



Rapport d'activités Tätigkeitsbericht

2018



Vacherin® Fribourgeois
SWITZERLAND

Sommaire

Inhaltsverzeichnis

INTRODUCTION	3
EINFÜHRUNG	
STRUCTURE IPVF	4
STRUKTUR BOVF/IPVF	
ACTIVITÉS 2018 ET PROJETS EN COURS	5
AKTIVITÄTEN IM 2018 UND LAUFENDE PROJEKTE	
MARKETING	10
MARKETING	
CONTRÔLES ET TAXATIONS	14
KONTROLLEN UND BESTEUERUNGEN	
COMPTES 2018	18
BETRIEBSRECHNUNG 2018	
RAPPORT DE VÉRIFICATION 2018	22
BERICHT DER REVISOREN 2018	

IMPRESSUM

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

INTERPROFESSION DU VACHERIN FRIBOURGEOIS
RUE DE LA CONDÉMINE 56 - CP 2175 - 1630 BULLE 2
T. 026 919 87 56
INFO@VACHERINFRIBOURGEOISAOP.CH
WWW.VACHERIN-FRIBOURGEOIS-AOP.CH

Introduction Einführung

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

Si le Vacherin Fribourgeois AOP et son Interprofession se portent bien, l'équilibre est fragile et nous devons rester attentifs à son environnement. En effet, après les cornes, ce sera sur l'eau propre que les citoyens suisses voteront. L'émergence des antispécistes, des sans-lactose et des sans-gluten nous pousse à redoubler d'efforts pour adapter notre communication. La politique agricole qui influence passablement l'attrait ou non pour la production laitière doit également être prise en compte.

Et au milieu de tout ça, il ne faut pas oublier notre cahier des charges ! Ce dernier mériterait un toilettage, un petit coup de bistouri pour qu'il garde une apparence des plus radieuses. Nous sommes persuadés qu'il ne doit pas s'agir d'une révolution pour toute la filière mais plutôt d'assurer que notre produit réponde aux promesses faites.

Pour nous, il est surtout important de mettre en avant toutes les qualités de notre cahier des charges et de nos modes de production garantis depuis des décennies. Nous ne parlons pas suffisamment de la valeur ajoutée pour la région, notamment à travers les emplois décentralisés, l'économie en amont et la protection de la nature, qui en sont de parfaits exemples.

Parlons un instant plus particulièrement de la production laitière : tous les producteurs respectent au minimum la production écologique requise, garantissent un bilan de fumure sévère et les contrôles de qualité sont soutenus. D'autres sont enregistrés à IP Suisse ou encore labellisés par Bio Suisse. Les certifications, contrôles et labellisations sont tout aussi importants pour les fabricants et les affineurs. Bref, la rigueur et la qualité sont omniprésentes dans la branche.

Tous ces exemples prouvent que nous devons mettre des garde-fous là où ils ont un impact fort avec notre image. Comme le lien entre la production laitière et la terre, l'environnement, la traçabilité, l'économie régionale, le respect des animaux et par-dessus tout, le respect des personnes qui œuvrent pour la filière VFAOP. Ce sont là des thèmes-clés pour la population et les consommateurs aujourd'hui, à nous de savoir les mettre en valeur.

Alors ensemble, faisons ce travail avec la mémoire des 600 dernières années, tout en pensant à demain.

Obwohl es dem Vacherin Fribourgeois AOP und seiner Branchenorganisation gut geht, bleibt das Gleichgewicht empfindlich, und wir müssen in Bezug auf sein Umfeld weiterhin auf der Hut sein. Denn, nach der Hornkuh-Initiative werden die Schweizer Bürger auch über die « Sauberes Trinkwasser-Initiative » abstimmen. Das Erscheinen der Antispezisten, sowie von Konsumenten mit Laktose- oder Glutenintoleranz zwingt uns dazu, unsere Bemühungen bezüglich Anpassung unserer Kommunikation zu verdoppeln. Die Agrarpolitik, welche die Attraktivität für die Milchproduktion sowohl in positiver als auch in negativer Hinsicht beeinflussen kann, muss ebenfalls in Betracht gezogen werden.

Bei all diesen Einflüssen vergessen wir nicht unser Pflichtenheft ! Dieses könnte eine Verschönerung gebrauchen, eine kleine Überarbeitung, damit sein Erscheinungsbild nichts von seinem Anreiz einbüsst. Wir sind überzeugt, dass es sich nicht um eine Revolution für die gesamte Branche handelt, sondern darum, dass unser Produkt den gegebenen Versprechungen nachkommt.

Wichtig ist für uns in erster Linie, die Qualitäten unseres Pflichtenhefts und unsere seit Jahrzehnten garantierten Herstellungsmethoden hervorzuheben. Wir sprechen nicht genügend über die Wertschöpfung für unsere Region. Die vorgelagerte Wirtschaft, die dezentralen Einsätze, der Naturschutz, usw. sind konkrete Beispiele.

Bleiben wir einen Moment bei der Milchproduktion: Sämtliche Produzenten halten sich zumindest an die erforderliche umweltfreundliche Produktion, welche eine strenge Düngerbilanz und nachdrückliche Qualitätskontrollen garantiert. Andere sind bei IP-Suisse registriert oder tragen das BIO Suisse-Zeichen. Die Zertifizierungen, Kontrollen und Vergaben von Gütezeichen sind äusserst wichtig, sowohl für die Produzenten als auch für die Affineure. Kurzum, Sorgfalt und Gründlichkeit sind in unserer Branche allgegenwärtig.

