

n°46 - septembre 2024

# Inten- sites



Vacherin® Fribourgeois

SWITZERLAND

Goût unique depuis 600 ans

# Sommaire

## Inhaltsverzeichnis

---

### EDITO

Le Vacherin Fribourgeois AOP intensifie sa présence  
Der Vacherin Fribourgeois AOP baut seine Präsenz aus

3

### À LA DÉCOUVERTE DE NOS MEMBRES

Martin Rauber, Fabricant de Vacherin Fribourgeois AOP d'alpage à Im Fang  
Martin Rauber, Produzent von Vacherin Fribourgeois AOP von der Alp Im Fang

4

### INTERVIEW

Isabelle Raboud-Schüle, Membre du groupe de rédaction du dossier de candidature de la saison d'alpage  
Isabelle Raboud-Schüle, Mitglied der Gruppe zur Erstellung des Bewerbungsdossiers der Alpsaison

8

### REPORTAGE

Avec du Vacherin, c'est vachement bien  
Ohne Vacherin ist's nur Käse!

11

### REPORTAGE

Deux nouveaux membres au sein du comité de l'IPVF  
Zwei neue Mitglieder im Vorstand der IPVF

15

### THÉMATIQUE

Le Röstigraben au Vacherin Fribourgeois AOP à découvrir chez Holy Cow!  
Entdecken Sie den «Röstigraben» mit Vacherin Fribourgeois AOP bei Holy Cow!

18

### INTERVIEW

Pierre Hagron, un soutien à la promotion du Vacherin Fribourgeois AOP sur le marché français  
Pierre Hagron, eine Unterstützung für die Promotion des Vacherin Fribourgeois AOP im französischen Markt

21

---

### IMPRESSIONS

EDITEUR : INTERPROFESSION DU VACHERIN FRIBOURGEOIS  
RÉDACTION : FÉDÉRATION PATRONALE ET ÉCONOMIQUE  
TRADUCTION : SWISSTRANSLATE  
GRAPHISME : PARALLELE.CH  
PHOTO : PARALLELE.CH - DOMINIQUE SAVARY - HOLY COW!  
IMPRESSION : MEDIA F IMPRIMERIE SA BULLE  
TIRAGE : 1550 EXEMPLAIRES

INTERPROFESSION DU VACHERIN FRIBOURGEOIS  
RUE DE LA CONDÉMINE 56 - CASE POSTALE - 1630 BULLE  
T. 026 919 8756  
INFO@VACHERINFRIBOURGEOISAOP.CH  
WWW.VACHERIN-FRIBOURGEOIS-AOP.CH

# Le Vacherin Fribourgeois AOP intensifie sa présence

Der Vacherin Fribourgeois AOP baut seine Präsenz aus

**URS SCHWALLER,**  
PRÉSIDENT | PRÄSIDENT



**ROMAIN CASTELLA,**  
DIRECTEUR | DIREKTOR

Der Herbst steht vor der Tür. Trotz einiger externer Faktoren, auf die die Interprofession des Vacherin Fribourgeois AOP (IPVF) keinen Einfluss hat, wie dem Wetter und dem wirtschaftlichen Umfeld, insbesondere in den Ländern, die Vacherin Fribourgeois AOP importieren, bleibt der Vorstand zuversichtlich und setzt Mittel ein, um die Präsenz des Vacherin Fribourgeois AOP auf dem Markt auszubauen und die Tätigkeit der IPVF auf einer soliden Grundlage fortzusetzen.

L'heure de la rentrée a sonné. Malgré certains facteurs externes et non maîtrisables par la simple volonté de l'IPVF, tels que la météo et l'environnement économique, notamment dans les pays importateurs de Vacherin Fribourgeois AOP, le comité reste confiant et met en œuvre des moyens pour intensifier la présence du Vacherin Fribourgeois AOP sur le marché et poursuivre l'activité de l'IPVF sur de bonnes bases.

Nous remercions notamment l'équipe marketing de l'IPVF qui a œuvré sans relâche cet été pour mettre sur pied une campagne de communication au plus proche du marché afin de soutenir les ventes de fondue et de raclette. Vous en découvrirez plus sur cette campagne dans cette édition d'Intensités. Et parce que les possibilités d'utilisation de notre produit de caractère n'ont pas de limite, Holy Cow! proposera pendant deux mois cet automne, le burger « Röstigraben », dont l'ingrédient phare est le Vacherin Fribourgeois AOP. Un nouvel élan sera également donné sur le marché français en étendant notre présence sur le terrain, notamment à Rungis, plaque tournante de toute la distribution en Europe.

Au cours de votre lecture, vous découvrirez également les portraits d'Olivier Bongard et de Julien Yerly, deux nouveaux membres du comité de l'IPVF. Nous profitons de ces quelques lignes pour remercier les membres sortants et les membres qui remplissent pour une période de quatre ans. Nous avons la chance de pouvoir compter sur des personnalités engagées pour le Vacherin Fribourgeois AOP, et aux compétences qui nous sont très utiles.

D'autre part, nous pouvons aussi compter sur des traditions bien vivantes. La famille Rauber, qui a commencé la production de Vacherin Fribourgeois AOP à l'alpage Grosser Tossen l'an dernier en est un bel exemple. Depuis le début des années 2000, le nombre de chaumières dédiées à la production de Vacherin Fribourgeois AOP a presque doublé, faisant de celle de la famille Rauber, la quarantième. Vous pourrez découvrir son histoire en début de magazine. La saison d'alpage, dorénavant inscrite sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'UNESCO, fera aussi l'objet d'une interview.

Wir danken insbesondere dem IPVF-Marketingteam, das diesen Sommer unermüdlich daran gearbeitet hat, eine marktnahe Werbekampagne zu entwickeln, um den Verkauf von Fondue und Raclette zu fördern. Mehr über diese Kampagne erfahren Sie in dieser Ausgabe. Da die Möglichkeiten, unser charakteristisches Produkt zu verwenden, nahezu unbegrenzt sind, wird Holy Cow in diesem Herbst zwei Monate lang einen Burger mit dem Namen „Röstigraben“ anbieten, bei dem eine der Hauptzutaten Vacherin Fribourgeois AOP ist. Ein weiterer Impuls wird auch auf dem französischen Markt gesetzt, indem wir unsere Präsenz vor Ort ausbauen, insbesondere in Rungis, der Drehscheibe für den gesamten Vertrieb in Europa.

Beim Lesen werden Sie auch die Porträts von Olivier Bongard und Julien Yerly, zwei neue Mitglieder des IPVF-Vorstandes, entdecken. Wir möchten diese Gelegenheit nutzen, um den Mitgliedern, die ihre Amtszeit beendet haben, sowie denen, die für eine weitere vierjährige Amtszeit gewählt wurden, zu danken. Wir haben das Glück, auf Menschen zählen zu können, die sich für den Vacherin Fribourgeois AOP engagieren und deren Kompetenzen uns sehr zugutekommen.

Darüber hinaus können wir auch auf lebendige Traditionen bauen. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Familie Rauber, die im letzten Jahr auf der Alp Grosser Tossen mit der Produktion von Vacherin Fribourgeois AOP begonnen hat. Seit Anfang der 2000er-Jahre hat sich die Anzahl der Betriebe, die Vacherin Fribourgeois AOP herstellen, fast verdoppelt: Der Betrieb der Familie Rauber ist somit der vierzigste. Seine Geschichte können Sie am Anfang des Magazins nachlesen. Ein weiteres Interview befasst sich mit der Alpsaison, die von der UNESCO in die Repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes der Menschheit aufgenommen wurde.



