

n°29 - décembre 2018

Inten sites

Au cœur du Vacherin Fribourgeois AOP
Im Herzen des Vacherin Fribourgeois AOP



Vacherin®
Fribourgeois
— SWITZERLAND —

Sommaire

Inhaltsverzeichnis

EDITO	3
Fêtes ne riment pas toujours avec vacances Festtage bedeuten nicht immer Urlaub	
REPORTAGE	4
Le Vacherin Fribourgeois AOP sous toutes ses formes Der Vacherin Fribourgeois AOP in all seinen Formen	
PORTRAIT	8
Laurent Python	
AGENDA	12
A LA DÉCOUVERTE DE NOS MEMBRES	13
François Muller, producteur de lait bio François Muller, Bio-Milch-Produzent	
INTERVIEW	16
M. Pascal Olivier, responsable de l'antenne romande de Bio Suisse H. Pascal Olivier, Verantwortlicher der Antenne romande von Bio Suisse	
THÉMATIQUE	18
La fondue, aussi un repas de fête Das Fondue, auch ein Festmahl	

IMPRESSUM

EDITEUR : INTERPROFESSION DU VACHERIN FRIBOURGEOIS
RÉDACTION : FÉDÉRATION PATRONALE ET ECONOMIQUE
GRAPHISME : PARALLELE.CH
IMPRESSION : GLASSON PRINT, BULLE
TIRAGE : 1300 EXEMPLAIRES

INTERPROFESSION DU VACHERIN FRIBOURGEOIS
RUE DE LA CONDÉMINE 56 - CP 2175 - 1630 BULLE 2
T. 026 919 8756
INFO@VACHERINFRIBOURGEOISAOP.CH
WWW.VACHERIN-FRIBOURGEOIS-AOP.CH

Fêtes ne riment pas toujours avec vacances

Festtage bedeuten nicht immer Urlaub

URS SCHWALLER, PRÉSIDENT | PRÄSIDENT
ROMAIN CASTELLA, DIRECTEUR | DIREKTOR

Nous voici déjà à la fin 2018. Une année riche en changements et en nouveautés pour l'Interprofession du Vacherin Fribourgeois qui, nous l'espérons, auront su vous plaire. Nous pensons notamment aux nouvelles actions marketing et aux nouveaux visuels qui ont permis, et continueront de permettre, de présenter le Vacherin Fribourgeois AOP sous son meilleur jour et de développer sa notoriété auprès des consommateurs.

Au milieu de ces changements, nous n'oublions pas tous les professionnels qui exercent les métiers qui font naître et vivre le Vacherin Fribourgeois AOP. Les producteurs de lait, les crémiers-fromagers et les affineurs, qui œuvrent sans relâche, sont les acteurs indispensables à la saveur de ce si beau produit. Ce sont également nos premiers ambassadeurs !

Et si cette fin d'année rime pour beaucoup de personnes avec vacances et repos, ce n'est pas le cas des professionnels de notre filière. Pour eux, la période des fêtes est exigeante, l'un des moments les plus importants de l'année, avec beaucoup de consommateurs qui souhaitent déguster une bonne fondue ou un magnifique plateau de fromages avec leurs proches. Alors à vous tous, qui ne prenez pas de vacances et qui n'arrêtez pas votre production afin de rester au service des consommateurs, un grand merci et bravo pour votre travail. Nous vous envoyons tout notre courage et soutien pour cette fin d'année chargée.

Chères lectrices, chers lecteurs, nous vous souhaitons à toutes et à tous de très joyeuses fêtes et une excellente année 2019. Profitez de ces moments avec vos proches et n'oubliez pas de partager ensemble une délicieuse fondue, conviviale par excellence, et de *Savourer l'instant* avec le Vacherin Fribourgeois AOP.

2018 geht bereits seinem Ende entgegen. Für die Branchenorganisation des Vacherin Fribourgeois war es ein Jahr voller Veränderungen und Neuheiten, welche – so hoffen wir – zu Ihrer Zufriedenheit ausfallen. Dabei denke ich an die neuen Marketing-Aktionen und die neue visuelle Gestaltung. Sie gaben uns, und geben uns weiterhin Gelegenheit, den Vacherin Fribourgeois AOP in seinem besten Licht zu präsentieren und seinen Bekanntheitsgrad beim Konsumenten entsprechend zu steigern.

Inmitten all dieser Neuerungen vergessen wir die Fachkräfte nicht, die durch Ausübung ihres Berufs das Entstehen und Bestehen des Vacherin Fribourgeois AOP ermöglichen. Durch ihren unermüdlichen Einsatz leisten Milchproduzenten, Käser und Affineure als unverzichtbare Akteure ihren wertvollen Beitrag zum Geschmack dieses aussergewöhnlichen Produkts. Es sind auch unsere ersten Botschafter !

Auch wenn das Jahresende für viele auch Urlaub und Erholung bedeutet, ist dies für die professionellen unserer Kette nicht der Fall. Für sie sind die Festtage besonders beschwerlich, denn es ist die wichtigste Periode des Jahres. Viele Kunden möchten mit ihren Angehörigen ein gutes Fondue oder eine schöne Käseplatte degustieren. Daher geht mein herzlichster Dank an alle, die auf Urlaub verzichten und ihre Produktion nicht unterbrechen, um im Dienst der Verbraucher zu bleiben. Wir möchten ihnen hier unsere Anerkennung für ihre wertvolle Arbeit ausdrücken.

Liebe Leserinnen und Leser, wir wünschen Ihnen frohe Festtage und ein glückliches Neues Jahr. Zu den Festlichkeiten gehört natürlich auch ein feines Fondue in gemütlicher Runde. Profitieren Sie von diesen Momenten mit Ihren Lieben und *Den Moment genießen* mit dem Vacherin Fribourgeois AOP.

REPORTAGE

Le Vacherin Fribourgeois AOP sous toutes ses formes

Der Vacherin Fribourgeois AOP in all seinen Formen

C'est une évidence, il n'y a rien de tel qu'une bonne fondue moitié-moitié ou 100% Vacherin Fribourgeois AOP. C'est sous cette forme que ce savoureux fromage est le plus connu et le plus souvent dégusté. Il ne faut pas non plus oublier qu'il est tout autant délicieux à la coupe et qu'il embellit tous les plateaux de fromages. Ces différentes manières de le savourer sont bien connues et ancrées dans les habitudes et le patrimoine. Mais que se passerait-il s'il était revisité sous d'autres formes, parfois un peu surprenantes? C'est le pari lancé par Nicolas Schmoutz, fromager de la Fromagerie de Mézières, qui a mis au point avec son équipe un produit surprenant : du fromage à tartiner au Vacherin Fribourgeois AOP, appelé « Les 4h du Bouébo ». Rencontre avec cet artisan plein d'idées.