All diese Beispiele zeigen, dass wir unser Image zwingend schützen müssen. Besondere Beachtung gilt der Verbindung zwischen der Milchproduktion und der Erde, der Umwelt, der Rückverfolgbarkeit, der regionalen Wirtschaft, dem Respekt gegenüber den Tieren und insbesondere, dem Respekt gegenüber den Personen, welche sich für die VFAOP-Branche einsetzen. Dies alles sind heute Schlüsselthemen für die Bevölkerung und die Konsumenten. Es liegt an uns, diese entsprechend hervorzuheben.

Also, übernehmen wir diese Aufgabe in Erinnerung an die letzten 600 Jahre und denken dabei auch an morgen.

Structure Struktur IPVF BOVF

IPVF COMITÉ VORSTAND BOVF

Nom	Prénom	Entrée en fonction	Fonction	Voix
Schwaller	Urs	2016	Président	2
Bulliard	Philippe	2018	Producteur de lait	1
Duc	Christian	2005	Affineur VAFSA	1
Eggertswyler	Michel	1997	Fabricant	1
Kolly	Urs	2018	Fabricant	1
Nobs	Paul-Albert	1995	Affineur CREMO	1
Wenger	Frédéric	1995	Producteur de lait	1
Aeschlimann	David	2009	Conseiller scientifique Sagri	Invité
Brodard	André	2016	FSFL	Invité
Isler	Olivier	2014	Fromarte	Invité
Koller	Daniel	2004	PSL	Invité
Kolly	Benoît	2014	AFR	Invité
Castella	Romain	2017	Directeur	Administration
Caille	Philippe	2017	Responsable Contrôle et qualité	Administration
Jungo	Sandra	2017	Secrétaire Administrative	Administration

IPVF DELEGUES AG KOMMISSIONEN DER BOVF

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

SECRÉTARIAT IPVF SEKRETARIAT DES BOVF

Nom	Prénom	Entrée en fonction	Fonction	%
Castella	Romain	2017	Directeur	80
Caille	Philippe	2017	Responsable Contrôle et Qualité	100
Fritsche	Vanessa	2018	Responsable Marketing et Communication	80
Jungo	Sandra	2001	Secrétaire Administrative	40
Raemy	François	2005	Responsable Animations	30

Communication – prestation de la FPE 15

Henry	Anaïs	2018	Chargée de communication
-------	-------	------	--------------------------

Comptabilité – prestation de la FPE 20

Sottas	Thierry	2001	Responsable Finances
Hohl	Christine	2002	Secrétaire comptable
Remy	Gaëlle	2017	Secrétaire comptable

Activités 2018 et projets en cours

Aktivitäten im 2018 und laufende Projekte

S'il fait toujours bon temps pour quelqu'un, l'adage n'aura vraisemblablement pas profité au Vacherin Fribourgeois AOP en 2018! Non seulement le soleil et la chaleur ne font pas bon ménage avec la consommation de notre protégé, mais la sécheresse largement répandue sur notre zone géographique de production a fortement péjoré les quantités de lait. Cependant, les ventes 2018 s'inscrivent dans la tendance des dernières années, voire plutôt à la hausse à en croire les stocks en cave en fin d'année.

La distribution n'a pas été péjorée par la baisse de production 2018, principalement pour deux raisons : la première est que des stocks de VFAOP 2017 ont pu satisfaire les premières commandes de l'année, et la deuxième se retrouve dans la forte production des premiers mois. Nous remercions l'ensemble de la filière qui a tout mis en action pour produire les quantités annoncées en 2018 malgré la sévère sécheresse. Produire plus de 95% des volumes en 2018 met en valeur le grand professionnalisme de nos membres. Un véritable exercice de style grâce aux efforts des producteurs, à l'anticipation des fabricants ainsi qu'à la flexibilité des affineurs. Les uns avec les autres, nous avons pu honorer toutes les commandes de VFAOP.

A relever également que notre organisation garde le cap au niveau des ses membres avec très peu d'érosion du nombre de producteurs et de fabricants. Il s'agit essentiellement de regroupements de sites ou d'exploitations laitières. Nous comptons même sur une augmentation des sites bio et des producteurs. Il en est de même pour les chaudières à l'alpage.

Dass das Wetter immer für jemanden schön ist, von dieser Redensart hat der Vacherin Fribourgeois AOP im 2018 jedenfalls nicht profitiert! Nicht nur, dass unser Schützling bei Sonne und Hitze auf dem Speiseplan weniger gefragt ist, die in unserer geografischen Region weit verbreitete Trockenperiode hat ausserdem die Milchproduktion stark beeinträchtigt. Dennoch entspricht der Absatz 2018 der Tendenz der letzten Jahre. In Anbetracht der Lagerbestände per Ende Jahr kann sogar eine leichte Zunahme verzeichnet werden.

Der Vertrieb wurde durch den Produktionsrückgang im 2018 nicht negativ beeinflusst. Dies hauptsächlich aus zwei Gründen: Die ersten Bestellungen des Jahres konnten durch die VFAOP-Lagerbestände 2017 erfüllt werden, und die starke Produktion der ersten Monate genügte dem weiteren Bedarf. Wir bedanken uns bei sämtlichen Akteuren der Branche, welche alles darangesetzt haben, die für 2018 geplanten Mengen trotz strenger Trockenperiode zu bewerkstelligen. Über 95 % des 2018-Volumens zu produzieren zeugt vom grossen Professionalismus unserer Mitglieder. Es war dank den Bemühungen der Milchproduzenten, der Vorausschau der Hersteller und der Flexibilität der Affineure eine wahre Stilübung. Durch diese fruchtbare Zusammenarbeit konnten sämtliche VFAOP-Bestellungen ausgeführt werden.