# Martin Rauber

## Fabricant de Vacherin Fribourgeois AOP d'alpage à Im Fang

### Produzent von Vacherin Fribourgeois AOP von der Alp Im Fang

D'aussi loin qu'il s'en souvienne, Martin Rauber a toujours passé ses étés à l'alpage. Malgré la dureté des conditions de travail, il aime beaucoup y travailler et se dit content de voir désormais inscrite la saison d'alpage sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Dans le chalet Grosser Tossen, là où la vue sur les Gastlosen est imprenable, il fabrique du Vacherin Fribourgeois AOP depuis 2023 aux côtés de sa femme Ruth.

C'est à 1314 mètres d'altitude, sur les hauteurs du village de Im Fang, que l'on rencontre Martin et Ruth Rauber, attelés à la fabrication des trois Vacherins Fribourgeois AOP du jour: «C'est un véritable travail d'équipe. Je ne pourrais pas le faire sans l'aide de ma femme», nous confie Martin. Cette année, le quota reçu leur permet de produire du Vacherin Fribourgeois AOP tous les matins pendant quarante jours. Le reste de la production laitière de la saison est livré chez Cremo.

Propriété de l'ECAB depuis la fin des années huitante, le chalet d'alpage Grosser Tossen appartenait auparavant à la Paroisse Saint-Nicolas, qui avait reçu ce chalet en don d'un homme de la région. C'est ici que Martin a appris la fabrication de fromage et le travail à l'alpage aux côtés de son père et de son oncle. Fabricant de Vacherin Fribourgeois AOP depuis l'an dernier, Martin avait arrêté la production de fromage d'alpage en 2002 pour se consacrer uniquement à la production laitière qu'il livrait à la Laiterie de Jaun:

Von klein auf hat Martin Rauber seine Sommer auf der Alp verbracht. Trotz der harten Bedingungen arbeitet er sehr gerne dort und freut sich, dass die Alpsaison nun auf die Repräsentative Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit gesetzt wurde. Im Chalet Grosser Tossen, mit atemberaubendem Blick auf die Gastlosen, stellt er seit 2023 zusammen mit seiner Frau Ruth Vacherin Fribourgeois AOP her.

In 1314 m Höhe, oberhalb des Dorfes Im Fang, treffen wir Martin und Ruth Rauber, die mit der Herstellung der drei verschiedenen Sorten von Vacherin Fribourgeois AOP des Tages beschäftigt sind: «Das ist reine Teamarbeit. Ohne die Hilfe meiner Frau könnte ich das nicht machen», sagt Martin. Die diesjährige Quote erlaubt es ihnen, vierzig Tage lang jeden Morgen Vacherin Fribourgeois AOP zu produzieren. Der Rest der Milchproduktion der Saison wird an Cremo geliefert.

Die Alp Grosser Tossen, die seit Ende der achtziger Jahre im Besitz der KGV ist, gehörte zuvor der Pfarrei St. Nikolaus, die die Hütte von einem Einheimischen als Spende erhalten hatte. Hier erlernte Martin an der Seite seines Vaters und seines Onkels die Käseherstellung und die Arbeit auf der Alp. Martin, der seit letztem Jahr Vacherin Fribourgeois AOP herstellt, hatte die Produktion von Alpkäse 2002 eingestellt, um sich ausschließlich der Milchproduktion zu widmen, die er an die Molkerei in Jaun lieferte:

« J'ai toujours aimé fabriquer du fromage au chalet et l'idée de recommencer me trottait dans la tête depuis longtemps. » Pour la fabrication du Vacherin Fribourgeois AOP, il peut aussi compter sur son fils Natanael qui travaille à la Laiterie de Charmey : « C'est lui qui s'occupe du bain de sel et des cultures ». Ils ont également effectué quelques travaux au chalet, dont l'installation d'un système d'approvisionnement en eau potable. A l'avenir, Martin espère pouvoir fabriquer du fromage durant toute la saison d'alpage. Une fois l'alpage quitté, Martin travaille à la station de ski de la Lenk pendant la saison hivernale ainsi que comme dépanneur agricole le reste de l'année.

« Ich habe immer schon gerne in der Hütte Käse hergestellt und die Idee, wieder mit der Käserei anzufangen, schwirrte mir schon lange im Kopf herum. » Bei der Herstellung des Vacherin Fribourgeois AOP kann er sich auch auf seinen Sohn Natanael verlassen, der in der Laiterie de Charmey arbeitet: « Er kümmert sich um das Salzbad und die Kulturen ». Sie haben auch einige Renovierungen im Chalet durchgeführt, darunter die Installation eines Trinkwassersystems. Martin hofft, dass er in Zukunft während der gesamten Alpsaison Käse herstellen kann. Nachdem er die Alp am Ende des Sommers verlassen hat, arbeitet Martin während der Wintersaison im Skigebiet Lenk und den Rest des Jahres als landwirtschaftlicher Pannenhelfer.



Dans la salle de fabrication trône le chaudron acheté par son grand-père dans les années vingt. Encore utilisé aujourd'hui pour la fabrication, il est ressorti intact des flammes ayant ravagé le chalet d'alpage en août 1935 : « Mon père m'a souvent raconté cette histoire. Il dormait lorsque la foudre a frappé le chalet. Il a couru à l'extérieur et il ne savait plus où il était tellement la fumée était épaisse. Par chance, toutes les personnes présentes ont survécu, ce qui ne fut malheureusement pas le cas des porcs et des chèvres. » Le chalet a été reconstruit l'année d'après.

Im Arbeitsraum steht der Kessel, den sein Grossvater in den 1920er Jahren gekauft hatte. Er wird noch heute für die Herstellung verwendet und überstand die Flammen, die im August 1935 auf der Alp wüteten, unbeschadet: « Mein Vater hat mir diese Geschichte oft erzählt. Er schlief, als der Blitz in die Hütte einschlug. Er rannte ins Freie und wusste nicht, wo er war, weil der Rauch so dicht war. Glücklicherweise überlebten alle Personen, doch leider nicht die Schweine und Ziegen. » Die Hütte wurde im Jahr darauf wieder aufgebaut.



A l'extérieur, les vaches paissent tranquillement. Martin les loue chaque année à des agriculteurs en plaine. Cette année, ce sont les vaches de trois agriculteurs de Bellegarde, d'un agriculteur de la Singine et d'un agriculteur de la vallée du Simmental qui produisent le lait qui servira à la fabrication du Vacherin Fribourgeois AOP. « Cette saison, la quantité de lait est très élevée mais le lait est plus délicat à cause de la météo pluvieuse. La saison 2023 était vraiment exceptionnelle autant pour la production de lait que pour la fabrication de Vacherin Fribourgeois AOP. Quant à 2022, l'été était tellement sec que les vaches ont dû partir fin août », explique-t-il. Le travail à l'alpage est dur, comme en témoignent notamment les conditions météorologiques toujours plus changeantes. L'inscription par l'UNESCO de la saison d'alpage sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité est donc une bonne chose selon Martin : « Chaque jour, nous effectuons un travail exigeant et je suis content de voir qu'il est reconnu, que notre travail est accepté. C'est important qu'il se perpétue. »

Draussen grasen die Kühe friedlich. Martin vermietet die Weiden jedes Jahr an Landwirte aus dem Flachland. In diesem Jahr sind es die Kühe von drei Landwirten aus Jaun, einem Landwirt aus dem Sensebezirk und einem Simmentaler Landwirt, die die Milch für die Herstellung des Vacherin Fribourgeois AOP produzieren. «In dieser Saison ist die Milchmenge sehr hoch, aber die Milch ist wegen des regnerischen Wetters empfindlicher. Die Saison 2023 war wirklich außergewöhnlich, sowohl was die Milchproduktion als auch die Herstellung von Vacherin Fribourgeois AOP betrifft. Im Jahr 2022 dagegen, war der Sommer so trocken, dass die Kühe Ende August wieder ins Tal getrieben werden mussten», erklärt er. Die Arbeit auf der Alp ist hart, insbesondere wegen der ständig wechselnden Wetterbedingungen. Die Aufnahme der Alpsaison in die Repräsentative Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit der UNESCO ist daher eine gute Sache, meint Martin: «Jeden Tag leisten wir harte Arbeit und ich bin froh zu sehen, dass sie anerkannt wird, dass unsere Arbeit akzeptiert wird. Es ist wichtig, dass sie weitergeht.»