A 54 ans, Nicolas Schmoutz a eu un parcours plutôt particulier. Après son apprentissage et son école de laiterie, il est parti faire une école d'ingénieurs à Zollikofen, pour ensuite travailler pendant 21 ans dans le conseil : « J'ai fait deux ans à l'Agroscope, puis dix-neuf ans à Grangeneuve où je m'occupais des fromageries de plaines et d'alpages fribourgeois. » Et déjà à cette époque, le Vacherin Fribourgeois AOP tenait une place cruciale dans sa vie : « J'en étais le responsable pour les fromageries de plaine. C'est sous l'impulsion de Michel Rolle, chef du SICL, que nous menions les essais de cultures et d'amélioration de la qualité du fromage, dont les premiers tests de fonte. »

Es ist eine Binsenwahrheit: Nichts geht über ein Fondue moitié-moitié oder 100% Vacherin Fribourgeois AOP. In dieser Form ist dieser köstliche Käse am bekanntesten und wird auch auf diese Art am meisten degustiert. Man darf auch nicht vergessen, dass er als Schnittkäse genauso fabelhaft schmeckt und alle Käseplatten veredelt. Diese verschiedenen Formen des Geniessens von Vacherin Fribourgeois AOP sind allen vertraut und in Brauchtum und Erbe tief verankert. Aber was geschähe, wenn er sich in ganz anderen, vielleicht etwas ungewöhnlichen Formen präsentieren würde? Dieser Herausforderung stellt sich Nicolas Schmoutz, Käser der Molkerei Mézières. Zusammen mit seinem Team hat er ein verblüffendes Produkt kreiert: einen Vacherin Fribourgeois AOP-Streichkäse mit der Bezeichnung « Les 4h du Bouébo » (Sennebueb z'Vieri). Begegnung mit diesem ideenreichen Handwerker.

Der 54-jährige Nicolas Schmoutz hat eine ziemlich spezielle Laufbahn hinter sich. Nach seiner Lehre und der Molkereischule besuchte er das « Buure-Tech », eine Fachhochschule in Zollikofen und arbeitete danach 21 Jahre lang als Berater: « Nach zwei Jahren bei Agroscope betreute ich während 19 Jahren Freiburger Tal- und Alpbetriebe. » Und schon damals nahm der Vacherin Fribourgeois AOP einen bedeutenden Platz in seinem Leben ein: « Ich war für die Talkäserien verantwortlich. Auf Veranlassung von Michel



Tout a changé en 2007, avec l'émergence du projet de fusionner quatre sociétés en une nouvelle à Mézières. Motivé par ce beau challenge, Nicolas Schmoutz a décidé de soumissionner et c'est lui qui a été nommé par le Comité de projet : « J'avais 43 ans à l'époque, et je me suis dit que c'était le dernier moment pour me lancer dans une aventure de cette ampleur. Mon rôle a d'abord été de faire des appels d'offres et des propositions au Comité pour équiper la fromagerie. » Il ajoute en rigolant : « Je ne sais pas s'il faut dire que c'est grâce à moi, ou à cause de moi, que nous avons ces installations-là

aujourd'hui. » ***Une fromagerie continue d'être importante dans un village, car c'est un lieu de rencontre.*** Quoiqu'il en soit, le projet a été accepté, et en avril 2009,

près de deux ans plus tard, la production a pu commencer : « Nous allons déjà fêter nos 10 ans l'année prochaine ! Cela montre qu'une fromagerie continue d'être importante dans un village, car c'est un lieu de rencontre. Et aujourd'hui, la société se porte bien, nous comptons 41 producteurs de lait sociétaires et nous transformons 5,5 millions de kilos de lait par année. Nous sommes également une entreprise formatrice, avec trois apprentis chaque année. »

Et le Vacherin Fribourgeois AOP dans tout ça ? « Je pense que, comme tous les Fribourgeois, je suis très lié à ce fromage. Pour moi, une fondue est inconcevable sans lui. J'ai aussi pu suivre de près son évolution grâce à mon poste à Grangeneuve. » Et pour citer une expérience particulière autour de ce fromage, Nicolas Schmoutz choisit de parler du plaisir qu'il a eu de conseiller les alpages fribourgeois : « Une année, pour la désalpe de Charmey, nous avons organisé une dégustation des différentes variétés de Vacherin Fribourgeois AOP pour le public. Pour l'occasion, je m'étais amusé à écrire des descriptifs de chaque fromage d'une manière un peu poétique, comme l'on pourrait décrire des vins. Ça avait beaucoup plus aux visiteurs et c'était une très belle expérience. »

Rolle, dem Leiter der MIBD, wurden Tests mit Kulturen und Versuche zur Verbesserung der Käsequalität durchgeführt, darunter die ersten Schmelztests. »

2007 war ein Jahr der grossen Veränderungen. Es entstand die Projektidee, vier Gesellschaften zu einer neuen Gesellschaft in Mézières zusammenzuschliessen. Motiviert durch diese Herausforderung beschloss Nicolas Schmoutz, sich auf die Ausschreibung zu bewerben und wurde vom Projektvorstand ernannt: « Ich war damals 43 und dachte mir, dies sei die letzte Gelegenheit, mich in ein Abenteuer dieser Grössenordnung zu stürzen. Meine Aufgabe bestand vorerst darin, dem Vorstand Vorschläge zu unterbreiten und Angebote für die Einrichtung der Käserei

Wie wichtig das Fortbestehen einer Käserei für ein Dorf ist, denn sie ist ein Ort der Begegnung.

einzuholen. » Und lachend fügt er hinzu : « Ich weiss nicht, ob ich sagen soll es sei dank mir oder wegen mir, dass wir heute über diese Installationen verfügen. » Wie auch immer, das Projekt wurde akzeptiert, und zwei Jahre später, im April 2009, konnte die Produktion beginnen : « Nächstes Jahr werden wir unser 10-jähriges Bestehen feiern ! Dies zeigt, wie wichtig das Fortbestehen einer Käserei für ein Dorf ist, denn sie ist ein Ort der Begegnung. Und heute ist das Unternehmen erfolgreich. Wir zählen 41 Milchproduzenten-Mitglieder und verkäsen 5,5 Millionen Kilo Milch pro Jahr. Mit jährlich drei Lernenden sind wir auch Lehrbetrieb. »

Und der Vacherin Fribourgeois AOP bei all dem ? « Ich denke, ich bin wie alle Freiburger sehr mit diesem Käse verbunden. Ich kann mir ein Fondue ohne ihn nicht vorstellen. Dank meinem Posten in Grangeneuve konnte ich auch seine Entwicklung verfolgen. » Nicolas Schmoutz spricht von einer besonderen Erfahrung wenn er von seiner Zeit als Berater der Freiburger Alpbetriebe erzählt : « Einmal, für eine Alpabfahrt in Charmey, organisierten wir für das Publikum eine Degustation der verschiedenen Vacherin





Et le Vacherin Fribourgeois AOP n'a pas fini de marquer le parcours professionnel de Nicolas Schmoutz, comme semble l'indiquer sa nouvelle recette de crème à tartiner. « Je préfère dire

Plusieurs fromages se déclinent sous des formes différentes. Je trouvais intéressant d'en tester une nouvelle avec le Vacherin Fribourgeois AOP.

« crème » plutôt que « pâte », car c'est plus proche de la texture que nous souhaitons obtenir.

Le but était d'éviter d'avoir une impression caoutchouteuse en bouche, mais d'avoir un produit qui se tartine facilement. Bien entendu, il fallait aussi qu'il garde le bon goût du fromage, tout en étant le plus naturel possible et en rappelant l'autre produit phare fribourgeois : la double crème. » Mais comment est née cette idée de recette originale ? « Le projet a débuté dans le cadre du brevet de mon second, Julien Bays. Plusieurs fromages, dont le Gruyère AOP notamment, se déclinent sous des formes différentes. Je trouvais intéressant d'en tester une nouvelle avec le Vacherin Fribourgeois AOP, et c'est là qu'est arrivée l'idée d'en faire du fromage à tartiner. A la fin du brevet, le produit était abouti à 80%. Nous avons repris le flambeau et continué à le travailler. » Après plusieurs essais de fabrication, « Les 4h du Bouébo » ont pu être testés par un panel de dégustation, regroupant des consommateurs de tout âge. Le but ? Sélectionner la recette qui plaisait au plus grand nombre et continuer de la développer.