Was die Mitglieder betrifft, möchten wir noch hervorheben, dass die Organisation in dieser Hinsicht den Kurs beibehält. Die Erosion bezüglich Anzahl Milchproduzenten und Käser ist gering. In den meisten Fällen handelt es sich um Zusammenschlüsse von Produktionsstätten oder Milchwirtschaftsbetrieben. Zudem erwarten wir eine Zunahme der BIO-Produzenten und -Produktionsstätten. Dies gilt ebenfalls für die Käsekessi der Alpbetriebe.

	PRODUCTEURS	FABRICANTS	AFFINEURS
			
2018	963 34 alp / 36 bio	67 7 bio	4
2017	970 32 alp / 31 bio	67 6 bio	4
2016	989 30 alp / 28 bio	69 4 bio	4

GESTION DES QUANTITÉS

Après un exercice 2017 plein (98,5% du quota produit), l'année 2018 a commencé avec des stocks assez élevés, mais pas préoccupants. Quelques alpages et certaines régions de plaine ont souffert de la sécheresse durant l'été. La quantité de Vacherin Fribourgeois AOP produite durant cette période a donc été un peu plus faible. A la fin de l'année, les stocks sont considérés comme sains avec une tendance à avoir des VFAOP jeunes sur le marché.

Au vu de la production 2018 et du développement du marché en Suisse et à l'étranger, le comité de l'IPVF a décidé d'attribuer 1% d'augmentation sur tout le volume 2018. L'Interprofession a également répondu positivement à un certain nombre de demandes individuelles pour des nouvelles attributions et des augmentations de bio, de montagne et d'alpage selon des critères bien précis.

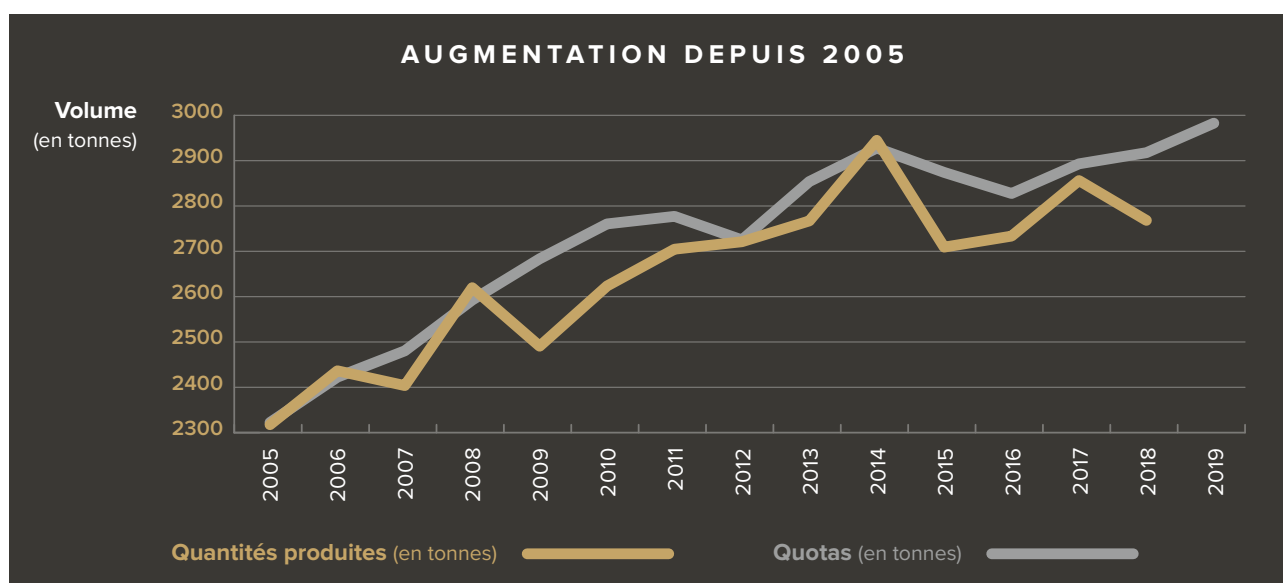
Le volume total 2019 est donc de 2'933'212 kg de VFAOP et ceci représente une augmentation totale de 2.14 %. Il est important de voir le marché dans son ensemble et de viser de nouvelles parts de marché à l'extérieur du canton de Fribourg.

MENGENSTEUERUNG

Nach einem vollen Betriebsjahr 2017 (98,5% der Quote) beginnt das Jahr 2018 mit ziemlich hohen, jedoch nicht besorgniserregenden Lagerbeständen. Einige Alpbetriebe und gewisse Talregionen haben über den Sommer unter der starken Trockenperiode gelitten. Die Produktionsmenge von Vacherin Fribourgeois AOP war über diesen Zeitraum etwas schwächer. Am Jahresende werden die Lagerbestände als gesund betrachtet, allerdings mit der Tendenz, eher junge VFAOP auf dem Markt zu finden.