ANAËLLE DESCHEAUX



## INTERVIEW

# Isabelle Raboud-Schüle

## Membre du groupe de rédaction du dossier de candidature de la saison d'alpage

**Mitglied der Gruppe zur Erstellung des Bewerbungsdossiers der Alpsaison**

La saison d'alpage a été inscrite par l'UNESCO sur La Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité en décembre 2023. Le patrimoine culturel immatériel désigne des traditions et des pratiques vivantes qui sont transmises au fil des générations, forgeant une identité et assurant la continuité d'une culture. Rencontre avec Isabelle Raboud-Schüle qui a participé à la rédaction du dossier de candidature transmis à l'UNESCO.

**Pourquoi la Suisse a-t-elle souhaité inscrire la saison d'alpage sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité ?**

Chargé de l'inventaire du patrimoine immatériel pour le canton de Fribourg, le Musée gruérien a constitué un dossier sur la pratique de l'alpage en Gruyère. Sous l'égide de l'Office fédéral de la culture, qui coordonne les inventaires et les dossiers, la Saison d'alpage a été inscrite sur la Liste suisse des traditions vivantes en prenant en compte l'ensemble des pratiques et traditions de cette activité présente dans la plupart des cantons. L'idée était vraiment de placer les alpagistes au centre. Leur pratique est largement attestée depuis la fin du Moyen-Âge mais évolue et s'adapte à son temps, ce qui en fait une tradition vivante, autrement dit un patrimoine culturel immatériel. Le grand public connaît bien plusieurs traditions qui y sont liées comme la désalpe ou le Lyoba, mais derrière ces festivités,



Die Alpsaison wurde von der UNESCO im Dezember 2023 in die Repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes der Menschheit aufgenommen. Immaterielles Kulturerbe umfasst lebendige Traditionen und Praktiken, die von Generation zu Generation weitergegeben werden, um eine gemeinsame Identität zu schaffen und die Kultur zu bewahren. Ein Gespräch mit Isabelle Raboud-Schüle, die bei der Erstellung des Bewerbungsdossiers für die UNESCO mitgewirkt hat.

**Warum möchte die Schweiz die Alpsaison in die Repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes der Menschheit aufnehmen ?**

Das Musée Gruérien, das für den Kanton Freiburg mit der Inventarisierung des immateriellen Kulturerbes beauftragt ist, hat ein Dossier über die Alpsaison im Greyerzerland zusammengestellt. Unter der Schirmherrschaft des Bundesamtes für Kultur, das die Inventare und Dossiers koordiniert, wurde die Alpsaison in die Schweizer Liste der lebendigen Traditionen aufgenommen, wobei alle Praktiken und Traditionen dieser Aktivität, die in den meisten Kantonen vorkommt, berücksichtigt wurden. Die Idee war, die Älpler in den Mittelpunkt zu stellen. Ihre Praxis ist seit dem späten Mittelalter weitgehend belegt, entwickelt sich aber weiter und passt sich der Zeit an, was sie zu einer lebendigen Tradition, d.h. einem immateriellen Kulturerbe, macht. Die breite Öffentlichkeit kennt viele der



Il y a le travail quotidien durant la saison, les savoir-faire associés à une forte volonté de transmettre la pratique. Derrière les nombreuses images et représentations, la réalité du travail à l'alpage est souvent méconnue. L'engagement des alpagistes mérite d'être reconnu pour pouvoir se perpétuer.

#### **Maintenant que l'UNESCO a approuvé la saison d'alpage sur cette Liste, que va-t-il se passer ?**

Cette inscription n'engendre aucune réglementation supplémentaire pour les alpagistes mais n'amène pas non plus de moyens financiers. C'est une mise en lumière sur l'ensemble des pratiques et traditions qui entourent la saison d'alpage et c'est maintenant aux actrices et acteurs du milieu de se faire comprendre. Cette inscription est une valorisation importante. Il ne faut pas oublier que jusque dans les années septante, le travail des alpagistes, contrairement à certaines coutumes festives liées à la saison d'alpage, était peu considéré.

#### **Que mettre en place pour continuer à faire vivre cette pratique sociale ?**

Nous souhaitons nous focaliser sur trois axes principaux. Le premier axe consiste en la mise en place de mesures de sauvegarde afin de perpétuer la tradition. Beaucoup de choses ont déjà été mises en place pour la formation. Il faut en effet s'occuper des personnes avant tout, c'est-à-dire fidéliser le personnel, valoriser les emplois saisonniers mais aussi trouver une complémentarité avec le tourisme, en particulier lors des mois d'hiver. Cela passe notamment par le deuxième axe qui comprend la consolidation d'une structure nationale pour favoriser le dialogue entre tous les acteurs concernés, en particulier les sociétés d'économie alpestre, les parcs naturels, les musées et les acteurs du tourisme. Il faut réussir à fédérer ces différents milieux sans bureaucratie. Finalement, le troisième axe vise à favoriser la médiation culturelle et la communication autour de tout ce que comporte la saison d'alpage. Pour respecter, il faut connaître et il faut donc expliquer aux personnes, touristes et locaux, qu'est-ce qu'est réellement la saison d'alpage. Lorsque les gens traversent des pâturages, à pied ou à vélo, ils doivent se rendre compte que ce sont des lieux de travail où il y a du bétail et des règles à suivre. Ces paysages doivent leur richesse au travail de générations d'alpagistes.

damit verbundenen Traditionen wie den Alpabzug oder der Kuhreihen (Lyoba), aber hinter diesen Festivitäten steht die tägliche Arbeit während der Saison, das Know-how und der starke Wille, die Praxis weiterzugeben. Hinter den vielen Bildern und Darstellungen ist die Realität der Arbeit auf der Alp oft unbekannt. Das Engagement der Älpler verdient Anerkennung, um fortbestehen zu können.

#### **Was wird nun passieren, nachdem die UNESCO die Alpsaison auf dieser Liste genehmigt hat ?**

Die Aufnahme in die Liste bringt keine zusätzlichen Bestimmungen für die Sennerei mit sich, allerdings auch keine finanziellen Mittel. Es wird ein Licht auf alle Praktiken und Traditionen rund um die Alpsaison geworfen und es liegt nun an den Akteuren in der Umgebung, das Verständnis dafür zu wecken. Diese Aufnahme ist eine wichtige Aufwertung. Man darf nicht vergessen, dass bis in die 1970er Jahre die Arbeit der Senner, im Gegensatz zu einigen festlichen Bräuchen, die mit der Alpsaison verbunden sind, wenig Beachtung fand.

#### **Was kann getan werden, um diesen gesellschaftlichen Brauch am Leben zu erhalten ?**

Wir möchten uns auf drei Hauptachsen konzentrieren. Der erste Schwerpunkt liegt auf der Einführung von Schutzmassnahmen, um die Tradition fortzuführen. Es wurde bereits viel für die Ausbildung getan. Wir müssen uns in erster Linie um die Menschen kümmern, d.h. das Personal binden, die saisonalen Arbeitsplätze aufwerten, aber auch eine Ergänzung zum Tourismus finden, insbesondere in den Wintermonaten. Dies geschieht insbesondere durch den zweiten Schwerpunkt, der die Konsolidierung einer nationalen Struktur zur Förderung des Dialogs zwischen allen betroffenen Akteuren, insbesondere den Alpwirtschaftsbetrieben, den Naturparks, den Museen und den Tourismusakteuren umfasst. Es muss gelingen, diese verschiedenen Gruppen unbürokratisch zu vereinen. Der dritte Schwerpunkt liegt auf der Förderung der kulturellen Vermittlung und der Kommunikation über alles, was die Alpsaison beinhaltet. Um sie zu respektieren, muss man wissen, was die Alpsaison wirklich ist und dies muss den Menschen, Touristen und Einheimischen, vermittelt werden. Wenn Menschen zu Fuß oder mit dem Fahrrad die Weiden betreten, müssen sie sich bewusst sein, dass es sich um landwirtschaftliche Betriebe handelt, wo es Vieh gibt und Regeln zu befolgen sind. Diese Landschaften verdanken ihren Reichtum der Arbeit von Generationen von Sennern.