Une fois le produit élaboré, il a fallu lui trouver un nom : « Nous avons organisé un brainstorming à l'interne et plusieurs propositions en sont ressorties. Finalement, « Les 4h du Bouébo » nous plaisait bien. « Bouébo » est un mot bien fribourgeois mais qui peut aussi être compris par les suisses-alsémaniques. » La deuxième grande question a été celle du conditionnement. Plusieurs critères ont été décidés : il fallait que les portions ne fassent pas plus de 100g, pour pouvoir être transportées dans un sac à dos et rapidement consommées, que le gobelet soit étanche et refermable et que le produit puisse se conserver pendant plusieurs semaines. « Pour l'étiquette, nous avons choisi un cavalier en carton pour pouvoir imprimer au recto et au verso. Cela nous permet d'avoir

Fribourgeois AOP-Sorten. Zu diesem Anlass hatte ich für jeden Käse eine etwas poetische Schilderung verfasst, etwa so, wie man Wein beschreibt. Dies kam bei den Besuchern sehr gut an und war eine bereichernde Erfahrung. »

Sein neues Streichkäse-Rezept lässt voraussehen, dass der Vacherin Fribourgeois AOP die berufliche Laufbahn von Nicolas Schmoutz noch weiter prägen wird. « Ich ziehe die Bezeichnung « Streichcreme » vor, denn diese entspricht eher der Konsistenz, die wir anstreben. Wir machten es uns zum Ziel, eine streichfähige, nicht « gummiartige » Käsemasse zu schaffen. Dabei musste darauf geachtet werden, dass der gute Käsegeschmack auf natürliche Art erhalten bleibt. Das Produkt soll auch an eine weitere Freiburger Spezialität erinnern: den Doppelrahm. » Aber wie ist diese originelle Rezeptidee entstanden ? « Das Projekt startete im Rahmen der Fachprüfung meines Stellvertreters, Julien Bays. Mehrere Käse präsentieren sich in verschiedenen Formen, insbesondere der Gruyère AOP. Ich fand es interessant, eine neue Form des Vacherin Fribourgeois AOP zu testen. Und so entstand die Idee, eine Streichcreme zu entwickeln. Zum Abschluss der Fachprüfung hatten wir das Resultat zu 80% erreicht. Wir haben das Projekt fortgeführt und entsprechend weiterbearbeitet. » Nach mehreren Produktionsversuchen konnte der « Les 4h du Bouébo » (Sennebueb z'Vieri) bei einem Degustationspanel, bestehend aus Konsumenten verschiedenen Alters, getestet werden. Das Ziel ? Das Rezept, welches bei den Verkostern am besten angekommen war, weiterzuentwickeln.

Für das fertige Produkt musste nun noch ein Namen gefunden werden: « Wir haben intern ein Brainstorming organisiert, welches mehrere Vorschläge hervorbrachte. Schlussendlich fand die Bezeichnung « Les 4h du Bouébo » allgemein Gefallen. « Bouébo » ist zwar ein typisch freiburgischer Begriff, kann aber auch für Deutschschweizer verständlich sein. » Die zweite grosse Frage stellte sich hinsichtlich der Aufmachung. Diese musste mehrere Kriterien erfüllen: Das Gewicht sollte 100g nicht überschreiten und als Proviant für den Rucksack zum raschen Verbrauch geeignet sein, der Becher musste wasserdicht und wiederverschliessbar

de la place pour mettre des informations sympas, comme des idées de recettes, par exemple. C'est aussi important que le design soit attrayant, pour donner envie aux consommateurs dans les magasins, même sans qu'ils ne l'aient goûté. Avec les nouveaux produits, c'est toujours difficile de les vendre sans les faire déguster avant. » Et justement, pour que les futurs clients puissent tester cette crème à tartiner, Nicolas Schmoutz organise des dégustations, comme cela a été le cas le 1er novembre dernier au Salon des Goûts et Terroirs à Bulle.

Quelles sont maintenant les prochaines étapes pour ce produit ? « C'est sûr qu'il va falloir communiquer autour de cette recette pour donner envie aux consommateurs de venir l'essayer. Le but serait d'avoir plusieurs points de vente pour pouvoir diversifier les acheteurs. Mais pour l'instant, nous faisons avec les moyens du bord et sans gros investissements. Nous y allons petit à petit en regardant comment les choses se passent et quelles sont les réactions. » Dans tous les cas, Nicolas Schmoutz est heureux de ce projet : « Ce qui était très intéressant, c'était de voir toutes les étapes du développement du produit, depuis la fabrication jusqu'au marketing et à la commercialisation. Ça m'a aussi permis de me rendre compte des difficultés liées à la vente que peuvent rencontrer les affineurs. C'est une expérience très enrichissante ! »

und das Produkt mehrere Wochen haltbar sein. « Für die Etikette haben wir uns für einen Kartonreiter mit beidseitiger Druckmöglichkeit entschieden, was es uns ermöglicht, sympathische Informationen, wie z.B. Rezeptideen zu vermitteln. Genauso wichtig ist ein attraktives Design, das den Konsumenten zum Kauf bewegt, auch ohne das Produkt zuvor verkostet zu haben. Neue Produkte, die im Vorfeld nicht zur Verkostung angeboten werden, sind schwer zu verkaufen. » Und damit künftige Kunden diese Streichcreme testen können, organisiert Nicolas Schmoutz Degustationen, wie dies am 1. November am Salon suisse des Goûts et Terroirs in Bulle der Fall war.

Und welches sind die nächsten Schritte, die für dieses Produkt unternommen werden ? « Natürlich geht es darum, dieses Rezept für die Konsumenten attraktiv zu präsentieren, damit sie bereit

Neue Produkte, die im Vorfeld nicht zur Verkostung angeboten werden, sind schwer zu verkaufen.

sind, es zu testen. Um die Käufer zu diversifizieren wäre es sinnvoll, mehrere Verkaufspunkte zu schaffen. Vorläufig werden

noch die vorhandenen Möglichkeiten ausgeschöpft, ohne gross zu investieren. Wir werden Schritt für Schritt vorgehen, die Reaktionen abwarten und schauen wie die Dinge sich entwickeln. » Auf jeden Fall ist Nicolas Schmoutz glücklich mit diesem Projekt: « Besonders interessant war es, die verschiedenen Entwicklungsphasen zu verfolgen, von der Herstellung über das Marketing bis hin zur Kommerzialisierung. Dabei wurde mir auch bewusst, mit welchen mit dem Verkauf verbundenen Schwierigkeiten die Affineure sich oft auseinandersetzen müssen. Es war eine bereichernde Erfahrung ! »

ANAÏS HENRY



LE PORTRAIT

Laurent Python

Vainqueur de la catégorie « Vacherin Fribourgeois AOP » aux Swiss Cheese Awards 2018 à Lucerne à la fin septembre, Laurent Python ne s'attendait pas à cette distinction, lui qui ne produisait ce fromage que depuis une année. Une très belle surprise donc, et beaucoup d'encouragement et de motivation pour continuer de ravir les consommateurs, des alentours et même d'ailleurs, grâce à son excellente production. Direction la Laiterie-Fromagerie de Grandvillard pour le rencontrer.

