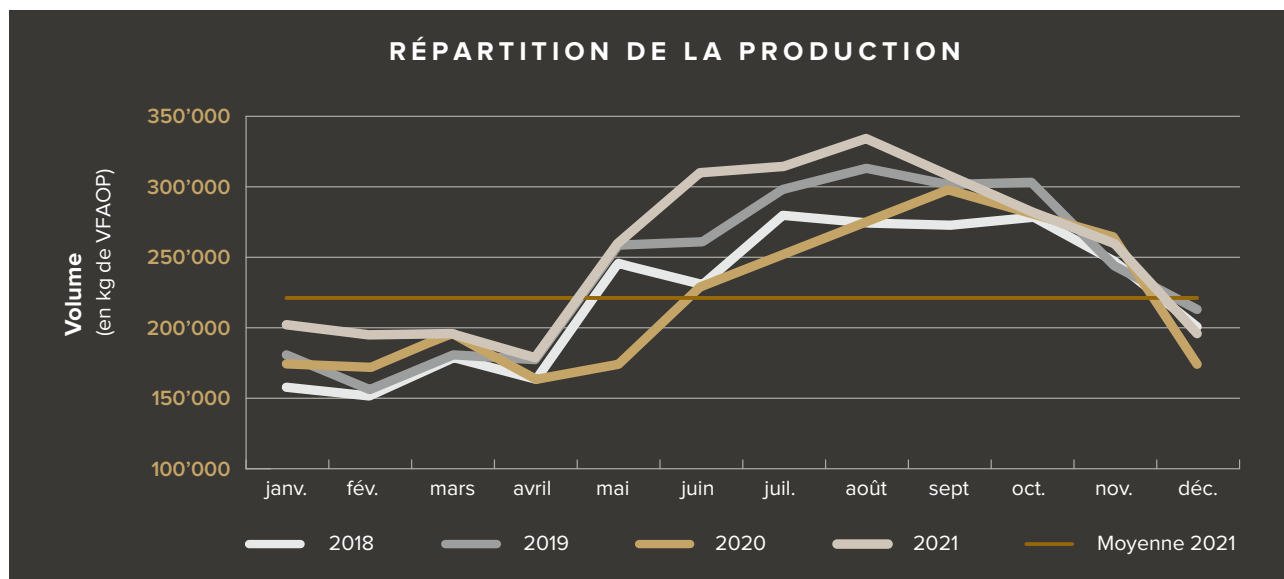
Marketingseitig wurden 2021 mehrere Projekte ins Leben gerufen, unter anderem die Realisierung der neuen zeitgemässen Website. Im Dezember konnte der Club Vaccarinus am Abend des 2. Dezember 2021 in den Sälen des Klosters Les Cordeliers in Freiburg lanciert werden. Diese bereits für das Jahr 2020 geplante Veranstaltung, die aufgrund der Gesundheitsschutzmassnahmen verschoben werden musste, führte nun die ersten 100 Mitglieder von Vaccarinus, dem neuen Club der Botschafter des Vacherin Fribourgeois AOP, zusammen. Der Abend war geprägt von gastronomischen Überraschungen, liebevoll zubereitet durch den berühmten Koch, Pierrot Ayer, die musikalische Begleitung der Gustav Academy und von Jo Mettraux sowie einen historischen Vortrag von Anne Philipona über die Ursprünge des Vacherins. Am Ende des Abends hatten die ersten Mitglieder dieses neuen Clubs das Vergnügen, einen eigens für diesen Anlass kreierten Siebdruck des Freiburger Künstlers François Aeby in Empfang zu nehmen.

Du côté du marketing, sans entrer dans les détails, plusieurs projets ont vu le jour cette année, avec notamment la mise sur pied d'un nouveau site internet remis au goût du jour. Et, en décembre, le lancement du Club Vaccarinus a pu avoir lieu lors d'une soirée tenue le 2 décembre 2021 aux Cordeliers à Fribourg. Prévu en 2020 et reporté en raison des mesures sanitaires, cet événement a été l'occasion de réunir les 100 premiers membres de Vaccarinus, le nouveau club d'ambassadeurs du Vacherin Fribourgeois AOP.



Oeuvre sérigraphiée de l'artiste fribourgeois François Aeby

Das letzte Jahr war ausserdem geprägt vom Fortschritt umfangreicher und für die Wertschöpfungskette wichtiger Projekte. Der Richtpreis für den Vacherin Fribourgeois AOP, der seit 2014 unverändert war, wurde per 1. Juli 2021 erhöht. Der Vorstand der BOVF hat diese Entscheidung im Sinne mehrerer Argumente getroffen, nämlich der Anpassung und Aufwertung des Milchpreises für die Wertschöpfungskette, der gestiegenen Zertifizierungskosten, der Investitionen in