# Avec du Vacherin, c'est vachement bien

## Ohne Vacherin ist's nur Käse!

Cet automne, l'IPVF lance une nouvelle campagne de communication nationale axée sur la vente de fondue et de raclette. L'objectif de cette campagne est de maximiser la présence à proximité des points de vente, afin de stimuler ces dernières. La campagne s'inscrit dans l'engagement de l'IPVF envers ses membres, visant notamment à compenser les restrictions de production.

Ab diesem Herbst startet die IPVF eine neue nationale Kommunikationskampagne, die sich auf den Verkauf von Fondue und Raclette konzentriert. Das Ziel der Kampagne ist es, möglichst nahe am Verkaufspunkt präsent zu sein und den Absatz zu fördern. Sie ist Teil des Engagements der IPVF für ihre Mitglieder, besonders um die Auswirkungen von Produktionsbeschränkungen zu kompensieren.





12

La campagne s'adresse spécifiquement aux amateurs de fondue et de raclette, dans le but d'influencer positivement leur comportement d'achat. Elle cible également les consommateurs existants, en améliorant leur expérience avec ces produits afin de renforcer leur fidélité et d'augmenter la fréquence de leurs achats. Un des points forts de cette campagne est le lancement d'un nouveau produit : la raclette au Vacherin Fribourgeois AOP. « Une fondue ou une raclette parfaite ne peut se passer de Vacherin Fribourgeois AOP. C'est le message que les consommateurs doivent retenir lorsqu'ils verront cette campagne », explique Mike Brodbeck de l'agence Polyconsult, chargée de la mise en œuvre de la campagne. Avec le slogan « Avec du Vacherin c'est vachement bien », un message simple et mémorable est transmis. Le jeu de mots humoristique en allemand ajoute une touche légère et amusante. Le visuel joue également un rôle essentiel : il doit mettre en valeur la qualité du produit. Pour cela, une collaboration étroite avec une agence spécialisée dans le stylisme culinaire a été mise en place pour la réalisation des photos.

Brodbeck souligne également l'importance du timing de la publicité : « Le consommateur doit être exposé plusieurs fois à cette dernière. Il est essentiel de déterminer à quel moment ces contacts doivent avoir lieu. Dans ce cas, la fin de la semaine de travail est idéale, lorsque les consommateurs font leurs courses pour le week-end. La météo joue aussi un rôle : par mauvais temps, l'envie d'une fondue ou d'une raclette est plus forte. Il est égale-

Die Kampagne richtet sich gezielt an Fondu- und Raclette-Liebhaber, um deren Kaufverhalten positiv zu beeinflussen. Gleichzeitig sollen bestehende Konsumenten angesprochen werden, um deren Erfahrung mit den Produkten zu verbessern und so ihre Treue und Kaufhäufigkeit zu steigern. Ein Highlight der Kampagne ist die Einführung eines neuen Produkts: Raclette mit Vacherin Fribourgeois AOP.

„Zu einem perfekten Fondue oder Raclette gehört Vacherin Fribourgeois AOP. Das ist die Botschaft, die die Konsumenten verinnerlichen sollen, wenn sie diese Kampagne sehen“, erklärt Mike Brodbeck von der Agentur Polyconsult, die mit der Umsetzung beauftragt wurde. Mit dem Slogan „Ohne Vacherin ist's nur Käse“ (frz., „Avec du Vacherin, c'est vachement bien“) wird eine leicht verständliche und einprägsame Botschaft vermittelt. Der humorvolle Wortwitz in der deutschen Sprache sorgt für zusätzliche Aufmerksamkeit. Auch das Bildmaterial spielt eine entscheidende Rolle: Es soll die Qualität des Produkts ansprechend darstellen. Daher wurde für die Fotos eng mit einer Agentur für kulinarisches Styling zusammenarbeitet.

Brodbeck betont außerdem, dass das Timing der Werbung entscheidend ist: „Der Konsument muss die Werbung mehrmals wahrnehmen. Wichtig ist, wann der Kontakt stattfindet. In diesem Fall ist das Ende der Arbeitswoche ideal, wenn die Einkäufe für das Wochenende geplant werden. Auch das Wetter



**AOP** Vacherin®  
Fribourgeois  
SWITZERLAND

**Ohne Vacherin  
ist's nur Käse.**

ment crucial de choisir les bons emplacements pour la publicité, par exemple sur le chemin menant aux rayons frigorifiques où se trouvent la fondue et la raclette. » La campagne sera bien sûr également présente sur les plateformes numériques et les réseaux sociaux.

14

La Suisse est un petit pays avec diverses cultures, ce qui conduit à des préférences variées en termes de fondue et raclette. Bien que la fondue, notamment la Moitié-Moitié soit connue en Suisse alémanique, Le Vacherin Fribourgeois AOP jouit d'une plus grande renommée en Suisse Romande, où il est particulièrement apprécié. C'est pourquoi la campagne se concentre principalement sur la fondue en Suisse alémanique, tandis qu'en Suisse romande, elle se focalise autant sur la fondue que sur la raclette au Vacherin Fribourgeois AOP.

Maxime Uldry, producteur de Vacherin Fribourgeois AOP, voit un grand potentiel dans la commercialisation du Vacherin Fribourgeois AOP pour la raclette : « Je suis un fervent défenseur de cette idée. Nous avons introduit dans notre exploitation un four turbo spécialement conçu pour le Vacherin Fribourgeois AOP, capable de servir jusqu'à 200 personnes. Je suis convaincu par cette combine. Nous avons un excellent produit que nous devons continuer à développer. La raclette avec du Vacherin Fribourgeois AOP n'est pas encore très répandue, mais les gens aiment l'essayer. Nos expériences lors d'événements avec notre four turbo montrent que les consommateurs sont curieux. Ils veulent manger local et privilégient les circuits courts, et la raclette avec du Vacherin Fribourgeois AOP s'inscrit parfaitement dans cette tendance. »

spielt eine Rolle – bei schlechtem Wetter hat man mehr Lust auf Fondue oder Raclette. Zudem ist es wichtig, die Werbung an den richtigen Orten zu platzieren, zum Beispiel auf dem Weg zu den Kühlregalen, die Fondue und Raclette enthalten. » Die Kampagne wird selbstverständlich auch auf digitalen Plattformen und in den sozialen Medien präsent sein.

Die Schweiz ist ein kleines Land mit verschiedenen Kulturen, was zu unterschiedlichen Vorlieben bei Fondue und Raclette führt. Obwohl Fondue, insbesondere das Moitié-Moitié, in der Deutschschweiz bekannt ist, geniesst der Vacherin Fribourgeois AOP in der Westschweiz einen höheren Bekanntheitsgrad und ist dort besonders beliebt. Aus diesem Grund konzentriert sich die Kampagne in der Deutschschweiz hauptsächlich auf das Fondue, während sie sich in der Westschweiz sowohl auf das Fondue als auch auf das Raclette mit Vacherin Fribourgeois AOP konzentriert.