Dass Laurent Python an den Swiss Cheese Awards 2018, welche Ende September in Luzern stattfanden, als Sieger in der Kategorie « Vacherin Fribourgeois AOP » hervorgehen würde, hatte er nicht erwartet, zumal er diesen Käse erst seit einem Jahr herstellte. Eine angenehme Überraschung also, und Ansporn und Motivation, die Konsumenten aus nah und fern weiterhin mit seiner hervorragenden Produktion zu begeistern. Wir treffen uns mit ihm in der Molkerei-Käserei von Grandvillard.

Pour Laurent Python, ce métier, c'est une affaire de famille, son père ayant été fromager au Pâquier. Quant à sa fromagerie de Grandvillard, elle a été créée en 1933 et a été exploitée par le grand-père et le père de sa femme: « J'y suis venu comme ouvrier au début, puis je l'ai reprise il y a 25 ans. Nous avons fait une grande rénovation en 2001 et nous effectuons aussi des transformations régulières, afin de toujours garder des installations en ordre et fonctionnelles. » A 52 ans, Laurent Python est également un formateur, avec deux apprentis chaque année: « J'aime beaucoup travailler avec les jeunes. C'est important de préparer la relève. Nous faisons un très beau métier, qui est devenu moins pénible grâce aux nouveaux équipements. C'est essentiel de le rendre attractif pour les jeunes. Par exemple, à la fromagerie, nous avons organisé le travail pour avoir une semaine de 5 jours, en travaillant aussi l'après-midi. » Une méthode qui paie, puisque le fromager n'a jamais eu de problème pour recruter des apprentis.

Mais si cela fait déjà 25 ans que Laurent Python gère sa laiterie de Grandvillard, il ne produit du Vacherin Fribourgeois AOP que depuis une année: « Pendant longtemps, je n'avais pas assez de personnel et pas les équipements adéquats pour me lancer dans la production. Je faisais quand même de la fondue pour des grands distributeurs comme Manor, mais j'achetais le Vacherin Fribour-

Für Laurent Python ist dieser Beruf Familiensache, denn sein Vater war Käser in Le Pâquier. Was seine Käserei in Grandvillard betrifft, wurde diese 1933 gegründet und vom Grossvater und Vater seiner Gattin betrieben: « Ich kam zuerst als Angestellter, habe die Käserei dann vor 25 Jahren übernommen. Wir haben den Betrieb im 2001 umfangreich renoviert, und damit wir stets über effiziente und funktionale Anlagen verfügen, werden auch regelmässig entsprechende Umgestaltungen vorgenommen. » Der 52-jährige Laurent Python ist mit jährlich zwei Lernenden auch Ausbilder: « Ich arbeite gern mit jungen Leuten. Nachwuchsförderung ist mir wichtig. Wir üben einen besonders schönen Beruf aus, der dank der neuen Installationen weniger mühsam geworden ist. Es ist wesentlich, ihn für die Jungen attraktiv zu machen. Wir haben zum Beispiel die Käsereiarbeit so organisiert, dass, sofern auch nachmittags gearbeitet wird, eine 5-Tage-Woche möglich ist. » Eine Methode, die sich bezahlt macht, denn der Käser kennt keine Nachwuchsprobleme.

Aber auch wenn er seit 25 Jahren seine Molkerei in Grandvillard betreibt, den Vacherin Fribourgeois AOP stellt er erst seit einem Jahr her: « Während längerer Zeit verfügte ich weder über das notwendige Personal, noch über die geeigneten Installationen um mit der Produktion starten zu können. Ich stellte zwar Fondue-



geois AOP à d'autres fromagers. Un jour, je me suis dit que ce serait tout de même une bonne idée, et un joli challenge, de le produire moi-même. Nous avons dû adapter un peu les équipements et étoffer l'équipe, mais ça en valait la peine : nous avons eu de très bons retours des clients. Et puis, ça nous a permis de découvrir avec plaisir un nouveau fromage et de casser un peu la routine. » Et si se lancer dans une nouvelle production était un beau défi, parti-

Nous faisons un très beau métier, qui est devenu moins pénible grâce aux nouveaux équipements. C'est essentiel de le rendre attractif pour les jeunes.

ciper pour la première fois aux Swiss Cheese Awards avec ce tout nouveau produit l'était d'autant plus : « J'avais reçu des emails qui encourageaient les fromagers à participer à ce genre de concours. J'ai choisi d'y aller avec notre Vacherin Fribourgeois AOP car nous avions vraiment des retours positifs de nos consommateurs, ce qui était très motivant. J'avais envie de voir ce qu'il valait dans une compétition. » Un choix qui a payé, puisque le fromage sélectionné par Laurent Python et son équipe a remporté le premier prix de sa catégorie, grâce à sa belle pâte plissée et à son goût exceptionnel.

mischungen für Grossverteiler wie Manor her, aber den Vacherin Fribourgeois AOP kaufte ich bei anderen Käsereien. Eines Tages sagte ich mir, es wäre doch eine gute Idee und eine schöne Herausforderung, ihn selber zu produzieren.

Wir mussten die Einrichtungen etwas anpassen und das Team entsprechend erweitern, aber es hat sich gelohnt: Das Feedback der Kunden war sehr gut. So haben wir mit Freude einen neuen Käse entdeckt und uns die Möglichkeit gegeben, etwas aus der Routine auszubrechen. » Sich in eine neue Produktion zu stürzen war eine schöne Herausforderung. Mit diesem ganz neuen Erzeugnis zum ersten Mal an den Swiss Cheese Awards teilzunehmen, war allerdings ein noch kühneres Unterfangen: « Ich hatte E-Mails erhalten, worin Käser dazu ermuntert wurden, bei solchen Wettbewerben mitzumachen. So entschloss ich mich, mit dem Vacherin Fribourgeois AOP daran teilzunehmen, denn die Rückmeldungen unserer Konsumenten waren wirklich äusserst positiv, was sehr motivierend war. Ich war gespannt, wie er sich auf einem Wett-

Wir üben einen besonders schönen Beruf aus, der dank der neuen Installationen weniger mühsam geworden ist. Es ist wesentlich, ihn für die Jungen attraktiv zu machen.

Cette année, le titre de Champion Suisse a été décerné au vainqueur du Gruyère d'alpage AOP, mais le fromager de Grandvillard n'est pas déçu pour autant : « Je ne m'attendais déjà pas à gagner dans ma catégorie. Pour pouvoir aller à Lucerne recevoir mon prix, j'ai même dû me faire remplacer à une Fête des Vendanges où je devais produire des fondues. Mais ce voyage en valait la peine, d'autant plus que mon Président a pu venir avec moi. La société est essentielle dans cette réussite, à travers la qualité du lait. » Cette distinction est d'ailleurs également une belle récompense et une reconnaissance pour les producteurs qui fournissent la Laiterie de Grandvillard : « La qualité de leur lait de montagne, avec les prairies naturelles, a forcément un impact sur la qualité du produit final. »

J'ai vraiment été surpris en bien par l'impact que peut avoir un prix comme celui-ci.