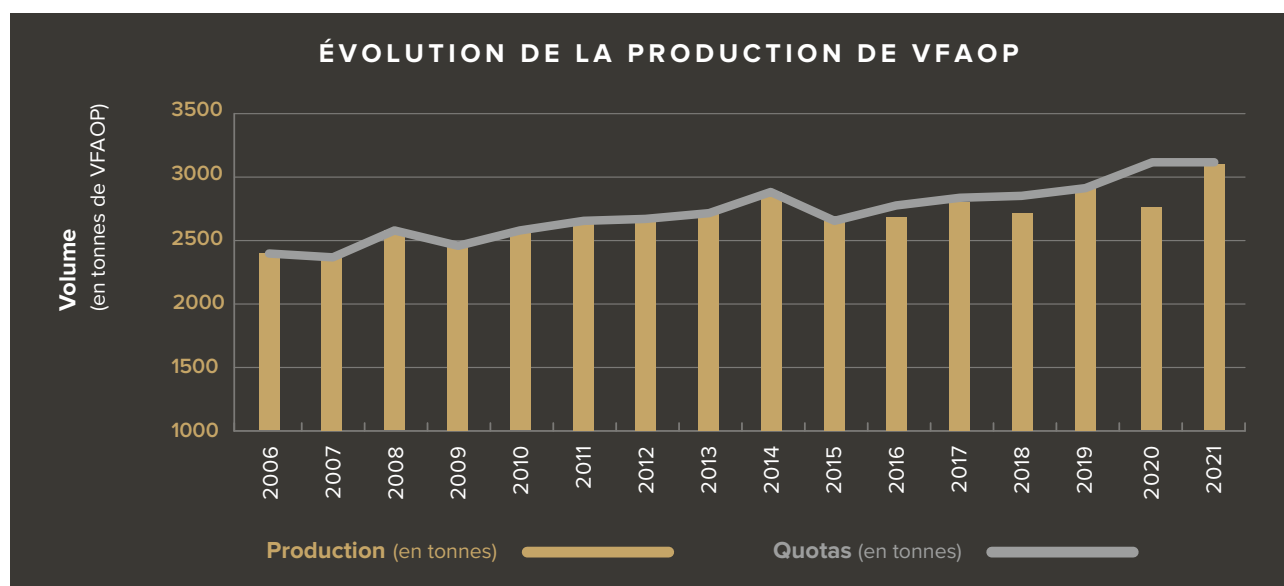


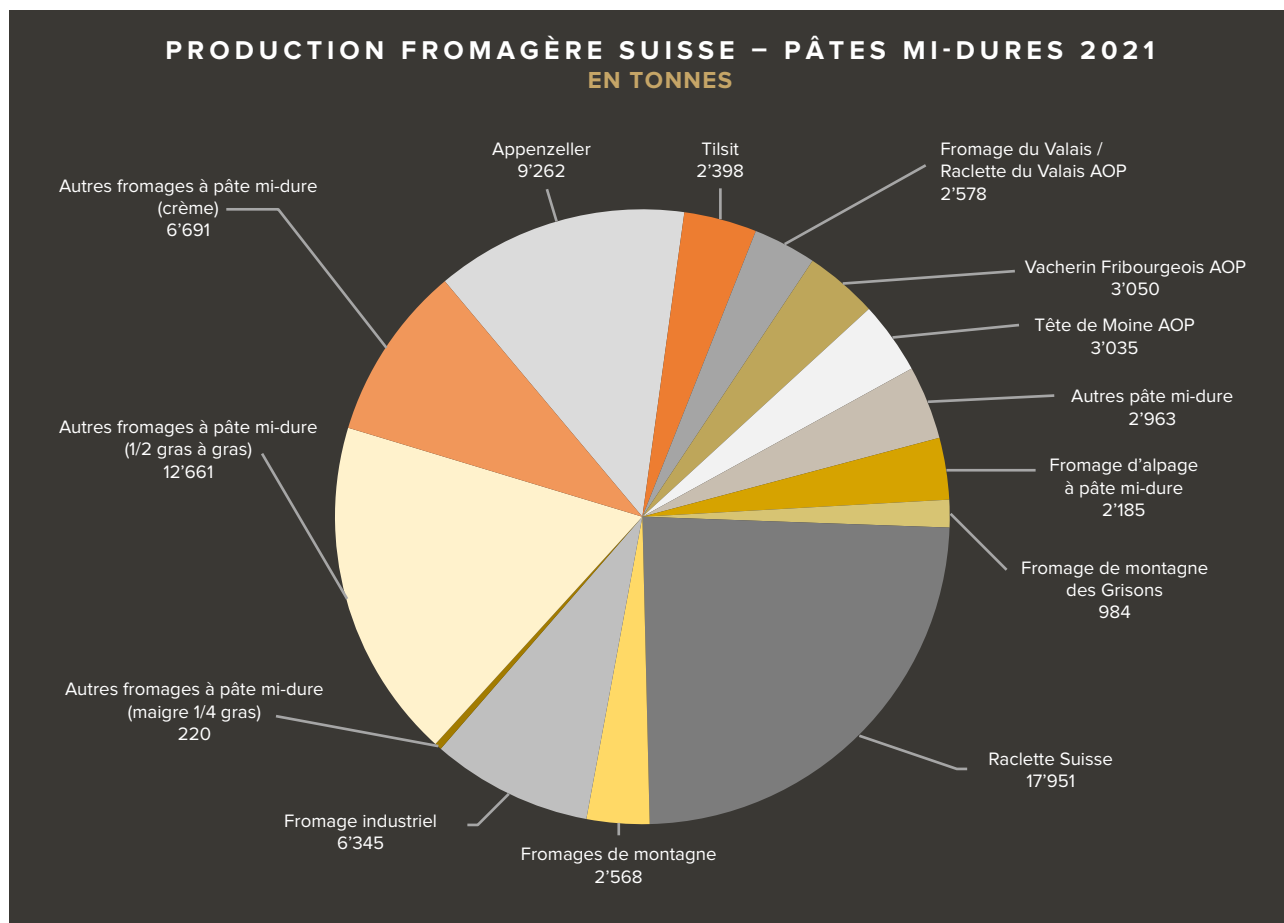
La soirée a été ponctuée de surprises gastronomiques concoctées par le Chef Pierrot Ayer, musicales avec la participation de la Gustav Academy et de Jo Mettraux et historique avec l'intervention d'Anne Philipona pour remonter aux origines du Vacherin. En fin de soirée, les premiers membres de ce nouveau club ont eu le plaisir de découvrir et recevoir une œuvre sérigraphiée et numérotée de l'artiste fribourgeois François Aeby créée spécialement pour cette occasion.

L'année dernière a également été marquée par l'avancée de dossiers conséquents et importants pour la filière. Ainsi, dès le 1<sup>er</sup> juillet 2021, le prix indicatif du Vacherin Fribourgeois AOP a augmenté, après ne plus avoir été ajusté depuis 2014. Le comité de l'IPVF a pris cette décision en suivant plusieurs arguments, soit l'adaptation

die Forschung zur Zertifizierung der Herkunftsnachweiskulturen des Vacherin Fribourgeois AOP, des Anstiegs der Lebenshaltungskosten seit 2014 oder auch des Engagements und der Investition der Branche in die Rückverfolgbarkeit und die immer anspruchsvollere Qualität des Produkts. Schliesslich wurde der Preis um 70 Rappen pro kg ab Käsekeller erhöht.

Das letzte Dossier, das während mehreren Jahren viele Diskussionen ausgelöst hat, ist der Einsatz der automatischen Melksysteme in der Produktion des Vacherin Fribourgeois AOP. An der ausserordentlichen Delegiertenversammlung der BOVF vom 16. Dezember 2021 genehmigten die Delegierten ein Durchführungsreglement zum Einsatz der automatischen Melksysteme in der Wertschöpfungskette.





et la valorisation du prix du lait pour la filière, l'augmentation des coûts de certification, les investissements dans la recherche pour la certification d'origine et les cultures du Vacherin Fribourgeois AOP, l'évolution à la hausse du coût de la vie depuis 2014, ou encore l'engagement et l'investissement de la branche pour la traçabilité et la qualité toujours plus pointues du produit. Au final, l'augmentation a été fixée à 70 centimes par kg à la sortie de la cave.

Enfin, le dernier dossier qui a soulevé de nombreuses discussions pendant plusieurs années est l'utilisation de la traite automatisée dans la production du Vacherin Fribourgeois AOP. Une assemblée extraordinaire a été organisée le 16 décembre 2021, durant laquelle les délégués de l'IPVF ont pris la décision d'imposer un règlement d'application encadrant l'utilisation de la traite automatisée dans la filière. Ils ont pu se prononcer sur la base de sources actuelles et précises concernant l'utilisation des robots de traite. Les réflexions de l'IPVF quant à cette utilisation avaient débuté en 2019 et se sont basées sur quatre critères essentiels : le respect du cahier des charges, la qualité du produit, son caractère authentique et le bien-être animal.

Dabei konnten sie sich auf aktuelle und genaue Quellen bezüglich des Einsatzes automatischer Melksysteme stützen. Die Überlegungen der BOVF bezüglich deren Einsatz gehen bereits auf das Jahr 2019 zurück und stützten sich auf vier Hauptkriterien: Einhaltung des Pflichtenheftes, Produktqualität, authentischer Charakter und Tierwohl.





## GESTION DES QUANTITÉS

Après une année 2020 plus difficile, 2021 a constitué une année record pour le Vacherin Fribourgeois AOP, avec des quotas de 3'147'457kg et une production de 3'074'344kg, dont l'augmentation par rapport à 2020 s'élève à 13,5%. La production d'alpage est quant à elle en progression avec 93'654 kg. Du côté de la production bio, c'est 92'634 kg qui ont été produits.

Cette forte augmentation de la production a déjà été ressentie dès le premier semestre de 2021. Il fallait ensuite s'assurer que le marché puisse l'absorber, ce qui a été le cas aussi bien en Suisse qu'à l'étranger, avec des hausses significatives mois après mois.

Les augmentations finales sont importantes en pourcentage par rapport à l'année 2020. Mais, pour rappel, cette dernière n'avait pas été à la hauteur des attentes de notre Interprofession, la pandémie ayant influé négativement sur la production et les ventes. Il est donc logique que l'année 2021 offre des augmentations importantes. Malgré cela, il est important de noter que les chiffres de la production et des ventes, en Suisse et à l'étranger, ont atteint des chiffres record en 2021, jamais atteints par le passé. Nul doute donc que ce sera une année à inscrire dans l'histoire du Vacherin Fribourgeois AOP et que ces résultats sont très encourageants, démontrant la solidité de la filière et la fidélité des consommateurs.

## EXPORTATION

La consommation de Vacherin Fribourgeois AOP à l'étranger n'a pas fléchi et nous permet d'atteindre un nouveau 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.

## MENGENSTEUERUNG

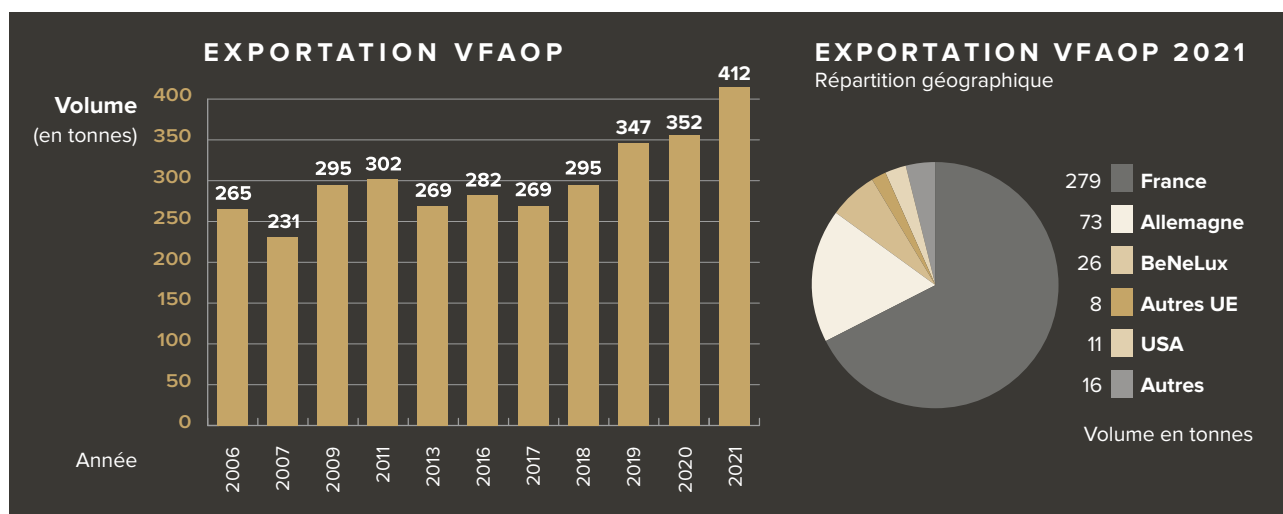
Nach einem schwierigeren Jahr 2020 stellte das Jahr 2021 für den Vacherin Fribourgeois AOP ein Rekordjahr mit Quoten von 3'147'457kg und einer Produktion von 3'074'344kg dar. Dies entspricht gegenüber dem Jahr 2020 einem Zuwachs von 13,5%. Die Alpkäseproduktion ihrerseits hat mit 87'918 kg zugenommen. Die Bioproduktion erreichte ein Volumen von 92'634 kg. Diese grosse Produktionssteigerung machte sich bereits ab dem ersten Halbjahr 2021 bemerkbar. Alsdann musste sichergestellt werden, dass der Markt diese Mengen aufnehmen konnte, was sowohl in der Schweiz als auch im Ausland Monat für Monat mit signifikanten Steigerungen der Fall war.