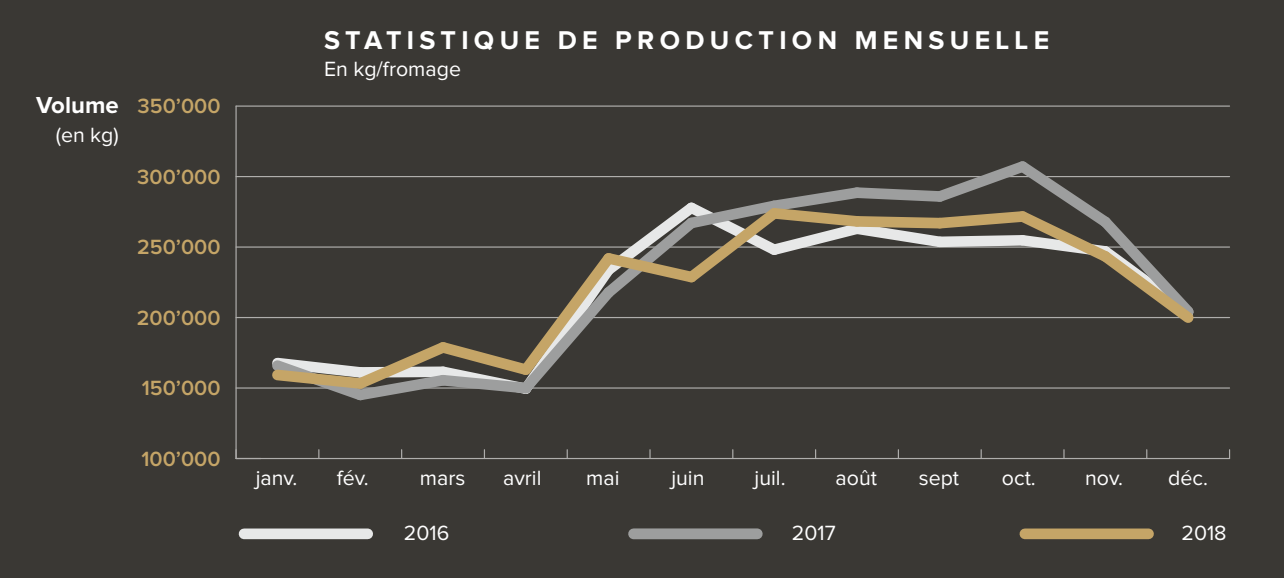
Angesichts der Produktionsergebnisse 2018 und der Marktentwicklung im In- und Ausland hat der Vorstand der BOVF beschlossen, 1% Erhöhung auf das gesamte 2018-Volumen zu vergeben. Zudem hat die Branchenorganisation auf diverse individuelle Anfragen in Bezug auf Neuzuteilungen und Erhöhungen von BIO-, Montagne und Alpagequoten, nach genau definierten Kriterien, positiv geantwortet.

Das Gesamtvolumen 2019 beträgt somit 2'933'212 kg VFAOP, was einer Gesamterhöhung von 2.14% entspricht. Es ist wichtig, den Markt als Gesamtes zu betrachten und neue Marktanteile ausserhalb des Kantons Freiburg anzustreben.



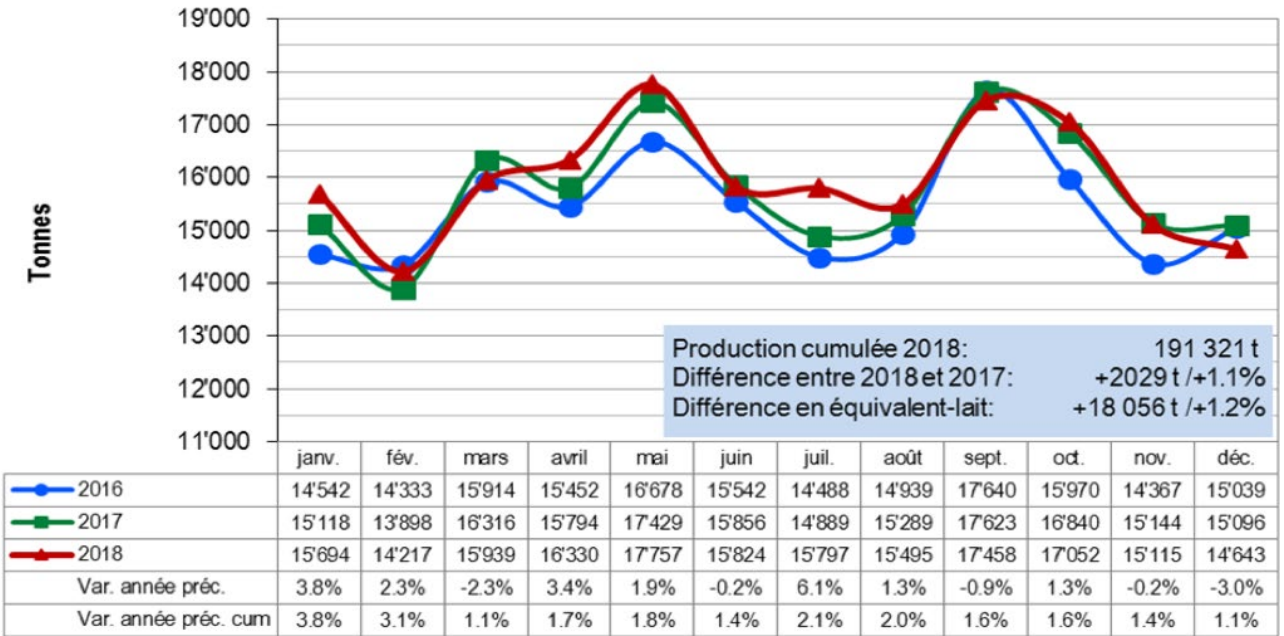
IPVF - COMMISSION GESTION DES QUANTITÉS

Urs Schwaller, Président, Romain Castella, Directeur, Philippe Caille, Responsable Contrôle et qualité, Christian Duc, Membre, Michel Eggertswyler, Membre, Frédéric Wenger, Membre, Sandra Jungo, Secrétaire administrative