Le prix remporté aux Swiss Cheese Awards a également eu des conséquences positives pour l'entreprise de Laurent Python, qui a vu la fréquentation de son magasin augmenter : « Les consommateurs sont curieux et nous avons eu de nouveaux clients qui voulaient venir tester le Vacherin Fribourgeois AOP suite à notre victoire. Quant à nos clients fidèles, ils étaient très heureux d'avoir repéré le potentiel de notre fromage. C'est grâce à leurs premiers retours que nous avons été motivés à participer. J'ai aussi été abordé par des commerces de fromages suisses et étrangers, ainsi que par la grande distribution. J'ai vraiment été surpris en bien par l'impact que peut avoir un prix comme celui-ci. Nous sommes même en train de retravailler nos emballages pour y inclure cette distinction. » De quoi encourager tous les fromagers qui le peuvent à participer à ce type de concours : « C'est une très belle expérience, et un magnifique projet pour toute l'entreprise. Les concours à l'étranger sont un peu compliqués au niveau logistique, mais une compétition en Suisse comme celle-ci demande moins de temps et d'organisation et elle vaut vraiment la peine. »

bewerb machen würde. » Eine Wahl, die sich bezahlt gemacht hat, denn dank seiner schönen faltigen Rinde und dem aussergewöhnlichen Geschmack erwarb der von Laurent Python und seinem Team selektionierte Käse den ersten Preis seiner Kategorie.

Dieses Jahr ging der Schweizer Meistertitel an den Sieger des Gruyère d'alpage AOP. Der Käser von Grandvillard ist jedoch nicht enttäuscht darüber: « Ich hatte schon nicht mit dem Sieg in meiner Kategorie gerechnet. Damit ich nach Luzern fahren und meinen Preis abholen konnte, musste ich mich an einem Winzerfest, wo ich Fondues zubereiten sollte, vertreten lassen. Aber diese Reise hat sich gelohnt, umso mehr, als unser Präsident mich begleiten konnte. Dieser Erfolg beruht massgeblich auf dem Unternehmen und seiner ausgezeichneten Milchqualität. » Diese Auszeichnung ist übrigens auch eine schöne Belohnung und Anerkennung für die Milchproduzenten, die die Molkerei von Grandvillard beliefern: « Die Qualität ihrer aus den natürlichen Weiden stammenden Alpmilch hat zwangsläufig ihren Einfluss auf die Qualität des Endprodukts. »

So entschloss ich mich, mit dem Vacherin Fribourgeois AOP daran teilzunehmen, denn die Rückmeldungen unserer Konsumenten waren wirklich äusserst positiv.

Der an den Swiss Cheese Awards gewonnene Preis wirkt sich auch positiv auf den Betrieb von Laurent Python aus, denn dieser konnte eine Steigerung der Kundenzahl verzeichnen: « Die Konsumenten sind neugierig, und wir hatten neue Kunden, die den «Champion» Vacherin Fribourgeois AOP testen wollten. Was unsere Stammkunden betrifft, waren diese sehr glücklich darüber, das Potenzial unseres Käses erkannt zu haben. Ihre ermutigenden Feedbacks hatten uns dazu motiviert, am Wettbewerb teilzunehmen. Ich wurde auch von Käsehändlern aus dem In- und Ausland und von Grossverteilern angesprochen. Von der Auswirkung eines solchen Preises war ich wirklich positiv überrascht. Wir sind sogar dabei, unsere Verpackung zu überarbeiten, um diese

Les prochains Swiss Cheese Awards auront lieu en 2020, ce qui laisse à Laurent Python le temps de réfléchir à sa participation : « Je pense que j'aurai envie de participer à nouveau, mais j'ai encore le temps de réfléchir à mon inscription. Pour l'instant, j'apprécie et je profite de la distinction de cette année. C'est une belle valorisation du métier ! »

Auszeichnung miteinzubeziehen. » Dies sollte alle Käser, denen sich die Gelegenheit bietet, dazu ermuntern, sich an solchen Wettbewerben zu beteiligen: « Es ist eine schöne Erfahrung und ein wunderbares Projekt für den gesamten Betrieb. Wettbewerbe im Ausland sind in Bezug auf die Logistik etwas komplizierter, aber ein Wettbewerb in der Schweiz wie dieser erfordert weniger Zeitaufwand und Organisation. Es lohnt sich wirklich. »

Die nächsten Swiss Cheese Awards werden 2020 stattfinden, was Laurent Python etwas Zeit lässt, sich seine Teilnahme durch den Kopf gehen zu lassen: « Ich denke, ich würde gern wieder dabei sein, aber ich habe noch Zeit, es mir zu überlegen. Im Moment geniesse ich die diesjährige Anerkennung. Eine grossartige Aufwertung des Käserberufs ! »

ANAÏS HENRY



Résultats Ergebnisse der Swiss Cheese Awards 2018 Catégorie Kategorie « Vacherin Fribourgeois AOP »

1. Laurent Python, Laiterie-Fromagerie Grandvillard
2. Serge Bongard, Käserei Schweni
3. Michel Grossrieder, Fromagerie Moléson SA
4. Markus Wolfhauser, Käserei Lurtigen



— AGENDA —

A vos agendas Agenda

12

Retrouvez le Vacherin Fribourgeois AOP en 2019:

- BEA Messe, du 26 avril au 5 mai 2019, Bernexpo, Berne
- Fête des Vignerons, du 18 juillet au 11 août, Place du Marché, Vevey

Foires et événement à venir:

- Foire du Valais, Martigny
- Olma, St. Gall
- Salon Suisse des goûts et terroirs, Bulle
- Automnales, Genève
- Dégustations dans diverses Coop et Migros
- Salon international de l'agriculture à Paris, du 24 février au 4 mars

Et bien plus encore...

Finden Sie die Vacherin Fribourgeois AOP im Jahr 2019:

- BEA Messe, vom 26. April bis 5. Mai 2019, Bernexpo, Bern
- Fête des Vignerons, vom 18. Juli bis 11. August 2019, Place du Marché, Vevey

Bevorstehende Messen und Veranstaltungen:

- Foire du Valais, Martigny
- Olma, St. Gall
- Salon Suisse des goûts et terroirs, Bulle
- Automnales, Genève
- Degustationen in verschiedenen Coop und Migros Filialen
- Salon international de l'agriculture à Paris, vom 24. Februar bis 4. März

Und mehr...

François Muller, Bio-Milch-Produzent

François Muller, producteur de lait bio

Le Vacherin Fribourgeois AOP, comme tous les autres fromages, ne pourrait pas exister sans les acteurs du début de la chaîne : les producteurs de lait. La qualité de cet or blanc a une incidence directe sur celle de la production du fromager. Cette édition de la rubrique « A la rencontre de nos membres » s'intéresse ainsi à ces professionnels si importants, et plus précisément à François Muller de Cressier, dont la particularité est de produire du lait bio depuis déjà de nombreuses années. Le producteur a même été président de Bio Fribourg pendant huit ans.

La rencontre débute dans sa maison familiale. Il est la septième génération à y habiter : « Pendant cinq générations, mes ancêtres y ont été maréchal-ferrant. Puis, à l'époque de mon grand-père, qui était charron, les activités se sont diversifiées et la maison a regroupé une forge, une menuiserie et une partie agricole. » Son père, préférant l'agriculture, a développé cette activité et les autres ont été abandonnées. Quant à François Muller, après avoir suivi une formation agricole classique, il s'envole en Nouvelle-Zélande et en Australie pour y effectuer des stages pendant 15 mois : « Ces voyages m'ont beaucoup appris. La manière de travailler

Wie alle anderen Käse könnte der Vacherin Fribourgeois AOP ohne die Milchproduzenten, die Akteure dieses wertvollen Rohstoffs, nicht existieren. Die Qualität dieses weissen Goldes hat einen direkten Einfluss auf die Käseproduktion. Diese Ausgabe unserer Rubrik « Begegnungen mit unseren Mitgliedern » interessiert sich hier für diese, für den Beginn der Produktionskette so wichtigen Profis, und insbesondere für François Muller von Cressier, welcher seit vielen Jahren Bio-Milch produziert und sogar während acht Jahren Präsident von Bio Fribourg war.