Maxime Uldry, Produzent von Vacherin Fribourgeois AOP, sieht großes Potenzial in der Vermarktung von Vacherin Fribourgeois AOP als Raclette: „Ich bin ein großer Befürworter davon. Wir haben in unserem Betrieb einen speziellen Turbo-Ofen eingeführt, der auf Vacherin Fribourgeois AOP abgestimmt ist und bis zu 200 Personen bedienen kann. Ich bin überzeugt, dass diese Kombination ein schönes Produkt darstellt, das wir weiterentwickeln sollten. Raclette mit Vacherin Fribourgeois AOP ist noch nicht alltäglich, aber die Leute probieren es gerne aus. Unsere Erfahrungen bei Veranstaltungen mit dem Turbo-Ofen zeigen, dass die Menschen neugierig sind. Sie wollen regional essen und kurze Transportwege bevorzugen – und das Raclette mit Vacherin Fribourgeois AOP passt perfekt zu diesem Trend.“

MARIELLE AEBY

# Deux nouveaux membres au sein du comité de l'IPVF

## Zwei neue Mitglieder im Vorstand der IPVF

Julien Yerly, responsable de la ligne fromage du groupe Cremo SA, et Olivier Bongard, propriétaire de la fromagerie de Schwensi, ont rejoint le comité de l'IPVF lors de l'assemblée générale de mai dernier. Rencontre.

### JULIEN YERLY, RESPONSABLE DE LA LIGNE FROMAGE DU GROUPE CREMO SA

Depuis toujours intéressé par le monde agricole, Julien Yerly souhaitait devenir agriculteur jusque vers l'âge de 11 ans. Cette voie s'est cependant révélée difficile sans domaine familial à reprendre. Garçon de chalet en dessus des Sciernes-d'Albeuve et souvent à la ferme chez son grand-oncle, il souhaitait choisir une formation proche de ce domaine. C'est alors qu'il découvre le métier de fromager lors de stages. Convaincu, il se lance dans un apprentissage de technologue du lait à la fromagerie de Semsales.

Après son apprentissage, Julien a travaillé dans diverses entreprises et fromageries du canton de Fribourg. Il a également passé son brevet puis sa maîtrise fédérale. Une fois la maîtrise en poche, il a rejoint le groupe Cremo en 2020. Depuis le début de cette année, il a pris la responsabilité de la ligne fromage du groupe, ligne qui opère sur cinq sites différents et transforme chaque année quelque 56 millions de litres de lait en fromage. Le Vacherin Fribourgeois AOP représente environ 1/5 de la production.

Délégué à l'IPVF depuis 2021, il vient de rejoindre le comité comme représentant des affineurs. «En travaillant pour une entreprise industrielle comme Cremo, j'ai la chance d'avoir une vision de l'ensemble du marché du lait. C'est un marché passionnant et il y a beaucoup de défis pour notre branche.» Également membre du comité de la Société Suisse d'Industrie

Julien Yerly, Verantwortlicher für Käsereiprodukte der Cremo SA und Olivier Bongard, Besitzer der Käserei in Schwensi, traten dem Vorstand der IPVF bei der Generalversammlung im Mai bei. Wir haben sie getroffen.

### JULIEN YERLY, VERANTWORTLICHER FÜR KÄSEREIPRODUKTE DER CREMO SA GRUPPE

Julien Yerly war schon immer an der Landwirtschaft interessiert und wollte bis zum Alter von 11 Jahren Landwirt werden. Dieser Weg erwies sich jedoch als schwierig, da kein Famileinbetrieb zu übernehmen war. Als Hüttenjunge oberhalb von Scierne-d'Albeuve und oft auf dem Bauernhof bei seinem Grossonkel, wollte er eine möglichst ähnliche Ausbildung absolvieren. Während eines Praktikums entdeckte er den Beruf des Käfers. Davon überzeugt, begann er eine Lehre als Milchtechnologe in der Käserei von Semsales.

Nach seiner Ausbildung arbeitete Julien in verschiedenen Unternehmen und Käsereien im Kanton Freiburg. Er absolvierte auch seinen Fachausweis und dann seine eidgenössische Meisterprüfung. Anschliessend trat er 2020 in die Cremo Gruppe ein. Seit Anfang dieses Jahres hat er die Verantwortung für die Käseproduktion der Gruppe übernommen, die an fünf verschiedenen Standorten operiert und jährlich etwa 56 Millionen Liter Milch zu Käse verarbeitet. Der Vacherin Fribourgeois AOP macht etwa 1/5 der Produktion aus.

Er ist seit 2021 Delegierter des IPVF und ist nun dem Vorstand als Vertreter der Affineure beigetreten. «Da ich für ein Industrieunternehmen wie Cremo arbeite, habe ich das Glück, einen Überblick über den gesamten Milchmarkt zu haben. Es ist ein spannender Markt und es gibt viele Herausforderungen für unsere Branche.» Als Mitglied des Vorstandes des Schwei-



Laitière, la formation de la relève est l'un des multiples défis actuels qui lui tient particulièrement à cœur : « Si nous voulons continuer à produire des fromages de qualité avec tout le savoir-faire requis, il faut pouvoir transmettre à la génération suivante et donner envie aux nouvelles personnes formées de rester dans le domaine une fois leur formation terminée. Un bon travail est effectué dans ce sens mais il y a encore du potentiel. Le système dual doit par exemple mieux être mis en valeur. »

Papa d'un petit garçon de deux ans et bientôt d'un deuxième enfant, Julien passe une grande partie de son temps libre avec sa famille. Passionné de musique, il a fait plusieurs années de conservatoire à l'euphonium et joue actuellement dans un brass band. Il aime également se ressourcer à la montagne en pratiquant la randonnée, le ski ou le ski d'alpinisme. En été, il se rend souvent avec sa famille au Petit Mont où ses beaux-parents possèdent un alpage.

zerischen Milchwirtschaftlichen Vereins ist die Ausbildung des Nachwuchses eine der vielen aktuellen Herausforderungen, die ihm besonders am Herzen liegt: «Wenn wir weiterhin Qualitätskäse mit dem erforderlichen Know-How produzieren wollen, müssen wir in der Lage sein, an die nächste Generation weiterzugeben und die neu ausgebildeten Personen dazu zu bringen, nach ihrer Ausbildung in der Branche zu bleiben. Es wird gute Arbeit in dieser Richtung geleistet, aber es gibt noch Potenzial. Das duale System beispielsweise sollte stärker gefördert werden.»



Julien ist Vater eines zweijährigen Buben und bald eines zweiten Kindes und verbringt einen grossen Teil seiner Freizeit mit seiner Familie. Als leidenschaftlicher Musiker, hat mehrere Jahre am Konservatorium Euphonium studiert und spielt derzeit in einer Brass Band. Er erholt sich am liebsten in den Bergen beim Wandern, Skifahren oder Bergsteigen. Im Sommer fährt er oft mit seiner Familie nach Le Petit Mont, wo seine Schwiegereltern eine Alp besitzen.

## **OLIVIER BONGARD, PROPRIÉTAIRE DE LA FROMAGERIE DE SCHWENI**

Cela fait maintenant un peu plus de cinq ans qu'Olivier Bongard a repris les rênes de la fromagerie de Schwensi à la suite du départ à la retraite de son papa Serge. De 2013 à fin janvier 2023, il a également été à la tête de la fromagerie de Guin. Avant cela, il a effectué son apprentissage dans trois établissements différents et a travaillé dans diverses fromageries ainsi que chez SuisseLab. Il a également exercé dans l'industrie pharmaceutique pendant deux ans.

Titulaire d'un brevet et d'une maîtrise fédérale, Olivier forme un apprenti. A ses côtés travaillent aussi deux employés à temps plein et un employé à temps partiel. Celui-ci suit la Formation pratique suisse FPra, une formation professionnelle de deux ans qui s'adresse à celles et ceux qui ne peuvent pas faire d'APP ou de CFC : « Il avait des difficultés d'apprentissage à l'école mais à la fromagerie il fait du super travail. »

Le lait qui arrive tous les jours à la fromagerie vient de huit agriculteurs de la région et sert à la fabrication de Vacherin Fribourgeois AOP et de nombreuses autres spécialités. La majorité des produits est vendue dans le magasin familial Chees Gourmet à Tavel, tenu par sa compagne, et dans d'autres magasins aux alentours.