PRODUCTION FROMAGÈRE EN SUISSE

Comparaison mensuelle 2016-2018

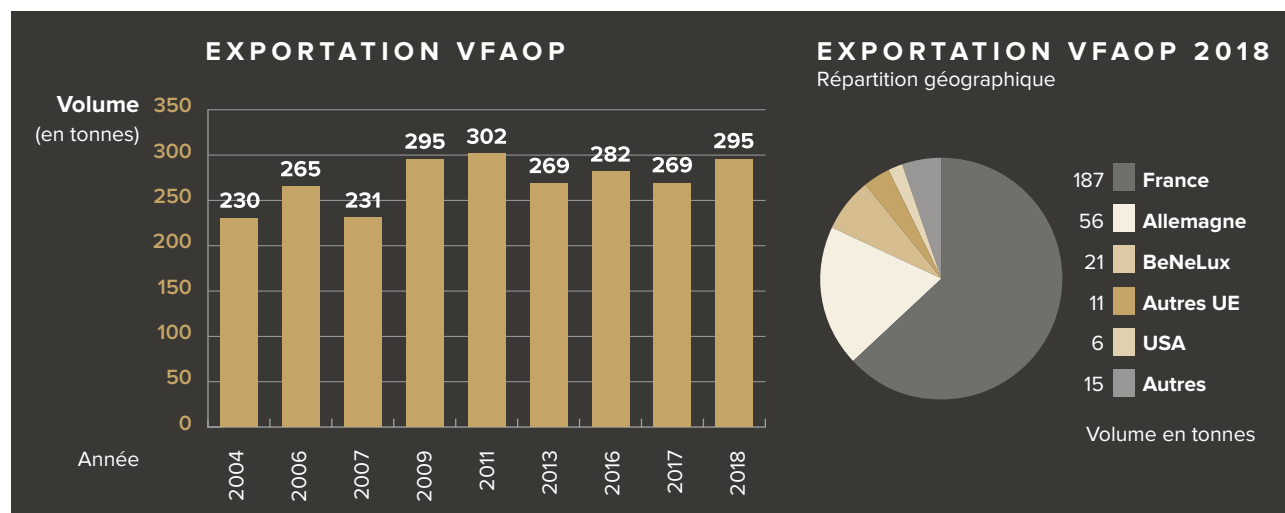


UNE AUGMENTATION À L'EXPORTATION BIENVENUE

Alors que le Vacherin Fribourgeois AOP maintient des volumes exportés entre 260 et 280 tonnes par an, nous avons bénéficié d'une augmentation de près de 10% de 2017 à 2018. Cette augmentation était même de 16% avant l'arrivée des gilets jaunes en France, qui ont certainement plombé les ventes au mois de décembre, qualifiées de catastrophiques par nos partenaires. Nous devons également remarquer qu'il n'est toujours pas possible de connaître les chiffres de la part de VFAOP dans les mélanges à fondue exportés. Ce qui représente tout de même une part importante qui devrait pouvoir être attribuée à notre sorte.