Wir treffen uns in seinem Familienhaus, welches er als siebte Generation bewohnt: « Meine Vorfahren waren über fünf Generationen Hufschmiede. Dann, zu Zeiten meines Grossvaters, welcher den Beruf des Stellmachers ausübte, wurden die Aktivitäten diversifiziert, und zum Haus gehörten eine Schmiede, eine Schreinerei und ein landwirtschaftlicher Teil. » Sein Vater gab schliesslich der Landwirtschaft den Vorzug, entwickelte diesen Sektor und gab die anderen Aktivitäten auf. Nach einer klassischen landwirtschaftlichen Ausbildung bricht François Muller auf nach Neuseeland und Australien, wo er während 15 Monaten



14

en Nouvelle-Zélande me donnait l'impression d'être toujours dimanche, comparé avec la Suisse. Et pourtant, ils se plaignaient régulièrement de leur travail. Cela m'a appris qu'il faut vivre avec ce qu'on a et voir le côté positif des choses. »

De retour en Suisse, François Muller ne voit pas tout de suite son avenir dans l'agriculture et entreprend un CFC de bûcheron-forestier. Mais l'opportunité de reprendre l'exploitation familiale se présente en 1994. Il décide alors de lancer une étable communautaire avec deux autres producteurs, afin d'améliorer un peu les horaires de travail, et construit une nouvelle ferme. En 2008, il agrandit son troupeau en passant de 50 à 70 vaches, et en 2015, il engage un collaborateur plus jeune pour le soulager de certaines tâches.

Et le bio dans tout cela ? « Mes parents utilisaient déjà ce mode de production depuis 1982. C'est ma mère qui avait beaucoup poussé dans cette direction. De mon expérience, j'ai l'impression que les reconversions passent souvent par les femmes. Le lait bio que nous produisons sur notre ferme a été mis en valeur dans le canal bio depuis l'an 2000, dans un premier temps en industrie. J'ai ensuite souhaité que la fromagerie que je fournis, la Fromagerie Schafer à Cressier, produise également du fromage bio avec mon

als Praktikant arbeitet: « Auf diesen Reisen habe ich viel gelernt. So wie in Neuseeland gearbeitet wird, hatte ich das Gefühl, es sei jeden Tag Sonntag - verglichen mit der Schweiz. Dabei wurde dauernd über die Arbeit geklagt. Dabei habe ich gelernt, mit dem zu leben, was man hat und dabei stets die positive Seite zu sehen. »

Nach seiner Rückkehr in die Schweiz sieht François Muller seine Zukunft nicht unmittelbar in der Landwirtschaft und tritt eine Lehre als Forstwart an. Als sich 1994 jedoch die Gelegenheit bietet, den Familienbetrieb zu übernehmen, entschliesst er sich, zusammen mit zwei anderen Produzenten einen Gemeinschaftsstall zu gründen. Somit konnten die Arbeitszeiten etwas verbessert werden und es wurde ein neuer Landwirtschaftsbetrieb erbaut. Im 2008 erhöht er seinen Viehbestand von 50 auf 70 Kühe und, um ihn etwas zu entlasten, stellt er im 2015 einen jüngeren Mitarbeiter ein.

Und wie kam es zur Bio-Milch ? « Meine Eltern produzierten Bio schon seit 1982. Vor allem war es meine Mutter, die in diese Richtung lenkte. Was meine Erfahrung betrifft, habe ich den Eindruck, dass Veränderungen oftmals von Frauen herbeigeführt werden. Die Bio-Milch, die wir in unserem Betrieb produzieren, wird seit 2000 im Bio-Kanal vermarktet, zunächst in der Industrie,

Il faut vivre avec ce qu'on a et voir le côté positif des choses.

Mit dem zu leben, was man hat und dabei stets die positive Seite zu sehen.

lait. Ils ont fait un premier essai en 2003 pour la *Coop*, qui a bien fonctionné. Depuis, ils utilisent mon lait pour produire du fromage bio uniquement. » Même si le Vacherin Fribourgeois AOP ne représente qu'une petite quantité des fromages produits par la Fromagerie Schafer avec le lait de François Muller, il a la particularité d'être exclusivement bio.

FROMAGERIE SCHAFER

- Produit phare: le fromage Mont Vully
- Créée en 1993 par Ewald Schafer
- Vacherin Fribourgeois AOP:
 - Exclusivement en production bio
 - 5'000 kg par année, soit 50'000 kg de lait

Direction ensuite la ferme familiale où le producteur nous explique le choix de son troupeau: « J'ai changé plusieurs fois de races de vaches. À l'origine j'avais un troupeau de vaches Holstein, mais de mon point de vue, elles n'étaient pas idéales pour une production bio. Je me suis ensuite tourné vers les Jersey, mais avec la même conclusion. Finalement, depuis une dizaine d'années, j'élève la tachetée rouge suisse (SF). Mon troupeau comprend encore des Jersey, et des croisées, car j'essaie de garder

Produire bio implique de voir les choses différemment et de changer ses habitudes.

mes vaches le plus longtemps possible. » Et pour François Muller, cette production ne pose pas plus de contraintes que la méthode conventionnelle: « Produire bio implique juste de voir les choses différemment et de changer ses habitudes. »

Avant de partir, dernière question, sur le Vacherin Fribourgeois AOP bien sûr, et la relation personnelle du producteur avec ce fromage: « J'en ai toujours un peu à la maison. Mon préféré? Celui d'alpage! »

später war es mein Wunsch, dass die Käserei Schafer in Cressier, die ich mit Milch beliebere, mit dieser ebenfalls Bio-Käse herstellt. Ein erster Versuch wurde im 2003 für *Coop* unternommen und hat gut funktioniert. Seither wird meine Milch dort ausschliesslich für die Produktion von Bio-Käse verwendet. » Selbst wenn

Bio produzieren heisst, die Dinge anders zu betrachten und seine Gewohnheiten zu ändern.

der Vacherin Fribourgeois AOP nur einen kleinen Teil der Käseproduktion der Käserei Schafer ausmacht, mit der Milch von François Muller handelt es sich um einen exklusiven Bio-Käse.

FROMAGERIE SCHAFER

- Kernprodukt: Käse Mont Vully
- Gegründet 1993 von Ewald Schafer
- Vacherin Fribourgeois AOP:
 - Ausschliesslich in Bio-Qualität
 - 5'000kg pro Jahr das heisst 50'000 kg Milch

Wir begeben uns anschliessend zum Familienunternehmen, wo der Produzent uns seinen Viehbestand erklärt: « Die Kuhrasen habe ich mehrmals gewechselt. Ursprünglich hatte ich eine Herde Holstein-Kühe. Meiner Ansicht nach waren sie für eine Bio-Produktion nicht speziell geeignet. Danach entschied ich mich für die Jersey-Rasse, kam jedoch zum selben Ergebnis. Nun züchte ich seit etwa zehn Jahren Schweizer Fleckvieh (SF). Zu meiner Herde gehören noch Jerseys und kombinierte Rassen, denn ich versuche die Kühe so lange wie möglich zu behalten. » Und für François Muller ist diese Produktion nicht mit grösseren Belastungen als die herkömmliche verbunden: « Bio produzieren heisst einfach, die Dinge anders zu betrachten und seine Gewohnheiten zu ändern. »

Bevor wir uns verabschieden, noch eine letzte Frage, natürlich zum Vacherin Fribourgeois AOP: Was verbindet den Produzenten mit ihm? « Ein wenig davon habe ich stets im Haus. » Und sein Favorit? « Der Alpage! »

ANAÏS HENRY



INTERVIEW

M. Pascal Olivier, responsable de l'antenne romande de Bio Suisse

H. Pascal Olivier, Verantwortlicher der Antenne romande von Bio Suisse

Quel est le public cible du bio en Suisse ?