Die endgültigen Steigerungen in Prozent gegenüber dem Jahr 2020 sind beträchtlich. Es sei aber daran erinnert, dass das Jahr 2020 nicht den Erwartungen unserer Branchenorganisation entsprach, beeinflusste doch die Pandemie sowohl die Produktion als auch den Verkauf. Es ist folglich logisch, dass das Jahr 2021 grosse Steigerungen verzeichnet.

Dennoch ist es wichtig darauf hinzuweisen, dass die Produktions- und Verkaufszahlen in der Schweiz und im Ausland im Jahr 2021 noch nie verzeichnete Rekordzahlen erreichten. Es wird zweifellos ein Jahr sein, das in die Geschichte des Vacherin Fribourgeois AOP eingehen wird. Die Resultate sind sehr ermutigend und Beweis für die Stabilität der Wertschöpfungskette und die Treue der Konsumentenkreise.

## EXPORT

Der Konsum von Vacherin Fribourgeois AOP im Ausland stieg weiter an und erreichte eine Rekordmenge von 412,9 Tonnen im Ausland verkauften Käse, was gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um 17,2% bedeutet. Dieses erfolgreiche Geschäftsjahr ist nicht auf den Wirtschaftsfaktor zurückzuführen, da der Schweizer Franken gegenüber dem Euro weiterhin stark ist, sondern auf alle Akteure des Marktes, die grosse Anstrengungen unternehmen, um den Vacherin



## ADMINISTRATION

2021 a débuté avec l’emménagement de l’équipe de l’IPVF dans de nouveaux bureaux, mis à disposition en location par la Fédération Patronale et Economique au rez-de-chaussée de son bâtiment, à Bulle. Ces nouveaux locaux nous permettent d’avoir une meilleure visibilité ainsi qu’un meilleur accueil. L’environnement de travail est également bien adapté pour l’équipe de l’IPVF.

Toujours marquée par la pandémie et les mesures sanitaires, l’année 2021 a connu son lot d’instabilités, de reports et d’annulations de projets et événements. Cette situation a demandé beaucoup de souplesse de la part des collaboratrices et collaborateurs de l’IPVF. Les aléas tels que les quarantaines ou le télétravail peuvent vite amener des difficultés d’organisation pour une petite équipe comme la nôtre. Mais nous avons eu la chance de compter sur des personnes engagées, qui ont toujours continué à trouver l’énergie et la volonté d’accomplir de nouveaux projets. Un grand merci à toute cette équipe, pour leur engagement et leur motivation sans faille. 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.

Fribourgeois AOP bekannt zu machen und zu verkaufen. Wir sind hoch erfreut, auf zuverlässige und engagierte Partner zählen zu können, und hoffen, an diese gute Ausgangslage anknüpfen zu können.

## VERWALTUNG

Das Jahr 2021 begann mit dem Umzug des Teams der BOVF in die neuen Büros, welche die Fédération Patronale et Economique im Erdgeschoss ihres Gebäudes in Bulle zur Verfügung stellte. Diese neuen Lokalitäten schaffen mehr Sichtbarkeit und bieten bessere Empfangsmöglichkeiten sowie ein ideales Arbeitsumfeld für das Team der BOVF.

Das Jahr 2021 war noch immer noch pandemie- und gesundheitspolitisch geprägt und musste eine instabile Lage mit vertagten und annullierten Projekten und Anlässen hinnehmen. Diese Situation erforderte grosse Flexibilität seitens der Belegschaft der BOVF. Die Unsicherheiten wie Quarantänen oder Homeoffice können für ein kleines Team wie das unsrige sehr schnell zu organisatorischen Schwierigkeiten führen. Wir hatten aber die Chance, auf engagierte Personen zählen zu können, die jederzeit die Kraft und den Willen fanden, um neue Projekte zu verwirklichen. Ein grosses Dankeschön an das ganze Team für den grossen Einsatz und die stete Motivation.

Schliesslich benötigt unser kleines Team verschiedene Kompetenzen, um immer ehrgeizigere Ziele zu erreichen. Wir haben das Glück, auf die täglichen Dienstleistungen der Fédération Patronale et Economique, aber auch der Kommunikationsagenturen Trio in Lausanne und Parallèle in Bulle zurückgreifen zu können. Ebenso kann sich die Wertschöpfungskette glücklich schätzen, engagierte Persönlichkeiten im Dienste ihrer Sache zu haben, 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.

	2021	2020	2019
Producteur de lait	910 dont 37 alpages, 36 bio	930 dont 34 alpages, 36 bio	940 dont 33 alpages, 31 bio
Fabricants de plaine	67 dont 7 bio	68 dont 7 bio	67 dont 6 bio
Affineurs	4	4	4

	2021	2020	2019
Milchproduzenten	910 davon 37 Alpen, 36 Bio	930 davon 34 Alpen, 36 Bio	940 davon 33 Alpen, 31 Bio
Hersteller im Tal	67 davon 7 Bio	68 davon 7 Bio	67 davon 6 Bio
Affineure	4	4	4

# Marketing et Communication

## Marketing und Kommunikation

**MARIELLE AEBY, RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION  
LEITERIN MARKETING UND KOMMUNIKATION**

Les objectifs en matière de marketing et de communication sont restés pratiquement inchangés en 2021 avec, toutefois, la perspective d'un retour à une certaine normalité. Le sponsoring TV de la météo sur la RTS et la SRF en début d'année visait à accroître la notoriété de la marque. Quant aux manifestations et aux dégustations organisées à partir de l'été, elles ont permis de renforcer l'image de la marque et de retrouver une proximité physique avec les consommateurs et consommatrices ainsi que les potentiels groupes cibles.



Die Marketing- und Kommunikationsziele blieben auch im Jahr 2021 praktisch unverändert, jedoch mit der Perspektive, zu einer gewissen Normalität zurückzukehren. Mit dem Anfang Jahr stattfindenden TV-Sponsoring der Sendung Meteo auf RTS und SRF wurde das Ziel der Bekanntheitssteigerung verfolgt. Veranstaltungen und Degustationen ab dem 2. Halbjahr führten dazu, dass das Image weiter gestärkt werden konnte, und die physische Nähe zu den Konsumenten bzw. zur potenziellen Zielgruppe wieder vorhanden war.

### COMMUNICATION – COUP DE NEUF POUR LA CAMPAGNE

Depuis 2018, le Vacherin Fribourgeois AOP s'est approprié, avec sa nouvelle campagne, les codes picturaux de la Poya pour ancrer la marque dans le patrimoine fribourgeois, et a fait coïncider des symboles traditionnels avec ceux plus contemporains de notre société actuelle. Avec cette campagne et son slogan « Savourez l'instant », le Vacherin Fribourgeois AOP s'est inscrit comme le compagnon gourmand de chaque instant de vie.