En tant que nouveau membre du comité de l'IPVF, il se réjouit de soutenir le Vacherin Fribourgeois AOP dans son développement. « J'ai tout de suite accepté lorsque l'on m'a demandé si j'étais motivé à rejoindre le comité. Je trouve aussi très important qu'il y ait un représentant des fabricants suisse-alémanique au sein du comité. » Lorsqu'il n'est pas à la fromagerie, Olivier part se promener en deux-roues, à moto ou à vélo. Et quand les beaux jours laissent place à l'hiver, il aime partir skier. Il apprécie aussi beaucoup les moments entre amis et la bonne nourriture.



## **OLIVIER BONGARD, EIGENTÜMER DER KÄSEREI VON SCHWENI**

Es ist nun etwas mehr als fünf Jahre her, dass Olivier Bongard die Käserei in Schwensi übernahm, nachdem sein Vater Serge in den Ruhestand ging. Von 2013 bis Ende Januar 2023 leitete er auch die Käserei in Düdingen. Zuvor absolvierte er seine Lehre in drei verschiedenen Betrieben und arbeitete in verschiedenen Käsereien und bei SuisseLab. Für zwei Jahre war er auch in der Pharmaindustrie beschäftigt.

Olivier ist Inhaber eines eidgenössischen Fachausweises und hat die Meisterprüfung absolviert und bildet einen Berufslernenden aus. Neben ihm arbeiten zwei Vollzeitangestellte und ein Teilzeitangestellter. Dieser absolviert die Schweizer Praxisausbildung PrA, eine zweijährige Berufsausbildung, die sich an diejenigen richtet, die keinen Zugang zu EBA oder EFZ haben: «Er hatte Lernschwierigkeiten in der Schule, aber in der Käserei macht er einen tollen Job.»

Die Milch, die täglich in der Käserei ankommt, stammt von acht Landwirten aus der Region und wird zur Herstellung von Vacherin Fribourgeois AOP und vielen anderen Spezialitäten verwendet. Die meisten Produkte werden im Familiengeschäft Chees Gourmet in Tafers, das von seiner Lebensgefährtin geführt wird, und in anderen Geschäften in der Umgebung verkauft.

Als neues Mitglied des Vorstandes der IPVF freut er sich darauf, den Vacherin Fribourgeois AOP in seiner Entwicklung zu unterstützen. «Ich habe sofort zugesagt, als ich gefragt wurde, ob ich Lust hätte, dem Vorstand beizutreten. Ich finde es auch sehr wichtig, dass es einen Vertreter der Deutschschweizer Hersteller im Vorstand gibt.» Und wenn die schönen Tage dem Winter weichen, geht er gerne zum Skifahren. Er schätzt auch das Zusammensein mit Freunden und gutes Essen sehr.

## — THÉMATIQUE —

# Le Röstigraben au Vacherin Fribourgeois AOP à découvrir chez Holy Cow!

Entdecken Sie den «Röstigraben» mit Vacherin Fribourgeois AOP bei Holy Cow!

Depuis septembre, le Vacherin Fribourgeois AOP est l'ingrédient phare du Röstigraben, burger qui est à la carte chez Holy Cow! jusqu'à la fin du mois d'octobre. Une nouvelle collaboration qui permet à notre fromage de caractère de rayonner de façon originale à travers la Suisse.

Avec seize restaurants présents en Suisse, Holy Cow! propose des burgers gourmets, cuisinés avec des ingrédients frais et locaux. Chaque année, l'entreprise organise un concours interne, le « Burger Love Creativity Challenge » lors duquel chaque restaurant doit élaborer une recette de burger originale et savoureuse. Approché par l'IPVF pour un partenariat, Holy Cow!

Seit dem 1. September ist der Vacherin Fribourgeois AOP die Hauptzutat des Burgers „Röstigraben“, den es zwei Monate lang bei Holy Cow! zu geniessen gibt. Diese neue Zusammenarbeit wird unseren charakterstarken Käse auf originelle Weise in der ganzen Schweiz bekannt machen.

Mit 16 Restaurants in der Schweiz bietet Holy Cow! Gourmet-Burger an, die mit frischen und lokalen Zutaten zubereitet werden. Jedes Jahr veranstaltet das Unternehmen einen internen Wettbewerb, die „Burger Love Creativity Challenge“, bei dem jedes Restaurant einen originellen und schmackhaften Burger entwickeln muss. Die IPVF trat an Holy Cow! heran, um eine





AOP Vacherin®  
Fribourgeois  
SWITZERLAND

# BEYOND BORDERS.



## RÖSTIGRABEN

BOEUF 100% SUISSE, SAUCE AÏOLI,  
VACHERIN FRIBOURGEOIS AOP,  
GALETTE DE RÖSTIS, OIGNONS FRIIS,  
SALADE BATAVIA.



NOUS UTILISONS EXCLUSIVEMENT DE LA  
VIande ET DES FRUITS CULTIVÉS SUISSE GARANTIE

a imposé aux équipes le Vacherin Fribourgeois AOP comme ingrédient pour ce concours. Pour le reste, les restaurants avaient carte blanche. « Cela faisait longtemps que nous voulions amener un fromage de caractère à notre carte. Lorsque le Vacherin Fribourgeois AOP nous a approché, le timing était parfait. L'image du Vacherin Fribourgeois AOP nous plaît énormément. De plus, de manière opérationnelle, c'est un fromage qui va parfaitement sur les grills », explique Steve Richard, COO de l'entreprise.

La première sélection s'est faite sur papier en fonction de la recette proposée. A cette étape, ce sont les employés du siège central à Lausanne qui ont choisi cinq recettes en se basant sur des critères établis comme le respect des valeurs de la marque et des consignes, l'originalité et la faisabilité. Les cinq restaurants finalistes se sont ensuite retrouvés à Fribourg pour réaliser et faire déguster leur burger à un jury de treize personnes. Parmi ce jury se trouvaient

Partnerschaft vorzuschlagen, und so wurde der Vacherin Fribourgeois AOP als Zutat für diesen Wettbewerb auferlegt. Für alles andere hatten die Restaurants freie Hand. „Wir wollten schon lange einen charaktervollen Käse auf unsere Speisekarte setzen. Als der Vacherin Fribourgeois AOP auf uns zukam, war das Timing perfekt. Das Image des Vacherin Fribourgeois AOP gefällt uns sehr gut. Außerdem ist es ein Käse, der perfekt auf den Grill passt“, erklärt Steve Richard, COO des Unternehmens.

Eine erste Auswahl wurde auf dem Papier anhand der eingereichten Rezepte getroffen. Anschliessend wählten die Mitarbeitenden des Hauptsitzes in Lausanne fünf Rezepte anhand festgelegter Kriterien wie Einhaltung der Markenwerte, Originalität und Durchführbarkeit aus. Die fünf Finalisten trafen sich dann in Freiburg, um ihre Burger zuzubereiten, die von einer dreizehnköpfigen Jury verkostet wurden. In der Jury sass auch vier Vertreter der IPVF.



20 quatre membres de l'IPVF. Les membres du jury ont évalué chaque burger selon plusieurs critères précédemment établis, comme des critères visuels, de goût ou encore d'originalité. C'est finalement le burger Röstigraben, réalisé par Bensy et Alan, du restaurant Holy Cow! de Sion, qui est ressorti gagnant.

Leur choix d'allier les saveurs du Vacherin Fribourgeois AOP à une fine galette de rösti bien croustillante et moelleuse et à une sauce à l'ail, dans un burger au bœuf, a convaincu le palais des jurés.