Fondamentalement, le bio s'adresse à toute la société. A l'origine, certains consommateurs recherchent des aliments sains, produits dans le respect de l'environnement. Ces denrées sont produites par un nombre croissant de paysannes et paysans bio en Suisse et à l'étranger. Plus les consommateurs les achètent, plus les agriculteurs suisses ont la possibilité de reconverter leur ferme au bio.

Quelle est la progression de la consommation de produits bio, et plus particulièrement de fromages, en Suisse durant ces dix dernières années ?

La consommation de produits bio a augmenté continuellement. Le chiffre d'affaire a presque doublé pendant cette période (+ 87%). En Suisse, on dépense en moyenne CHF 320.- par personne pour des produits bio.

Quant au chiffre d'affaire des fromages bio, il a augmenté d'environ un tiers ces dix dernières années. Il se monte actuellement à 91.4 millions de francs et représente 6.7% de la part du marché bio en Suisse.

Avez-vous des ambitions concernant les progressions futures de consommation et de production de produits bio en Suisse ?

Les délégués de Bio Suisse ont adopté la stratégie « Avanti 2025 » en novembre 2017, qui a plusieurs buts à atteindre d'ici 2025.

Welches ist das Zielpublikum in der Schweiz ?

Grundsätzlich richtet sich das Thema Bio an die gesamte Bevölkerung. Ursprünglich suchten gewisse Konsumenten gesunde, nachhaltig produzierte Nahrungsmittel. Diese werden nun von immer mehr Bio-Bäuerinnen und -Bauern im In- und Ausland produziert. Je mehr Bio-Produkte von den Konsumenten gekauft werden, desto grösser sind die Möglichkeiten für die Bauern, auf Bio-Produktion umzustellen.

Wie hoch ist der Konsumanstieg von Bio-Produkten, insbesondere von Käse, über die letzten zehn Jahre in der Schweiz ?

Der Konsum von Bio-Produkten ist ständig angestiegen. Der Umsatz hat sich während dieser Zeitspanne fast verdoppelt (+ 87%). In der Schweiz gibt man für Bio-Produkte im Durchschnitt CHF 320.00 pro Kopf aus.

Was den Umsatz von Bio-Käse betrifft, hat dieser sich in den letzten zehn Jahren um etwa ein Drittel gesteigert. Zurzeit liegt dieser bei 91.4 Millionen Franken, was 6.7% des Schweizer Bio-Marktanteils ausmacht.

Haben Sie Ambitionen bezüglich künftiger Steigerungen des Konsums und der Produktion von Bio-Produkten in der Schweiz ?

Die Vertreter von Bio Suisse haben im November 2017 die Strategie « Avanti 2025 » angenommen. Diese sollte bis 2025



Il s'agit par exemple que plus de 25 % des entreprises agricoles suisses soient certifiées bio (2017: 13,6 %), qu'au moins 1'000 preneurs de licences ou utilisateurs de la marque travaillent avec Bourgeon (2017: 923) et que la part de marché des produits bio fabriqués selon le standard Bio Suisse atteigne 15 % du marché suisse des denrées alimentaires (2017: 9 %).

En matière de production laitière, quels sont les éléments importants du cahier des charges de Bio Suisse ?

La production laitière tient une place centrale dans le cahier des charges, en particulier les chapitres consacrés à la détention, l'alimentation, l'élevage et la santé animale. La base est que le cheptel doit être adapté à la surface agricole ainsi qu'aux conditions pédoclimatiques. Ensuite, pour vous donner deux exemples, les animaux doivent en principe être nourris avec des aliments fourragés Bourgeon provenant de l'exploitation, et il faut en priorité recourir à des produits naturels et des médecines parallèles pour les soigner. Il y a également des exigences précises pour la transformation du lait Bourgeon, qui doit être faite avec ménagement.

Toujours pour la production laitière, quel est le rapport entre offre et demande pour le bio en Suisse ?

Les produits laitiers constituent la plus grosse partie du chiffre d'affaire bio en Suisse avec plus de 320 millions de francs pour 2017. La part de marché des produits laitiers bio représente 12,9 % et les quantités de lait bio produites en 2018 ont augmenté de 7,3 % (référence août 2018). Actuellement, globalement, l'offre correspond bien à la demande. Seule la demande en lait de consommation affiche un léger recul de 1,6 %.

Au niveau de la consommation bio, où se situe la Suisse par rapport aux autres pays européens ?

La Suisse est championne du monde pour la consommation de produits bio avec 274 € par habitant (2016), suivie par le Danemark et la Suède.

Exporte-t-on des produits bio ?

Bio Suisse en tant qu'organisation n'exporte pas elle-même des produits Bourgeon. Par contre, certains preneurs de licence le font, comme par exemple pour différents fromages ou du bircher muesli.

mehrere Ziele erreichen. Es geht zum Beispiel darum, dass über 25 % der Schweizer Landwirtschaftsbetriebe Bio-zertifiziert sein sollten, (2017: 13,6 %), dass mindestens 1'000 Lizenznehmer und Markenbenutzer mit Knospe arbeiten (2017: 923) und dass der Marktanteil von nach Bio Suisse Standard hergestellten Bio-Produkten 15 % des Schweizer Markts an Lebensmittel-Produkten erreichen soll (2017: 9 %).

Was sind hinsichtlich Milchproduktion die wichtigsten Elemente von Bio Suisse bezüglich Pflichtenheft ?

Die Milchproduktion spielt im Pflichtenheft eine zentrale Rolle, insbesondere was Haltung, Futter, Aufzucht und Gesundheit der Tiere betrifft. Die Grundlage besteht in der Anpassung an Viehbestand, landwirtschaftliche Nutzfläche, sowie an Boden- und Klimabedingungen. Des Weiteren, um zwei Beispiele zu nennen, muss grundsätzlich Knospe-Futter aus dem eigenen Betrieb an die Tiere verfüttert werden, und medizinische Betreuung soll vordringlich mit natürlichen Mitteln oder mit alternativen Heilmethoden erfolgen. Ausserdem müssen für die Verarbeitung von Bio-Milch spezielle Anforderungen erfüllt werden, denn diese verlangt eine besondere sorgfältige Verarbeitung.

Bleiben wir bei der Milchproduktion: Wie steht es um das Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage für Bio-Produkte in der Schweiz ?

Milchprodukte beinhalten den grössten Teil des Bio-Umsatzes in der Schweiz mit mehr als 320 Millionen Franken für 2017. Der Marktanteil der Bio-Milchprodukte beträgt 12,9 % und die im 2018 produzierten Bio-Milch-Mengen haben um 7,3 % zugenommen (Referenz August 2018). Zurzeit entspricht das Angebot insgesamt durchaus der Nachfrage. Ein leichter Rückgang von 1,6 % wurde einzig bei Trinkmilch registriert.