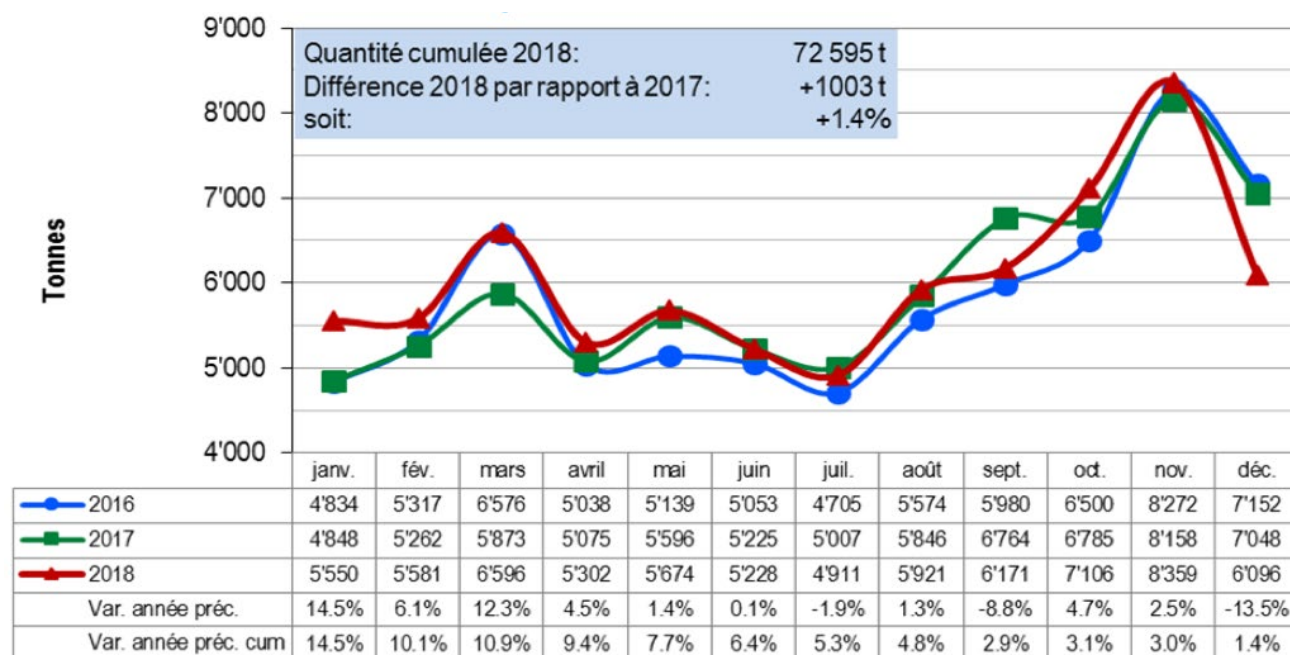
EINE WILLKOMMENE ZUNAHME DES EXPORTS

Obgleich sich das Exportvolumen von Vacherin Fribourgeois AOP zwischen 260 und 280 Tonnen pro Jahr hält, durften wir von 2017 auf 2018 eine Steigerung von nahezu 10% verzeichnen. Vor der Gilets-Jaunes-Krise in Frankreich betrug diese Steigerung gar 16%. Diese Anspannung hat die Dezemberverkäufe, welche unsere Partner als desaströs bezeichnen, sichtlich beeinträchtigt. Zudem müssen wir noch bemerken, dass es noch immer nicht möglich ist, die in Fonduemischungen exportierte Menge VFAOP zu beziffern. Immerhin handelt es sich um einen wichtigen Anteil, der unserer Marke zugeteilt werden müsste.



EXPORTATIONS DE FROMAGE

Comparaison mensuelle 2016-2018



LA RÉPRESSION DES FRAUDES

Lors de notre assemblée d'automne, les délégués ont voté à l'unanimité en faveur du développement de cultures de certification d'origine. C'est ainsi que nous avons entamé un partenariat avec Agroscope à Liebefeld pour débiter les recherches propres au VFAOP. L'Interprofession investira des moyens importants pour suivre ce projet et attend des résultats positifs pour la santé de la filière à long terme. Le canton de Fribourg, respectivement la Direction des Institutions, de l'Agriculture et des Forêts a compris l'enjeu de la démarche pour nos membres et l'économie qui les entoure et soutiendra dans ce sens le projet par un apport financier sur cinq ans.

ORGANES ET SECRÉTARIAT DE L'IPVF

En 2018, l'IPVF a procédé à un changement important au niveau du secteur Marketing en augmentant le pourcentage dédié à ce poste de 40%. C'est ainsi que nous avons pu procéder à l'engagement de Vanessa Fritsche à 80% et disposer de ses compétences de spécialiste en Marketing et en médias sociaux. Dans le cadre de nos présences dans les foires et événements, nous pouvons compter sur l'expérience de François Raemy et Isabelle Raboud, accompagnés d'une équipe de temporaires engagée.

Nous sommes également heureux de nous appuyer sur les services compétents de la Fédération Patronale et Economique à Bulle, notamment dans les domaines de la comptabilité, de l'informatique, de la gestion du personnel, des relations publiques et de la rédaction de notre journal « Intensités ».

Enfin, nous tenons à remercier la FPE et tout particulièrement sa Directrice, Mme Nadine Gobet, ainsi que toutes les personnes qui œuvrent avec cœur pour le développement de notre produit. Nous remercions également l'ensemble du comité, des commissions et les délégués de l'IPVF pour leur engagement et leur dévouement en faveur de la filière et des intérêts de l'Interprofession.

DIE BETRUGSKONTROLLE

Anlässlich unserer Herbstversammlung haben sich die Delegierten einstimmig für die Entwicklung von Kulturen mit Herkunftsnachweis ausgesprochen. So wurde eine Partnerschaft mit Agroscope in Liebefeld ins Leben gerufen um die VFAOP-eigenen Forschungsaktivitäten in die Wege zu leiten. Die Branchenorganisation wird in dieses Projekt bedeutende Mittel investieren und erwartet für die Gesundheit der Branche positive, langfristige Resultate. Der Kanton Freiburg, bzw. die Direktion der Institutionen und der Land- und Forstwirtschaft hat die Bedeutung dieses Schritts für unsere Mitglieder und die von ihnen umgebene Wirtschaft erkannt und wird das Projekt in diesem Sinne mit einem 5-jährigen finanziellen Beitrag unterstützen.

ORGANE UND SEKRETARIAT DER BOVF

Im 2018 vollzieht die Branchenorganisation einen bedeutenden Wandel im Marketingsektor indem sie diesen Posten um 40 Stellenprozente erhöhte. Somit konnten wir für dieses Arbeitsfeld Vanessa Fritsche zu einem 80 %-Pensum einstellen und von ihren Fähigkeiten als Spezialistin im Bereich Marketing und soziale Medien profitieren. Im Rahmen unserer Messe- und Eventauftritte können wir auf die Erfahrung von François Raemy und Isabelle Raboud zählen. Sie werden jeweils von einem engagierten temporären Team begleitet.