*«Les valaisans sont de retour. J'ai demandé à mon équipe de me proposer un burger qui plaira aux opposés. Qui plaira autant à celui qui a un palet de Dobermann qu'à un fin gourmet; Qui plaira autant à un mangeur de salade qu'à quelqu'un qui a faim. Voilà le résultat, un burger avec une fine galette de rösti bien croustillante et moelleuse et une sauce à l'ail qui ira aussi bien dans un burger qu'avec des frites, Le tout pour accompagner à merveille un Vacherin Fribourgeois AOP.»*

#### **Histoire du burger du restaurant Holy Cow! de Sion**

En plus d'offrir des saveurs uniques aux clients d'Holy Cow!, ce burger fait partie du projet Burger Love de l'entreprise, qui est un fond de soutien créé pour les associations ou œuvres caritatives suisses dans le besoin. A l'achat de chaque burger Röstigraben, 50 centimes seront reversés dans la cagnotte Burger Love.

L'an dernier, le burger Colonel Moutarde, qui avait remporté le concours, est le burger promotionnel qui s'était le mieux vendu sur l'année. « Nous espérons que le Röstigraben fera aussi bien cette année. Une fois les deux mois de vente du burger écoulés, notre objectif serait de proposer du Vacherin Fribourgeois AOP toute l'année dans nos burgers en extra », relève Steve Richard.

Die Jurymitglieder beurteilten jeden Burger nach einer Reihe von zuvor festgelegten Kriterien wie Optik, Geschmack und Originalität. Der „Röstigraben“-Burger von Bensy und Alan aus dem Restaurant Holy Cow! in Sitten ging schliesslich als Sieger hervor.

Ihre Entscheidung, die Aromen des Vacherin Fribourgeois AOP mit einem dünnen, knusprigen und weichen Rösti-Küchlein und einer Knoblauchsauce in einem Rindfleisch-burger zu kombinieren, überzeugte den Gaumen der Juroren.

*«Die Walliser sind zurück. Ich habe mein Team gebeten, mir einen Burger vorzuschlagen, der alle gleichermassen anspricht. Der anspruchslose Esser ebenso überzeugt wie die raffiniertesten Feinschmecker; der den kleinen wie den grossen Appetit gleichermassen bedient. Das Ergebnis ist ein Burger mit einem dünnen, knusprigen und weichen Rösti-Küchlein und einer Knoblauchsauce, die sowohl in einen Burger als auch zu Pommes Frites passt. Das Ganze passt hervorragend zum Vacherin Fribourgeois AOP.»*

#### **Geschichte des Burgers vom Restaurant Holy Cow! in Sitten**

Dieser Burger bietet den Kunden von Holy Cow! nicht nur einen einzigartigen Geschmack, sondern unterstützt auch das Burger Love Projekt des Unternehmens, einen Fonds, der für Schweizer Vereine für Notleidende oder Wohltätigkeitsorganisationen eingerichtet wurde. Beim Kauf eines jeden Röstigraben-Burgers werden 50 Rappen in den Burger Love Pool gespendet.

Im letzten Jahr war der Colonel Mustard Burger, der den Wettbewerb gewann, der meistverkaufte Werbeburger des Jahres. «Wir hoffen, dass der «Röstigraben» in diesem Jahr genauso gut abschneiden wird. Wenn die zwei Monate, in denen der Burger verkauft wurde, vorbei sind, wäre es unser Ziel, Vacherin Fribourgeois AOP das ganze Jahr über in unseren Extra-Burgern anzubieten», so Steve Richard.



# Pierre Hagron un soutien à la promotion du Vacherin Fribourgeois AOP sur le marché français

21

## eine Unterstützung für die Promotion des Vacherin Fribourgeois AOP im französischen Markt

Afin de soutenir la promotion du Vacherin Fribourgeois AOP sur le marché français, l'IPVF collaborera avec Pierre Hagron, représentant français indépendant, possédant notamment de nombreux contacts à Rungis et dans différentes boutiques parisiennes. De passage à Bulle pour une semaine de formation sur le terrain, nous en avons profité pour le rencontrer.

### **Pierre Hagron, comment s'est passée votre semaine au sein de l'équipe de l'IPVF ?**

Je connaissais déjà bien le Vacherin Fribourgeois AOP pour l'avoir travaillé en boutique et sur le stand des Fromages de Suisse au Salon International de l'Agriculture, mais cette semaine m'a permis d'acquérir des connaissances encore plus détaillées sur le produit ainsi que sur la culture et les traditions qui l'entourent. J'ai eu la chance d'aller à la rencontre de plusieurs acteurs de la filière que ce soit à l'alpage, à la ferme, en fromagerie ou dans des caves d'affinage.

Um die Bewerbung des Vacherin Fribourgeois AOP auf dem französischen Markt zu unterstützen, wird die IPVF mit Pierre Hagron, einem unabhängigen französischen Vertreter mit zahlreichen Kontakten in Rungis und in verschiedenen Pariser Käsegeschäften, zusammenarbeiten. Er besuchte Bulle für eine Schulungswoche vor Ort und wir nutzten die Gelegenheit, ihn zu treffen.

### **Pierre Hagron, wie war Ihre Woche mit dem IPVF-Team?**

Ich kannte den Vacherin Fribourgeois AOP bereits aus dem Verkauf im Geschäft und am Stand des Schweizer Käse auf der Internationalen Landwirtschaftsmesse, aber diese Woche vermittelte mir noch genauere Kenntnisse über das Produkt und die Kultur und Traditionen, die es umgeben. Ich hatte die Gelegenheit, mit verschiedenen Akteuren der Branche zusammenzutreffen, sei es auf der Alp, auf dem Bauernhof, in einer Käserei oder in den Kellern, in denen der Käse reift.

**Quel sera votre rôle pour le Vacherin Fribourgeois AOP une fois de retour en France ?**

L'idée est que je soutienne la promotion et la diffusion du Vacherin Fribourgeois AOP, notamment à Rungis, qui est le hub de distribution au détail français. Mes tâches seront principalement de développer les connaissances liées au Vacherin Fribourgeois AOP des intermédiaires, de conseiller les différents acheteurs et vendeurs, de former les professionnels sur l'histoire, les spécificités et les différentes façons de travailler le produit. Il s'agira aussi d'avoir un retour d'informations du terrain.

**Qu'est-ce qui vous intéresse dans le Vacherin Fribourgeois AOP ?**

Les pâtes dures qui monopolisent souvent les plateaux, on les connaît bien, il faut être original maintenant. J'aime beaucoup le côté tout terrain du Vacherin Fribourgeois AOP. C'est un fromage que l'on peut apprécier de manières bien distinctes. Les possibilités en termes gustatifs sont vraiment multiples, il peut convenir à beaucoup de palais. Il reflète une culture, un terroir et c'est d'ailleurs pour cela que je travaille dans l'agriculture et les métiers de bouche. Je suis quelqu'un d'attaché au terroir. J'aime mettre en avant ces produits qui résultent de la manière dont les hommes ont travaillé une terre. Et je trouve cet aspect-là très riche dans le Vacherin Fribourgeois AOP.

22

**Wie wird Ihr Einsatz für den Vacherin Fribourgeois AOP aussehen, wenn Sie wieder in Frankreich sind?**

Es ist geplant, dass ich die Förderung und den Vertrieb des Vacherin Fribourgeois AOP unterstützen werde, insbesondere in Rungis, dem französischen Vertriebszentrum für den Einzelhandel. Meine Aufgaben werden hauptsächlich darin bestehen, das Wissen der Zwischenhändler über Vacherin Fribourgeois AOP zu erweitern, die verschiedenen Käufer und Verkäufer zu beraten und die Fachleute über die Geschichte, die Besonderheiten und die verschiedenen Arten der Verarbeitung des Produkts zu schulen. Es wird auch darum gehen, Feedback von den Zielgruppen zu erhalten.