Bien que la campagne se soit développée durant ces trois dernières années afin de s'adapter aux différents supports et actions de communication, le concept s'est essouffé et avait besoin d'un renouveau. Un concept plus vivant et plus dynamique a ainsi été élaboré en collaboration avec l'agence Trio. De la texture et différents niveaux de gris ont été ajoutés afin de donner une illusion de mouvement et de profondeur aux scènes, et des images authentiques de situations ou de personnes ont été associées aux pictogrammes. La nouvelle campagne de communication a été fondée sur deux concepts différents. Le premier est celui du « Savourez l'instant » et reprend les mêmes

### KOMMUNIKATION – NEU GESTALTETE IDENTITÄT IN DER CAMPAGNE

Seit 2018 hat der Vacherin Fribourgeois AOP die Bildmotive, die an die Poya erinnern, in seine neue Kampagne übernommen, um die Marke im freiburgischen Erbe zu verankern und die Verbindung zwischen traditionellen und moderneren Symbolen unserer derzeitigen Gesellschaft herzustellen. Mit dieser Kampagne und ihrem Slogan « Geniessen Sie den Moment » präsentiert sich der Vacherin Fribourgeois AOP als geschmackvoller Begleiter, der sich jederzeit und überall geniessen lässt.

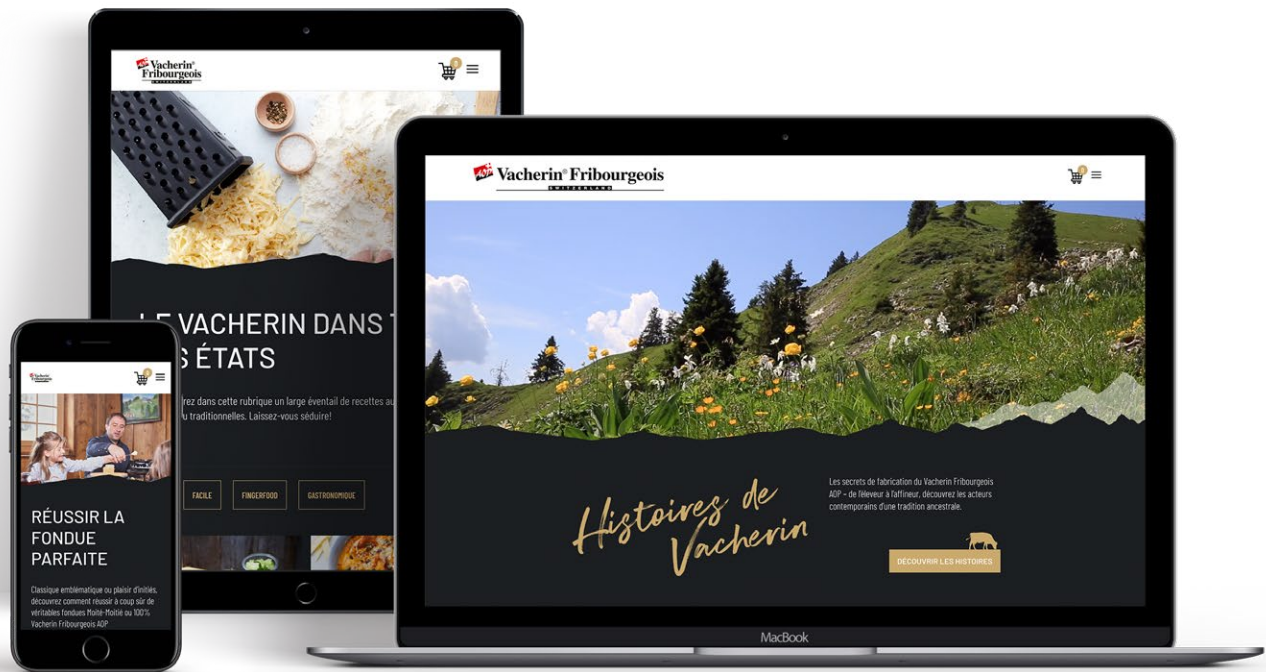
Obwohl sich die Kampagne in diesen letzten drei Jahren weiterentwickelt hat, um sich den verschiedenen Werbeträgern und -aktionen anzupassen, hat das Konzept an Dynamik verloren und sollte erneuert werden. Zusammen mit unserer Agentur Trio wurde ein neues Konzept erarbeitet, das mehr Dynamik und Lebendigkeit widerspiegelt. Es wurden Textur und verschiedene Graustufen hinzugefügt, um den Szenen die Illusion von Bewegung und Tiefe zu verleihen. Zudem wurden authentische Bilder von Situationen oder Personen mit den Piktogrammen vereint.

bases du concept initial de 2018. Le second concept s'intitule « Savoir-faire ». Il a pour but de mettre en avant le processus de fabrication du Vacherin Fribourgeois AOP et le savoir-faire des membres. La campagne a été présentée pour la première fois à partir de novembre 2021, au moyen d'une campagne d'affichage (print et digital) de grande envergure, à proximité des centres commerciaux Migros et Coop de Suisse romande et alémanique, durant quatre semaines. Les réactions ont été très positives.

Die neu erarbeitete Kommunikationskampagne bestand aus zwei verschiedenen Konzepten: Das erste ist das «Geniessen Sie den Moment». Es nimmt die Grundlagen des ursprünglichen Konzepts von 2018 wieder auf. Das zweite Konzept trägt den Titel «Savoir-faire». Es soll den Herstellungsprozess des Vacherin Fribourgeois AOP und das «Savoir-faire» der Mitglieder in den Vordergrund stellen. Diese Kampagne war ab November 2021 in Form von Plakaten (print und digital) rund um die Einkaufszentren von Migros und Coop in der West- und Deutschschweiz während vier Wochen zum ersten Mal zu sehen und hat durchwegs positive Rückmeldungen erhalten.



F12-Plakat in der Nähe der Coop- und Migros-Filialen



## REFONTE DU SITE INTERNET

Le site du Vacherin Fribourgeois AOP a aussi été remanié pour correspondre à la nouvelle identité visuelle.

Les objectifs de cette refonte étaient, premièrement, de rendre la navigation plus facile et agréable pour les visiteurs et, deuxièmement, de mettre plus en avant le produit et les membres afin de transmettre davantage d'émotions et de véhiculer les valeurs du Vacherin Fribourgeois AOP, telles que le savoir-faire, la tradition et l'authenticité.

Au printemps 2021, l'Interprofession a lancé un concours et contacté quatre agences fribourgeoises pour y participer. A la suite des présentations des projets, l'agence digitale Emblematik, en collaboration avec l'agence Parallèle pour le design, a été sélectionnée pour mener à bien leur projet. Ce projet commun était celui qui répondait le mieux aux exigences et aux attentes de l'Interprofession. Après plusieurs mois de travail et de collaboration, le nouveau site internet a été mis en ligne en novembre.

[www.vacherin-fribourgeois-aop.ch](http://www.vacherin-fribourgeois-aop.ch)

## ONLINE ET RÉSEAUX SOCIAUX

La communication numérique a été renforcée en 2021. Ce domaine continue de gagner en importance, avec des possibilités toujours plus nombreuses. Les campagnes SEA habituelles et les campagnes Google Display ont été poursuivies et optimisées.

Tout au long de l'année, des contenus riches et variés ont été créés pour les réseaux sociaux, notamment en lien avec la nouvelle identité visuelle. Deux campagnes sont à relever. Tout d'abord,

## WEBSEITE IN NEUEM DESIGN

Durch die neu gestaltete Identität wurde auch der Internetauftritt des Vacherin Fribourgeois AOP überarbeitet.

Mit der Neugestaltung sollte zum einen das Surfen für die Besucher vereinfacht und angenehmer gestaltet werden, und zum anderen sollten das Produkt und die Mitglieder stärker in den Vordergrund gerückt werden, um Emotionen und die Werte des Vacherin Fribourgeois AOP wie das «Savoir-faire», die Tradition und die Authentizität stärker zu transportieren.

Im Frühling 2021 hat die Branchenorganisation einen Wettbewerb ausgeschrieben und vier Freiburger Agenturen für eine Teilnahme kontaktiert. Im Anschluss an die Präsentationen der Projekte wurde die Web-Agentur Emblematik zusammen mit der Design Agentur Parallèle, ausgewählt und beauftragt. Ihr gemeinsames Projekt entsprach den Anforderungen und Erwartungen der Branchenorganisation am besten. Nach mehreren Monaten der Arbeit und Zusammenarbeit wurde die neue Website im November aufgeschaltet.

[www.vacherin-fribourgeois-aop.ch](http://www.vacherin-fribourgeois-aop.ch)

## ONLINE / SOCIAL MEDIA

Die digitale Kommunikation wurde auch im Jahr 2021 weiter ausgebaut, da diese nach wie vor an Wichtigkeit gewinnt und es immer mehr Möglichkeiten in diesem Bereich gibt. Die regulären SEA-Kampagnen sowie Google-Display-Kampagnen wurden weiter fortgesetzt und optimiert.