Glücklich sind wir auch darüber, uns auf die kompetenten Hilfeleistungen der Fédération Patronale et Economique in Bulle stützen zu dürfen, insbesondere bezüglich Buchhaltung, Informatik, Personalverwaltung, Medienarbeit, sowie Gestaltung unserer Revue «Intensités».

Schliesslich möchten wir der FPE, insbesondere ihrer Direktorin, Frau Nadine Gobet, unseren herzlichen Dank aussprechen. Desgleichen bedanken wir uns bei allen, die mit viel Herz zur Entwicklung unseres Produkts beitragen. Ein grosses Dankeschön geht auch an alle Vorstandsmitglieder, an die Kommissionen und Delegierten der BOVF für ihren Einsatz und ihr Engagement zur Förderung der Branche und der Interessen der Branchenorganisation.

ROMAIN CASTELLA

IPVF - COMMISSION DE RECOURS

Benoît Kolly, Président, **Jérôme Raemy**, Rempl. Président, **Michel Genoud**, Membre, **Jean-Pierre Fasel**, Membre, **David Risse**, Membre, **Andreas Wegmüller**, Membre, **Nadine Gobet**, Secrétaire

MARKETING

MISE À JOUR DE LA STRATÉGIE MARKETING ET NOUVELLE COMMUNICATION

2018 fut une année de changement pour le marketing et la communication du Vacherin Fribourgeois AOP. Une nouvelle identité de marque ainsi qu'un nouveau positionnement ont été mis en place. La première étape pour y parvenir fut un changement d'agence de communication. Après une mise au concours, le choix de l'IPVF s'est porté sur l'agence TRIO, qui s'est chargée de redessiner l'image de marque par une nouvelle identité visuelle forte. Elle est composée de pictogrammes noirs-blancs, qui illustrent des scènes de la vie et instants de consommation, et représentent un parfait mélange entre tradition et modernité.

Facilement déclinable en fonction du moment de consommation, de la saison, de la cible et du support, cette campagne donne un nouveau souffle au Vacherin Fribourgeois AOP. A la coupe ou en fondue, c'est désormais le compagnon gourmand de la vie de tous les jours, à consommer dans des moments de vie divers et variés.

Avec pour objectif d'accroître la notoriété de la marque en Suisse romande et alémanique ainsi qu'en Europe, d'acquérir un positionnement fort sur le marché pour développer l'image du produit, d'élargir la jeune clientèle consommatrice du Vacherin Fribourgeois AOP, et de se rapprocher des canaux de distribution, la campagne s'est déployée depuis l'automne 2018 sous différentes manières visuelles, sur plusieurs supports et à plusieurs emplacements.

Que ce soit sur les médias standards ou sociaux, le site internet, dans les foires et événements ou encore dans les points de vente, voici une rétrospective de la présence du Vacherin Fribourgeois AOP en 2018 :



MARKETING

AKTUALISIERUNG DER MARKETINGSTRATEGIE UND NEUE KOMMUNIKATION

2018 war für Marketing und Kommunikation des Vacherin Fribourgeois AOP ein Jahr des Wandels. Eine neue Markenidentität, sowie eine Neupositionierung wurden erstellt. Um dies zu erreichen, bestand der erste Schritt darin, die Kommunikationsagentur zu wechseln. Nach einer von der BOVF lancierten Ausschreibung fiel die Wahl auf die Agentur TRIO, die damit beauftragt wurde, die Markenidentität durch eine starke visuelle Gestaltung neu zu erarbeiten. Die Piktogramme in schwarz-weiß, welche Szenen von Brauchtum und Geselligkeit darstellen, sind eine gelungene Mischung aus Tradition und Modernität.

Diese leicht umzusetzende, dem Zeitpunkt des Konsums, der Saison, dem Zielpublikum und den Kommunikationsträgern angepasste Kampagne gibt dem Vacherin Fribourgeois AOP neuen Schwung. Ob Schnittkäse oder Fondue, er wird zum täglichen Begleiter, den man überall und zu jeder Zeit geniessen kann.

Folgende Kernziele werden von der seit Herbst 2018 in verschiedenen visuellen Formen, auf diversen Kommunikationsträgern und an mehreren Standorten angelegten Kampagne verfolgt: den Bekanntheitsgrad in der Romandie und der Deutschschweiz, sowie in Europa zu steigern, eine starke Marktposition zu erreichen, das Produktimage zu entwickeln, den Kreis der jungen Kundschaft zu erweitern und sich den Distributionskanälen zu nähern.

Hier ein Rückblick über die Präsenzen des Vacherin Fribourgeois AOP im 2018. Dieser umfasst sämtliche Auftritte an Messen und Events, die Publikationen auf der Internetseite und in den Standard- oder Sozialmedien, sowie die Aktionen in den Verkaufsstellen:

MESSE- UND EVENTAUFTRITTE

Dank der Unterstützung der Vereinigung AOP, hat die BOV/IPVF im 2018 an folgenden Messen teilgenommen :

- **BEA, Bern**
– 10'500 Kontakte, generiert durch Degustation des VFAOP
- **Foire du Valais, Martigny**
– 8'875 Kontakte
- **OLMA, St. Gallen**
– 12'125 Kontakte
- **Les Automnales, Genf**
– 7'375 Kontakte
- **Züsä, Zürich**
– 11'000 Kontakte, darunter eine spezifische Flyering-Aktion, die zur Degustation von 100% Vacherin Fribourgeois-Fondue einlud.