Wie positioniert sich die Schweiz hinsichtlich Bio-Konsum gegenüber den anderen europäischen Ländern ?

Die Schweiz ist mit 274 € pro Einwohner (2016) Weltmeisterin im Konsum von Bio-Produkten, gefolgt von Dänemark und Schweden.

Werden Bio-Produkte exportiert ?

Der Verband Bio Suisse selbst exportiert keine Knospe-Produkte. Einige Lizenznehmer hingegen liefern jedoch diverse Käse oder Birchermuesli ins Ausland.

ANAÏS HENRY

THÉMATIQUE

La fondue, aussi un repas de fête

Das Fondue, auch ein Festmahl

Ça y est, cette fois elle est bel et bien là, celle que tout le monde attendait : la saison de la fondue, aussi parfois appelée « hiver ». Bien entendu, il va de soi que ce plat est tout autant délicieux à n'importe quelle période de l'année, même sur une terrasse en plein été. Mais il existe une relation privilégiée entre le froid et la fondue, une association indéniable qui fait que le fromage devient le compagnon préféré des soirées hivernales.

La raison n'est pas uniquement la chaleur réconfortante de ce repas, ni même la gourmandise de déguster un plat entièrement constitué de délicieux fromage suisse. Une fondue, c'est avant tout un esprit de partage et de convivialité, à savourer en famille, entre amis, ou encore entre collègues, car il n'y a rien de tel pour créer un moment chaleureux et sympathique.

Et il faut dire que les occasions de déguster une fondue ne manquent pas et toutes les excuses sont bonnes : anniversaires, repas de soutien ou de personnel. En fin d'année, il y a d'autant plus de possibilités grâce aux fêtes comme la St-Nicolas, Noël, ou encore Nouvel-An. Ce n'est pas un secret, la fondue est extrêmement appréciée comme repas de fête et elle trouve toujours sa place sur nos tables durant le mois de décembre.

Tout en étant généralement savourée chez soi ou chez des proches, la fondue est également devenue la spécialité de nombreux restaurants qui ne manquent pas de le mettre en avant. Elle est

Enfin est elle wieder da, die lang ersehnte Fonduezeit, die manchmal auch « Winter » genannt wird. Beliebt ist dieses Gericht zwar zu jeder Jahreszeit, selbst unter der Sommer-sonne auf einer Terrasse. Es existiert jedoch eine bevorzugte Verbindung zwischen Kälte und Fondue, ein unbestreitbarer Zusammenhang, der den Käse zum beliebtesten Gefährten der Winterabende macht.

Grund dafür ist nicht nur die wärmende Wirkung dieses Gerichts, oder das Privileg, eine aus ausschliesslich köstlichem Schweizer Käse zubereitete Spezialität zu geniessen. Das Fondue ist in erster Linie ein Geist der Gemeinschaft und des Austauschs, eine Speise, die man mit der Familie, mit Freunden oder Arbeitskollegen teilt, denn Fondue schafft eine ganz besonders gemütliche und sympathische Atmosphäre.

Und Gelegenheiten zum Fondue essen gibt es zur Genüge, jeder Anlass ist recht: Geburtstage, Jubiläen, Unterstützungs- oder Firmenessen. Zum Jahresende sind die Möglichkeiten noch zahlreicher, denn sowohl St. Niklaus, Weihnachten oder Neujahr werden gern mit einem köstlichen Fondue gefeiert. Es ist kein Geheimnis: Das Fondue wird als Festmahl sehr geschätzt und findet insbesondere im Dezember auf jeder Tafel seinen Platz.

Obwohl das Fondue vorwiegend zu Hause oder bei Angehörigen genossen wird, wird dieses auch von zahlreichen Restaurants

aussi parfois l'invité privilégiée d'événements spéciaux, comme les «trains fondue», par exemple, ou encore lors de nombreux salons et foires. Quant au Vacherin Fribourgeois AOP, il a été à l'honneur lors de la «Fondue d'automne 2018» organisée par Lausanne à Table le 14 octobre dernier. Un événement qui a remporté un franc succès et a démontré qu'effectivement, toutes les occasions et tous les endroits sont bons pour partager une fondue.

Bien entendu, il est impossible de parler de fondue au fromage sans mentionner les deux sortes les plus populaires : la moitié-moitié et la Pur Vacherin Fribourgeois AOP. À l'IPVF, nous avons voulu savoir laquelle des deux faisait le plus battre le cœur de notre communauté sur Facebook, qui est majoritairement fribourgeoise, à travers un sondage. Après une semaine et plus de 400 votes, le résultat est tombé : 51% des participants préfèrent la fondue Pur Vacherin Fribourgeois AOP et 49% la moitié-moitié. Un score très serré !

L'engouement et la forte participation pour ce sondage démontre l'attachement très présent des consommateurs pour la fondue. Ce met traditionnel et symbolique de la Suisse, et plus particulièrement du canton de Fribourg, est toujours autant populaire. Et en ce qui concerne la grande gagnante, la Pur Vacherin Fribourgeois AOP, même si elle peut être plus difficile à réaliser, ce sondage montre qu'elle reste majoritairement très appréciée et consommée.

Finalement, peu importe l'occasion, l'endroit, ou encore le type de fondue choisi, l'important est de la savourer. Alors n'oubliez pas d'en partager une pour fêter la fin 2018 et le début 2019.

offerten und empfohlen. Oft ist es auch Mittelpunkt spezieller Events, wie z.B. in den « Trains fondue » (Fondue-Züge), oder wird in Ausstellungen und Messen serviert. Was den Vacherin Fribourgeois AOP betrifft, wurde dieser am vergangenen 14. Oktober, beim «Fondue d'automne», einem von Lausanne à Table organisierten Event entsprechend zelebriert. Diese Veranstaltung konnte einen grossen Erfolg verbuchen und hat gezeigt, dass Fondue durchaus jederzeit und überall degustiert werden kann.

Udenkbar über Käsefondue zu sprechen, ohne die beiden wichtigsten Sorten zu erwähnen: das Moitié-moitié und das reine Vacherin Fribourgeois AOP. Beim IPVF/BOVF wollten wir wissen, welches von beiden die Herzen unserer vorwiegend aus dem Kanton Freiburg stammenden Facebook-Besucher höherschlagen lässt. Nach einer Woche und mehr als 400 Votes ergab unsere Sondierung folgendes Resultat: 51% der Teilnehmer geben dem reinen Vacherin Fribourgeois AOP den Vorzug, gegenüber 49% Stimmen für das Moitié-moitié. Ein äusserst knappes Ergebnis

Das grosse Interesse und die starke Teilnahme an dieser Umfrage zeigt die ausgeprägte Verbundenheit der Konsumenten mit dem Fondue. Dieses traditionelle, symbolische Schweizer- oder insbesondere Freiburger-Gericht erfreut sich weiterhin grösster Beliebtheit. Und was die grosse Siegerin, die reine Vacherin Fribourgeois AOP betrifft, wird diese trotz ihrer etwas heikleren Zubereitung mehrheitlich geschätzt und konsumiert.

Schlussendlich spielt es keine Rolle, wo, wann und was für eine Sorte Fondue auf den Tisch kommt. Wichtig ist, es einfach zu geniessen. Vergessen Sie also nicht, den kommenden Jahreswechsel mit einem Fondue zu zelebrieren.

ANAÏS HENRY



*Savourez
l'instant*



Vacherin® Fribourgeois

SWITZERLAND

Goût unique depuis 600 ans