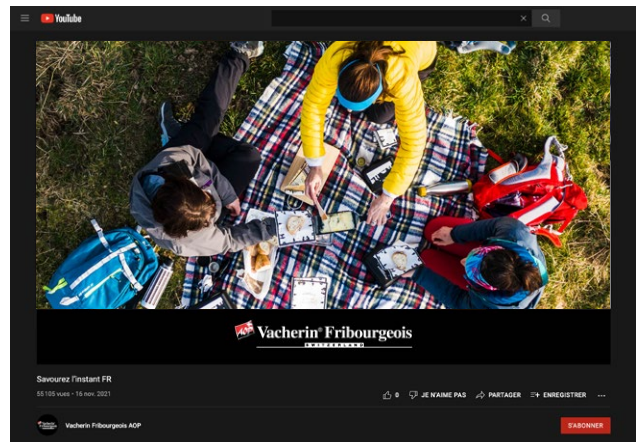
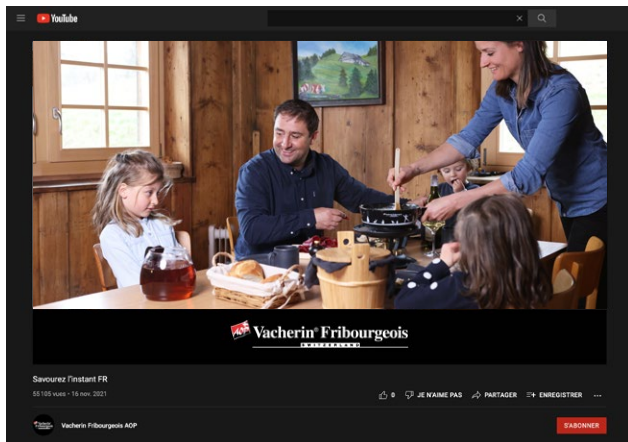
Für die sozialen Kanäle wurden über das ganze Jahr hindurch abwechslungsreiche Inhalte kreiert, auch in Anlehnung an die Wei-

la campagne d'influence, menée sur quatre semaines avec sept influenceurs. L'objectif était de renforcer l'image de la marque et d'augmenter la notoriété du VFAOP, en particulier en Suisse alémanique. C'est pourquoi on a fait appel à trois influenceurs suisses alémaniques – une première. Les objectifs ont été largement dépassés et les influenceurs ont créé des contenus personnalisés de qualité. La réussite de ce projet se voit dans l'excellent taux d'engagement et les réactions positives de la communauté. La campagne a clairement atteint le bon groupe cible.

Par ailleurs, quatre vidéos ont été produites avec l'entreprise Take-off, et diffusées sur Facebook et Instagram dans un premier temps. La première vidéo a été présentée dans le cadre de notre partenariat lors de la Désalpe de Charmey; elle met en avant la fabrication et le savoir-faire des fromagers d'alpage. Les trois autres vidéos sont placées sous le thème « Savourez l'instant ». Elles montrent trois situations du quotidien, avec des personnes dans différentes étapes de la vie : une famille autour d'une fondue dans un chalet, un couple en tête-à-tête à la maison et des copines qui savourent du Vacherin Fribourgeois AOP sous forme de raclette en randonnée. Ces courtes vidéos (entre 30 secondes et 1 minute) ont été publiées sous forme de post organique et de contenu sponsorisé. L'objectif de cette action était d'attirer l'attention, de susciter des émotions et de montrer que le Vacherin Fribourgeois AOP se déguste aussi sous forme de raclette.

terentwicklung der neu gestalteten Identität. Zwei Kampagnen sind hier hervorzuheben, welche unter anderem umgesetzt wurden. Zum einen ist es die Influencer-Kampagne, die mit sieben Influencern über einen Zeitraum von knapp vier Wochen durchgeführt wurde. Ziel war es, das Markenimage zu stärken und die Bekanntheit des VFAOP zu steigern, vor allem auch in der Deutschschweiz. Daher kamen zum ersten Mal auch drei Deutschschweizer Influencer zum Einsatz. Die gesetzten Ziele wurden übertroffen, und die Influencer erstellten hochwertige und individuelle Inhalte. Dies zeigte sich vor allem auch an der hervorragenden Engagement-Rate und dem positiven Feedback der Community, wobei ganz klar die richtige Zielgruppe angesprochen wurde.

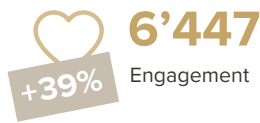
Zum anderen wurden vier Videos mit der Firma Take-off produziert, welche in einem ersten Schritt auf Facebook und Instagram verbreitet wurden. Das erste Video wurde im Zusammenhang mit unserer Partnerschaft am Alpbzug von Charmey gezeigt, welches die Herstellung und das «Savoir-faire» der Alpkäser in den Vordergrund rückt. Die drei weiteren Videos standen unter dem Thema «Den Moment geniessen». Drei verschiedene Alltagssituationen mit Personen in drei verschiedenen Lebensphasen wurden dabei gezeigt: Sei es die Familie beim Fondue-Essen in ihrem Chalet, das Paar in trauter Zweisamkeit zu Hause oder Freundinnen, welche beim Wandern ein Raclette aus Vacherin Fribourgeois AOP geniessen. Die Videos, welche zwischen 30 Sekunden und 1 Minute dauern, wurden als normaler Post sowie auch als gesponsorter Beitrag gestreut. Das Ziel dieser Aktion war es, Aufmerksamkeit zu gewinnen, Emotionen zu wecken und zu zeigen, dass man den Vacherin Fribourgeois AOP auch als Raclette geniessen kann.



# CAMPAGNE D'INFLUENCE HIVER 2021

26 janvier - 20 février

## CAMPAIGN PERFORMANCE

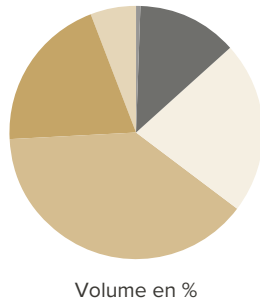
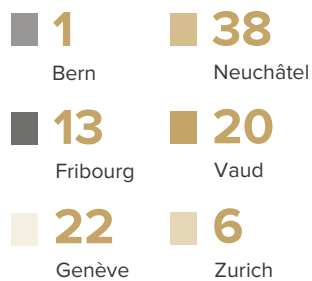


## CAMPAGNE HIVERNALE 2021

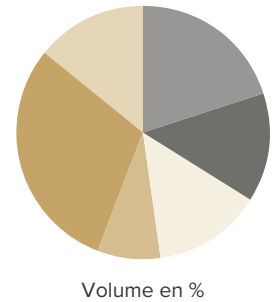
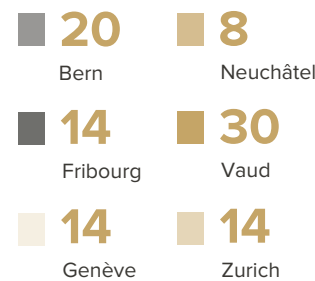
18 novembre - 16 décembre

*Savourer l'instant*

### AFFICHES DIGITALES



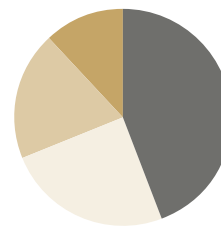
### AFFICHES PRINT



### FACEBOOK ADS



### Intérêt Ad's par région

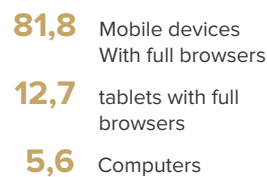
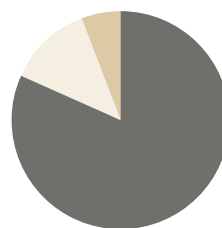


Volume en %

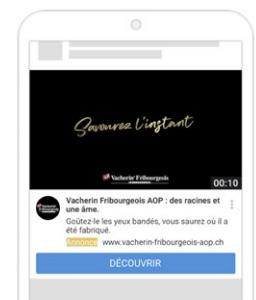
### YOUTUBE ADS



### Clics par device



Volume en %



**NOAM GREMAUD  
RESPONSABLE EVENTS ET SPONSORING**

Chaque année, l'Interprofession du Vacherin Fribourgeois s'engage fortement dans plusieurs événements culturels, sportifs et économiques. Que ce soit de grandes manifestations, le soutien de producteurs locaux, des expositions régionales, des camps de ski ou des festivals, l'IPVF souhaite s'investir dans des projets qui correspondent à la nouvelle stratégie marketing mise en place en 2021.