**Was interessiert Sie besonders am Vacherin Fribourgeois AOP ?**

Hartkäse wird in vielen Sorten angeboten; jetzt geht es darum, sich von der Masse abheben. Mir gefällt besonders die Vielseitigkeit des Vacherin Fribourgeois AOP. Es ist ein Käse, den man auf die unterschiedlichsten Arten geniessen kann. Die geschmacklichen Möglichkeiten sind unendlich, er kann viele Gaumen ansprechen. Er spiegelt eine Kultur, ein Gebiet wider und das ist auch der Grund, warum ich in der Landwirtschaft und im Gastronomiebereich arbeite. Ich bin ein Mensch, der mit dem Land verbunden ist. Ich mag es, jene Produkte hervorzuheben, die das Ergebnis davon sind, wie Menschen das Land bewirtschaftet haben. Und ich finde, dass man das im Vacherin Fribourgeois AOP besonders gut spürt.





### **Quelle est la meilleure façon d'aborder le marché français pour un produit comme le Vacherin Fribourgeois AOP ?**

Tout dépendra de la personne à approcher. Il y a des grossistes et boutiques qui connaissent déjà bien le Vacherin Fribourgeois AOP, d'autres moins. Dans tous les cas, il est important de montrer qu'il n'y a pas qu'une sorte de Vacherin Fribourgeois AOP et qu'il peut être utilisé de différentes manières. Il y a la fondue bien sûr, mais c'est aussi un fromage superbe à la coupe ou en raclette. Le Rustic, par exemple, est très intéressant pour un plateau de fromage, car il a un goût très identitaire. Pour la raclette, souvent, on utilise uniquement un fromage à raclette alors qu'il y en a plein d'autres. Il s'agit vraiment de montrer toutes ces possibilités.

### **Existe-il beaucoup de fromages qui ressemblent au Vacherin Fribourgeois AOP sur le marché français ?**

Très peu. Hormis peut-être le Morbier ou l'Abondance, pour les plus connus, qui peuvent s'en rapprocher. Il y a bien sûr une concurrence en termes d'utilisation avec les fromages présents sur le marché mais les caractéristiques propres au Vacherin Fribourgeois AOP se retrouvent peu dans d'autres fromages. Un Rustic ou un Alpage, par exemple, ont des caractéristiques que je n'ai jamais retrouvées ailleurs. Je veux aussi montrer que l'on fait la meilleure fondue et la meilleure raclette avec du Vacherin Fribourgeois AOP. La texture est incomparable.

### **Wie kann man den französischen Markt am besten für ein Produkt wie Vacherin Fribourgeois AOP erschliessen?**

Das hängt von der Person ab, die angesprochen werden soll. Es gibt Grosshändler und Geschäfte, die den Vacherin Fribourgeois AOP bereits gut kennen, andere weniger. In jedem Fall ist es wichtig zu zeigen, dass es nicht nur eine Sorte Vacherin Fribourgeois AOP gibt und dass er auf verschiedene Arten verwendet werden kann. Fondue ist nur eine Art davon, denn er eignet sich auch hervorragend als Schnittkäse oder für Raclette. Der Rustic macht sich beispielsweise sehr gut auf einer Käseplatte, da er seinen ganz eigenen Geschmack hat. Für Raclette wird oft nur ein Raclettekäse verwendet, obwohl es viele andere gibt. Es geht vor allem darum, all diese Möglichkeiten aufzuzeigen.

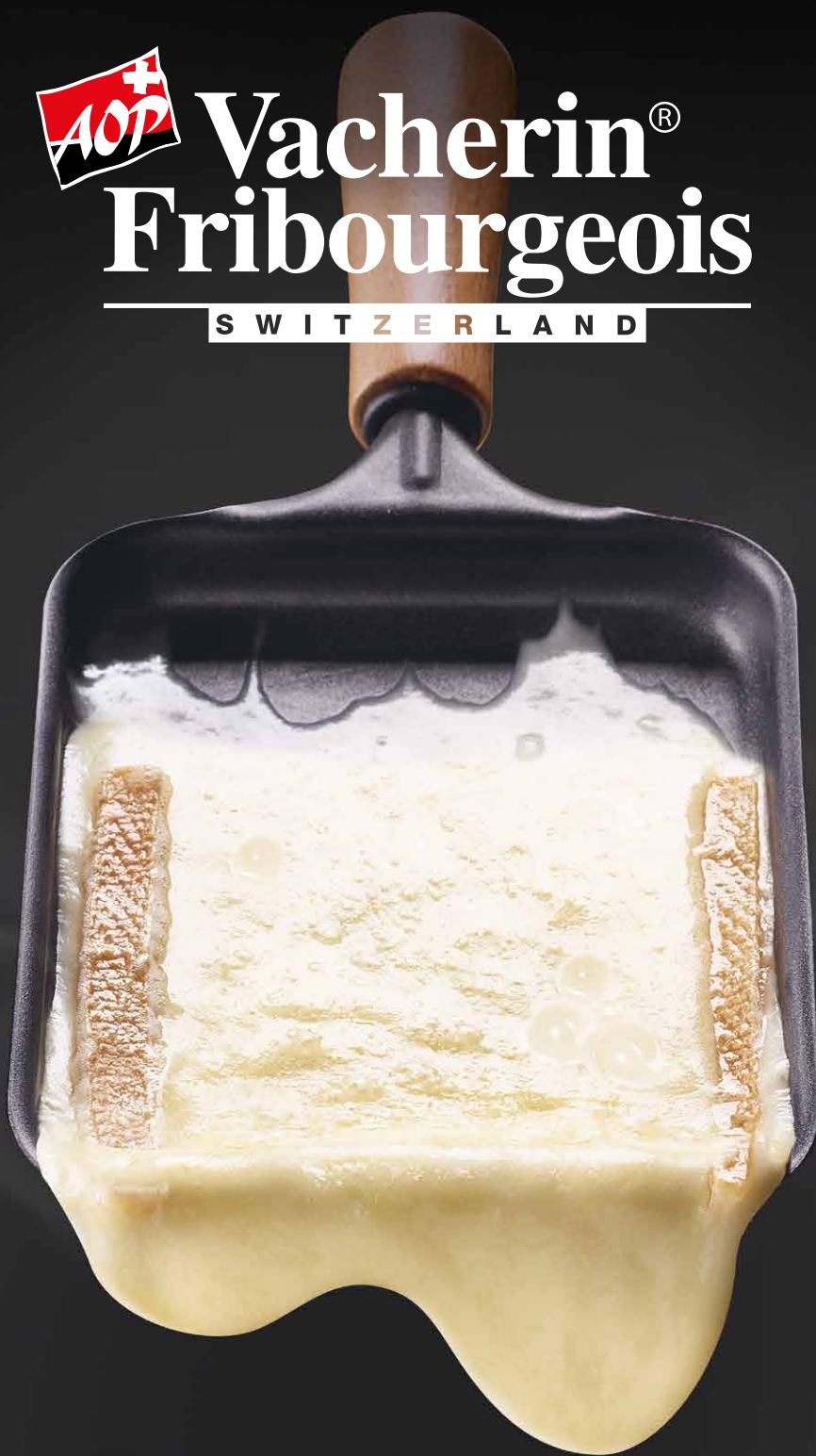
### **Gibt es auf dem französischen Markt viele Käsesorten, die dem Vacherin Fribourgeois AOP ähneln?**

Sehr wenig. Ausser vielleicht Morbier oder Abondance, um die bekanntesten zu nennen, die sich ihm annähern können. Es gibt natürlich einen Wettbewerb in Bezug auf die Verwendung mit den auf dem Markt befindlichen Käsesorten, aber die Eigenschaften, die typisch für den Vacherin Fribourgeois AOP sind, finden sich kaum in anderen Käsesorten wieder. Ein Rustic oder ein Alpkäse zum Beispiel haben Eigenschaften, die ich noch nie anderswo gefunden habe. Außerdem möchte ich zeigen, dass man mit Vacherin Fribourgeois AOP das beste Fondue und Raclette machen kann. Die Textur ist unvergleichlich.



# Vacherin® Fribourgeois

SWITZERLAND



Ohne Vacherin  
ist's nur Käse.

Mit ist's unwiderstehlich zartschmelzend und herhaft.