L'année 2021 a été marquée par un contexte spécial dû aux restrictions liées au Covid-19. De nombreuses manifestations ont été annulées ou reportées. Malgré cette situation, l'IPVF a tout de même pu être visible à travers différents sponsorings et partenariats tels que la Désalpe de Charmey. Pour la deuxième année consécutive, l'IPVF était partenaire de la Désalpe de Charmey, retransmise une nouvelle fois sur la RTS. L'émission a réalisé 35,2 % de parts de marché, et plus de 37% chez les 30-50 ans, ce qui représente

**NOAM GREMAUD  
VERANTWORTLICHER EVENTS UND SPONSORING**

Jedes Jahr engagiert sich die Branchenorganisation Vacherin Fribourgeois stark für mehrere kulturelle, sportliche und wirtschaftliche Veranstaltungen. Sei es an Grossveranstaltungen, durch Unterstützung lokaler Produzenten, regionaler Ausstellungen, Skilagern oder Festivals, die BOVF möchte sich in Projekten einbringen, die der im Jahr 2021 umgesetzten Strategie entsprechen. Das Jahr 2021 war geprägt von Corona-bedingten Einschränkungen. Zahlreiche Veranstaltungen mussten deshalb annulliert oder verschoben werden. Trotz dieser schwierigen Situation gelang es der BOVF, über verschiedene Sponsorings und Partnerschaften wie dem Alpabzug von Charmey, Sichtbarkeit zu erreichen. Zum zweiten Jahr in Folge war die BOVF Partnerin des Alpabzugs von Charmey, der wiederum auf RTS ausgestrahlt wurde. Die Sendung wurde von 35,2 % Zuschauern mitverfolgt, mit einem Anteil von 37 % bei den 30 - 50-Jährigen. Der zweistündige Anlass



26'000 personnes devant leur poste sur une durée de deux heures. Six familles d'armaillis et leur troupeau ont participé à cette édition. Des artisans régionaux et des animations musicales ont également agrémenté l'émission. Sur place, une zone pouvant accueillir 500 personnes était réservée aux invités officiels et villageois de Charmey, conformément aux restrictions sanitaires du moment.



im Fernsehen wurde von insgesamt 26'000 Personen mitverfolgt. An dieser Ausgabe nahmen sechs Sennenfamilien mit ihren Viehherden teil. Regionales Handwerk und musikalische Darbietungen rundeten die Sendung ab. Vor Ort war ein gemäss den aktuellen Covid-bedingten Einschränkungen ein Bereich für 500 Personen für die offiziellen Gäste und die Dorfbewohner von Charmey reserviert.



Voici d'autres manifestations et projets sponsorisés en 2021 (liste non exhaustive) :

- HC Fribourg Gottéron
- Inauguration de la nouvelle ferme école de Grangeneuve
- Télécabine à la Berra
- 150 ans de la Liberté
- Junior Expo
- Les Georges
- Lac Noir Festival

La majorité des engagements de sponsoring pris en 2021 ont été maintenus ou reportés pour 2022.

### PRÉSENCE DANS LES FOIRES ET ÉVÉNEMENTS

L'automne 2021 a marqué la reprise des foires et manifestations après une année d'attente. L'IPVF a participé aux foires suivantes, grâce au soutien de l'association des AOP et Switzerland Cheese Marketing (SCM).

- |  |                   |
|--|-------------------|
| • Foire du Valais à Martigny                 | 170'000 visiteurs |
| • OLMA à St-Gall                             | 220'000 visiteurs |
| • Le SYRHA de Lyon                           | 150'000 visiteurs |
| • Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle | 39'000 visiteurs  |
| • Les Automnales à Genève                    | 114'000 visiteurs |

Dans l'ensemble, nous avons connu une bonne fréquentation sur l'ensemble des foires malgré les craintes liées au Covid-19. Cependant, le nombre d'exposants a quant à lui diminué d'environ 30% comparé aux éditions précédentes.

Nachfolgend eine nicht abschliessende Liste weiterer gesponserter Veranstaltungen und Projekte im Jahr 2021:

- HC Fribourg Gottéron
- Einweihung des neuen Schulbauernhofs in Grangeneuve
- Gondel in La Berra
- 150 Jahre Tageszeitung «La Liberté»
- Junior Expo
- Les Georges
- Schwarzsee Festival

Die meisten der 2021 eingegangenen Sponsorings wurden aufrechterhalten oder auf das Jahr 2022 verschoben.

### TEILNAHME AN MESSEN UND VERANSTALTUNGEN

Nach einem Jahr des Wartens war der Herbst 2021 von der Wiederaufnahme von Messen und Veranstaltungen geprägt. Die BOVF nahm dank der Unterstützung der Vereinigung der AOP/IGP und Switzerland Cheese Marketing (SCM) an folgenden Messen teil:

- |  |                  |
|--|------------------|
| • Foire du Valais in Martigny                      | 170'000 Besucher |
| • OLMA in St. Gallen                               | 220'000 Besucher |
| • SYRHA in Lyon                                    | 150'000 Besucher |
| • Schweizer Gastromesse Goûts et Terroirs in Bulle | 39'000 Besucher  |
| • Les Automnales in Genf                           | 114'000 Besucher |

Insgesamt verzeichneten wir trotz der Befürchtungen im Zusammenhang mit dem Covid-19 eine gute Besucherzahl. Allerdings ging die Zahl der Aussteller im Vergleich zu den vorausgegangenen Veranstaltungen um rund 30 % zurück.



### SWITZERLAND CHEESE MARKETING (SCM)

Notre étroite collaboration avec SCM nous permet d'être présents sur le terrain étranger, particulièrement en France avec des animations. Le Vacherin Fribourgeois AOP est proposé à la dégustation dans des points de vente soigneusement sélectionnés, que ce soit en grande distribution ou en crèmerie, avec des animateurs spécialisés et formés en Suisse. Une vingtaine de dégustations de Vacherin Fribourgeois AOP ont été organisées d'octobre à décembre 2021. En plus de ces dégustations, la Quinzaine du Vacherin Fribourgeois s'est déroulée pour la 3<sup>ème</sup> fois. Du 20 novembre au 4 décembre 2021, le Vacherin Fribourgeois AOP s'est invité chez une soixantaine de crèmeries et fromagers à Lyon, Lille, Strasbourg et, nouveauté, à Paris, et a été mis en valeur par diverses activités durant cette période.

### SWITZERLAND CHEESE MARKETING AG SCM

Unsere enge Zusammenarbeit mit SCM erlaubte es uns, im Ausland – insbesondere in Frankreich – mit Events präsent zu sein. Der Vacherin Fribourgeois AOP wurde an sorgfältig ausgewählten Verkaufspunkten durch spezialisierte und in der Schweiz ausgebildete Animatoren zur Degustation angeboten, sei dies bei Grossverteilern oder in Milchgeschäften. Von Oktober bis Dezember 2021 wurden rund 20 Degustationen von Vacherin Fribourgeois AOP organisiert. Zusätzlich zu diesen Degustationen fand zum dritten Mal die Quinzaine du Vacherin Fribourgeois AOP statt. Vom 20. November bis 4. Dezember 2021 war der Vacherin Fribourgeois AOP bei rund 60 Milch- und Käsegeschäften in Lyon, Lille, Strassburg und, ganz neu, in Paris vertreten. Während dieser Zeit fanden verschiedenste Aktivitäten statt.





### CRÉATION DU CLUB VACCARINUS

Le Club Vaccarinus est né en 2019, sous l'impulsion de l'Interprofession du Vacherin Fribourgeois (IPVF). Il a pour objectif de faire rayonner le Vacherin Fribourgeois AOP et le canton de Fribourg, ainsi que de réunir un public affinitaire autour de ce produit emblématique et traditionnel. Le comité est présidé par Alain Lunghi, directeur adjoint de la Promotion économique du canton de Fribourg qui est entouré par Claire-Lise Rimaz (vice-présidente), Christelle Grangier (responsable communication), Romain Castella (directeur de l'IPVF) et René Kolly (représentant des fromagers). Pour rejoindre le club, il faut apprécier le Vacherin Fribourgeois AOP, savoir réaliser une fondue pur Vacherin et être parrainé par un membre.

En raison de la pandémie mondiale, la soirée d'intronisation des premiers membres prévue initialement fin 2020 a finalement eu lieu le 2 décembre 2021 aux Cordeliers à Fribourg. Une centaine de personnes ont répondu présentes à l'appel des membres fondateurs du club.

La soirée a été ponctuée de surprises gastronomiques concoctées par le Chef Pierrot Ayer, musicales avec la participation de la Gustav Academy et de Jo Mettraux et historique avec l'intervention d'Anne Philipona pour remonter aux origines du Vacherin. En fin de soirée, les premiers membres de ce nouveau club ont eu le plaisir de découvrir et recevoir une œuvre sérigraphiée et numérotée de l'artiste fribourgeois François Aeby créée spécialement pour cette occasion.

### GRÜNDUNG DES CLUB VACCARINUS

Der Club Vaccarinus wurde 2019 auf Anregung der Branchenorganisation des Vacherin Fribourgeois (BOVF) ins Leben gerufen. Sein Ziel ist es, den Vacherin Fribourgeois AOP und den Kanton Freiburg bekannter zu machen und ein affines Publikum rund um dieses emblematische und traditionelle Produkt zu vereinen. Den Vorsitz im Vorstand führt Alain Lunghi, stv. Direktor der Wirtschaftsförderung des Kantons Freiburg. Zur Seite stehen ihm Claire-Lise Rimaz (Vizepräsidentin), Christelle Grangier (Kommunikationsverantwortliche), Romain Castella (Direktor der BOVF) und René Kolly (Vertreter der Käser). Um dem Club beizutreten, muss man sich selbstverständlich für den Vacherin Fribourgeois AOP begeistern, von einem Götti vorgestellt werden, und die Mitgliedschaft durch Zubereitung eines Fondues aus reinem Vacherin bestätigen lassen.

Aufgrund der weltweiten Pandemie fand die ursprünglich auf Ende 2020 geplante Inthronisierung der ersten Mitglieder dann schliesslich am Abend des 2. Dezember 2021 in Les Cordeliers, Freiburg, statt. Rund 100 Personen folgten der Einladung der Gründungsmitglieder des Clubs.

Der Abend war geprägt von gastronomischen Überraschungen, liebevoll zubereitet durch den berühmten Koch, Pierrot Ayer, die musikalische Begleitung der Gustav Academy und von Jo Mettraux sowie einen historischen Vortrag von Anne Philipona über die Ursprünge des Vacherins. Am Ende des Abends hatten die ersten Mitglieder dieses neuen Clubs das Vergnügen, einen eigens für diesen Anlass kreierten Siebdruck des Freiburger Künstlers François Aeby in Empfang zu nehmen.



Fromagerie La Grenette SA à Conthey



Au Cœur du Fromage à Blonay

## PARTENAIRES AGRÉÉS

L'Interprofession du Vacherin Fribourgeois AOP a mis en place une certification de « Partenaire Agréé », accompagnée d'une charte, dans le but d'identifier et soutenir les commerçants vendant du Vacherin Fribourgeois AOP mais n'étant pas membres de l'IPVF. L'objectif de cette identification est, d'une part, de pouvoir améliorer la distribution du produit hors canton, et d'autre part, cela permettra d'accompagner les partenaires dans la promotion du produit. En 2021, les 20 premiers Partenaires Agréés ont signé leur charte et se situent dans diverses régions telles que Genève, Vaud, Valais, Fribourg ou encore Zurich.

## ET POUR 2022 ?

La nouvelle campagne sera poursuivie durant l'année à venir, que ce soit par exemple avec une campagne d'affichage ou en digital avec de nouveaux contenus pour les canaux correspondants. De plus, le Vacherin Fribourgeois AOP sera partenaire de grandes manifestations telles que le Swiss Fondue Festival, la Désalpe de Charmey ou La Schubertiade à Fribourg. De nombreux projets sont en cours et nous nous réjouissons de l'année à venir !

## ANERKANNT PARTNER

Die Branchenorganisation des Vacherin Fribourgeois AOP hat die Zertifizierung für « anerkannte Partner » eingeführt, begleitet von einer Charta. Damit sollen Händler identifiziert und unterstützt werden, die zwar Vacherin Fribourgeois AOP vertreiben, aber nicht Mitglied der BOVF sind. Ziel dieser Identifikation ist es einerseits, die Produktverkäufe ausserhalb des Kantons zu steigern, und andererseits die Partner bei der Verkaufsförderung zu begleiten. Im Jahr 2021 haben die ersten 20 anerkannten Partner aus den Kantonen Genf, Waadt, Wallis, Freiburg und Zürich die Charta unterzeichnet.

## UND FÜR 2022 ?

Die neue Kampagne wird für das kommende Jahr weiter fortgesetzt, sei es z.B mit einer geplanten Plakatkampagne oder im Onlinebereich mit neuen Inhalten für die entsprechenden Kanäle. Weiter wird der Vacherin Fribourgeois AOP Partner an grösseren Veranstaltungen sein wie dem Swiss Fondue Festival, dem Alpbazug in Charmey oder an der La Schubertiade in Freiburg. Es sind etliche Projekte in der Pipeline und wir freuen uns auf das bevorstehende Jahr !

## IPVF - COMMISSION MARKETING BOVF-MARKETINGKOMMISSION

**Romain Castella**, Directeur Direktor, **Marielle Aeby**, Responsable Marketing Marketingverantwortliche, **Christian Duc**, Membre Mitglied, **Jean-Baptiste Grand**, Membre Mitglied, **Frédéric Pasquier**, Membre Mitglied, **Laure Rousseau**, Membre Mitglied

# Contrôle et qualité

## Kontrollen und Qualität

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

### CONSIDÉRATION

Avec quelques 800 lots taxés pour 2021, le contrôle de la qualité des Vacherins Fribourgeois AOP par la commission de produit s'est déroulé de façon optimale.

Après un mois de taxation en solo, nous avons pu reprendre dans notre configuration habituelle avec deux taxateurs. L'année 2021 est un excellent cru pour le Vacherin Fribourgeois AOP, avec des moyennes de 18.95 pts/20 pour la plaine et 18.94 pts/20 pour les alpages. On constate également, année après année, une diminution des Vacherins Fribourgeois AOP classés en 1B en plaine. À la suite d'un été très difficile au niveau climatique, nous avons constaté une légère augmentation des VFAOP d'alpage classés en 1B. Un grand merci à tous les taxateurs pour leur engagement et leur objectivité. Les contrôles de traçabilité dans les fromageries et les alpages ont été effectués en respectant les mesures de précaution mises en place par l'IPVF.



### BETRACHTUNG

Die Qualitätskontrolle des Vacherin Fribourgeois AOP der rund 800 durch die Produktkommission beurteilten Posten verlief optimal. Nach einem Monat der Taxation im Alleingang konnten wir wieder in unserer gewohnten Konfiguration mit zwei Taxationsexperten fortfahren. Das Jahr 2021 war für den Vacherin Fribourgeois AOP ein hervorragendes Jahr mit Durchschnittswerten von 18.95 von 20 Punkten für das Talgebiet und 18.94 von 20 Punkten für die Alpen. Jahr für Jahr stellen wir zudem im Talgebiet fest, dass immer weniger Vacherin Fribourgeois AOP der Qualitätsklasse 1B zugeordnet werden. Nach einem klimatisch sehr schwierigen Jahr haben wir einen leichten Anstieg des Vacherin Fribourgeois AOP Alpkäses festgestellt, die dieser Qualitätsklasse zugeordnet wurden. Ein grosses Dankeschön allen Taxationsexperten für ihr Engagement und ihre Objektivität. Die Rückverfolgbarkeitskontrollen in den Käsereien und auf den Alpen wurden unter Einhaltung der von der BOVF eingeführten Vorsichtsmassnahmen durchgeführt.

### CULTURES D'ACIDIFICATION

Le développement des cultures d'acidification pour le Vacherin Fribourgeois AOP suit son cours. Nous avons concentré nos efforts sur la seule fromagerie de Schweni en multipliant les essais à intervalles réguliers et en apportant les modifications nécessaires. Il nous reste à trouver des solutions afin d'améliorer l'intensité de l'arôme. Un essai a été effectué sur trois alpages avec la culture à ensemencement direct et les résultats sont très encourageants. Un second essai sera planifié au début de la saison d'alpage 2022.

### SÄUERUNGSKULTUREN

Die Entwicklung der Säuerungskulturen für den Vacherin Fribourgeois AOP sind im Gange. Wir haben uns nur auf die Käseerei Schweni fokussiert, indem wir die Versuche in regelmässigen Abständen mehrfach wiederholt und entsprechende Änderungen vorgenommen haben. Wir müssen nun noch Lösungen finden, um die Intensität des Aromas zu verbessern. Auf drei Alpen wurde ein Versuch mit einer Direktstarkerkultur durchgeführt. Die Ergebnisse sind sehr ermutigend. Ein zweiter Versuch ist für den Beginn der Alpsaison 2022 geplant.

### CULTURES CCO (CULTURES TRACEUSES)

Le développement des deux cultures de certification (CCO) actives pour le Vacherin Fribourgeois AOP en est déjà à sa troisième année. Les essais s'effectuent toujours en halle pilote et un essai en fromagerie est planifié pour le début 2022. Le développement de la culture inactive a commencé à la fin de cette année. 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. Un grand merci à Monsieur Olivier Bongard de la fromagerie de Schweni pour la mise à disposition de sa fromagerie et pour tout son professionnalisme lors de la réalisation des essais 2021.

### HNK-KULTUREN

#### (HERKUNFTSNACHWEISKULTUREN)

Die Entwicklung von aktiven Herkunftsnachweiskulturen (HNK) für den Vacherin Fribourgeois befindet sich in ihrem dritten Jahr. Die Versuche finden immer in einer Pilothehalle statt. Ein Versuch in der Käserei ist für Anfang 2022 vorgesehen. Die Entwicklung der inaktiven Kultur begann Ende 2021. Wir danken dem Team von Agroscope für sein Engagement und den Herren Henri Ledentu, Serge Bonard und Stéphane Vaucher für ihre Teilnahme an der Gruppe Kultur sowie für den Wissensaustausch. Ein grosser Dank gebührt Herrn Olivier Bongard von der Käserei Schweni für die Zurverfügungstellung seiner Käserei und seine Professionalität bei der Durchführung der Versuche im Jahr 2021.

## IPVF - STATISTIQUES - FABRICANTS DE PLAINE

Année de production 2021

Moyenne en % selon nombre de meules taxées	Catégorie	Total meules	% 2021	% 2020
Total des meules	IA	255'381	99,52	99,29
Total des meules	IB	1'201	0,47	0,68
Total des meules	2 <sup>ème</sup> choix	0	0,00	0,00
Total des meules	3 <sup>ème</sup> choix	20	0,01	0,03
Nbre meules par quinzaine		256'602	100,00	100,00

Moyenne IA-IB par critère de fabrication sur 20 points	Ouverture	Pâte	Goût	Extérieur	Total des notes 2021	Total des notes 2020
Moyenne IA	4,89	4,73	4,56	4,79	18,96	18,94
Moyenne IB	4,48	4,68	4,38	4,00	17,54	17,41
					18,95	18,93

Moyenne test fondue sur 5 points	Total notes 2021 (moyenne)	Total notes 2020 (moyenne)
Moyenne plaine	4,91	4,91

## IPVF - STATISTIQUES - FABRICANTS D'ALPAGE

Année de production 2021

Moyenne en % selon nombre de meules taxées	Catégorie	Total meules	% 2021	% 2020
Total des meules	IA	9'752	86,56	90,96
Total des meules	IB	1'514	13,44	9,04
Nbre meules par taxées		11'266	100,00	100,00

Moyenne IA-IB par critère de fabrication sur 20 points	Ouverture	Pâte	Goût	Extérieur	Total des notes 2021	Total des notes 2020
Moyenne IA	4,86	4,72	4,60	4,87	18,98	18,98
Moyenne IB	4,16	4,66	4,27	4,39	17,44	17,30
					18,94	18,94

Moyenne test fondue sur 5 points	Total notes 2021 (moyenne)	Total notes 2020 (moyenne)
Moyenne alpage	4,82	4,84

## DIGITALISATION DES TAXATIONS

La première étape de la digitalisation concernant les taxations a abouti et nous donne entière satisfaction. La deuxième étape concernant la gestion des quantités a commencé cet été par une analyse des besoins et des divers documents déjà utilisés au sein de l'IPVF. L'élaboration de l'application a commencé au courant de l'automne par des échanges soutenus qui vont se poursuivre sur le début de l'année 2022. Le projet est assez complexe mais les collaborateurs de l'entreprise Dootix comprennent les attentes de l'IPVF. Nous remercions les personnes qui nous permettent d'avancer dans ce projet.

## CASEI

Les contacts entre l'IPVF et CASEi sont très importants et nous permettent de garder le lien entre les problèmes que nous constatons lors des taxations et les mesures que le fromager devra mettre en place et d'apporter les corrections nécessaires. La majorité des fabricants de Vacherin Fribourgeois AOP (plaine et alpage) ont un contrat avec CASEi. Les autres peuvent obtenir des conseils à la carte. Concernant les nouvelles cultures d'acidification, CASEi sera un acteur important lors de leur mise en place. Monsieur Stéphane Vaucher, responsable de CASEi jusqu'à la fin de l'année 2021, participait également au groupe culture de l'IPVF. Nous remercions Monsieur Stéphane Vaucher pour son travail pour le VFAOP et tous les conseillers de CASEi pour leur engagement auprès de nos membres. Nous souhaitons à Monsieur Vaucher plein succès dans sa nouvelle activité professionnelle et nous nous réjouissons de collaborer avec son successeur, Monsieur Jean-Marie Droz.

## 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 en 2021 se répartit de la manière suivante :

- 273 exploitations de production laitière
- 35 ateliers de transformation de plaine
- 23 estivages avec fabrication attenante
- 4 sites concernés par l'affinage et la mise en commerce du VFAOP

L'ensemble des visites chez les producteurs, fromagers, alpagistes a été effectué par le SAAV-FR, et cela selon la convention tripartite qui nous lie depuis quelques années à ce type d'exécution coordonnée des visites requises. Nous remercions Monsieur Axel De Montmollin pour son engagement comme auditeur de la filière du Vacherin Fribourgeois AOP.

## IPVF - COMMISSION DE PRODUITS

**Michel Eggertswyler**, Président et Taxateur / Präsident 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 Vallélian**, Secrétaire Administrative / administrative Sekretärin

## DIGITALISIERUNG DER TAXATIONEN

Die erste Etappe der Digitalisierung der Taxierungen wurde zu unserer vollen Zufriedenheit abgeschlossen. Die zweite Etappe betreffend die Mengensteuerung setzte im Sommer 2021 mit einer Bedarfsanalyse und verschiedenen Dokumenten ein, welche die BOVF bereits verwendete. Die Entwicklung der Anwendung, die im Herbst mit einem intensiven Austausch einsetzte, wird im Laufe des Jahrs 2022 fortgesetzt. Das Projekt ist recht komplex, aber die Mitarbeiter der Firma Dootix verstehen die Anliegen der BOVF. Wir danken den Personen, welche es uns ermöglichen, in diesem Projekt voranzukommen.

## CASEI

Die Kontakte zwischen der BOVF und CASEi sind sehr wichtig und ermöglichen uns, die Verbindung zwischen den Problemen, denen wir bei den Taxationen begegnen, und den Massnahmen, die der Käser zu deren Korrektur ergreifen muss, aufrechtzuerhalten. Die meisten Hersteller von Vacherin Fribourgeois AOP (Talgebiet und Alpen) haben einen Vertrag mit CASEi. Die anderen können nach Wunsch beraten werden. Betreffend den neuen Säuerungskulturen wird CASEi ein wichtiger Akteur bei deren Einführung sein. Herr Stéphane Vaucher, Verantwortlicher von CASEi bis Ende 2021, hat auch an der Gruppe Kultur der BOVF teilgenommen. Wir danken Herrn Stéphane Vaucher für seine Arbeit für die VFAOP und allen Beratern von CASEi für ihr Engagement zugunsten unserer Mitglieder. Wir wünschen Herrn Vaucher viel Erfolg in seiner neuen beruflichen Tätigkeit und freuen uns auf die Zusammenarbeit mit seinem Nachfolger, Herrn Jean-Marie Droz.

## ZERRIFIZIERUNGSSTELLE OIC

Die OIC ist eine wichtige Akteurin, um die Authentizität unseres Vacherin Fribourgeois AOP zu garantieren und die Einhaltung der Reglemente der BOVF zu kontrollieren. Im Jahr 2021 wurden folgende Standorte kontrolliert :

- 273 Milchwirtschaftsbetriebe
- 35 Verarbeitungsbetriebe im Tal
- 23 Sömmerungsbetriebe (Produktion und Verarbeitung vor Ort)
- 4 Standorte, der von der Affinage und Vermarktung des Vacherin Fribourgeois AOP betroffen sind

Alle Besuche bei den Produzenten, Käsereien und Alpbetrieben wurden vom LSVW-FR durchgeführt, und das nach der Dreiparteienvereinbarung, die uns seit einigen Jahren an diesen Typ koordinierter Durchführung der erforderlichen Besuche bindet. Wir danken Herrn Axel De Montmollin für seinen Einsatz als Auditor der Wertschöpfungskette des Vacherin Fribourgeois AOP.



*Mit Leidenschaft  
für den Geschmack*



**Vacherin® Fribourgeois**

SWITZERLAND

Goût unique depuis 600 ans