PRÉSENCE DANS LES FOIRES ET ÉVÉNEMENTS

En 2018, l'IPVF a participé aux foires suivantes, grâce au soutien de l'association des AOP :

- **BEA à Berne**
– 10'500 contacts générés par la dégustation de VFAOP
- **Foire du Valais à Martigny**
– 8'875 contacts
- **OLMA à St-Gall**
– 12'125 contacts
- **Les Automnales à Genève**
– 7'375 contacts
- **Züsä à Zurich**
– 11'000 contacts - dont une action spécifique de flyering pour inciter à la dégustation de fondue 100% Vacherin Fribourgeois AOP
- **Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle**
– 7'125 contacts
- **Slow Food Market à Zurich**
– 3'125 contacts
- **Le Salon de l'agriculture à Paris par le biais de Switzerland Cheese Marketing**

ANNONCES PUBLICITAIRES

Des annonces avec le Vacherin Fribourgeois AOP ont été publiées par AOP :

- **Magazine « Semaine du Goût »**
– 120'000 contacts
- **Magazine « Coopération »**
– 620'000 contacts
- **Guide « Alpbeizli-Führer »**
– 5'000 contacts
- **Guide « Buvettes d'alpage »**
– 5'000 contacts
- **2x dans la revue « Le Menu »**
– juillet : 156'000 – novembre : 156'000 contacts
- **Guide « Brunch du 1er août » de l'USP**
– 130'000 contacts
- **Magazine « Migusto »**
– 224'000 contacts

DES ANNONCES DANS DIVERS SUPPORTS PRINT

- Communications dans le « Tages-Anzeiger » et la « Tribune de Genève »
- Annonces dans le « Winter guide »
- Communications dans le magazine « Falstaff »
- Trois éditions du journal de l'IPVF « Intensités » : avec un nouveau visuel et contenu repensé, mettant en valeur les membres et acteurs de la filière, et davantage orienté pour le consommateur final.

- **Salon Suisse des Goûts et Terroirs in Bulle**
– 7'125 Kontakte
- **Slow Food Market in Zürich**
– 3'125 Kontakte
- **Salon de l'agriculture Paris, über Switzerland Cheese Marketing**

WERBEANZEIGEN

Werbeanzeigen mit Vacherin Fribourgeois AOP wurden durch die AOP veröffentlicht :

- **Magazin «Semaine du Goût»**
– 120'000 Kontakte
- **Magazin «Coopération»**
– 620'000 Kontakte
- **«Alpbeizli-Führer»**
– 5'000 Kontakte
- **«Buvettes d'alpage»**
– 5'000 Kontakte
- **2x in der Revue «Le Menu»**
– Juli: 156'000 – November: 156'000 Kontakte
- **«Brunch du 1er août» des SBV**
– 130'000 Kontakte
- **Magazin «Migusto»**
– 224'000 Kontakte

ANZEIGEN IN DIVERSEN PRINT SUPPORTS

- Mitteilungen im «Tages-Anzeiger» und in der «Tribune de Genève»
- Anzeigen im «Winter guide»
- Mitteilungen im Magazin «Falstaff»
- Vier Ausgaben der BOVF/IPVF-Zeitung «Intensités»: mit neuer visueller Aufmachung und neu überdachter Gestaltung des Inhalts, welcher sich in erster Linie den Akteuren der Branche widmet und insbesondere den Endverbraucher ansprechen soll.

DAS MERCHANDISING

Ein grosser Teil des Werbematerials wurde mit der neuen visuellen Markenidentität der Kampagne erstellt :



LE MERCHANDISING

Une grande partie du matériel publicitaire a été renouvelé avec la nouvelle identité visuelle de la campagne.

ONLINE & SOCIAL MEDIA

Qui dit nouvelle cible, dit nouveaux canaux de communication, comme les réseaux sociaux, qui ont pris une place importante dans le monde de la communication. La digitalisation est sans cesse en augmentation et le Vacherin Fribourgeois AOP tient à suivre cette tendance, en mettant en place les mesures suivantes :

- Le site internet a été entièrement repensé et remis au goût du jour.
- Une campagne SEA a été mise en place afin d'optimiser les recherches organiques et de rediriger les cibles sur notre site.
- Le compte Facebook a été relancé avec un nouveau planning et des publications ciblées, à une cadence plus fréquente afin d'augmenter le taux d'engagement.
- Une nouvelle stratégie est en train de prendre place avec des objectifs de notoriété, d'image et de contenu adapté au public cible plus large sur les médias sociaux.
- Des publications sponsorisées ont été créées pour des contenus et événements spécifiques.
- Une rubrique « blog » a été créée sur le site Internet et est alimentée de manière régulière avec du contenu approfondi et ciblé.
- Des comptes Instagram et YouTube ont été créés.

ANIMATION, DÉGUSTATIONS ET POS

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

SEA

Du 27.11.18 au 10.12.18 :

Campagne	Imp.	Clics	CTR
FR	17'297	1'184	6.85%
DE	8'177	512	6.26%
TOTAL	25'474	1'696	6.66%

Ad qui fonctionne le mieux avec 8.21% CTR, 891 clics :

Réussir la fondue parfaite | Réussir la fondue parfaite
www.vacherin-fribourgeois-aop.ch
 Découvrez comment réussir à coup sûr vos fondues Moitié-Moitié ou Fribourgeoise !

ONLINE & SOCIAL MEDIA

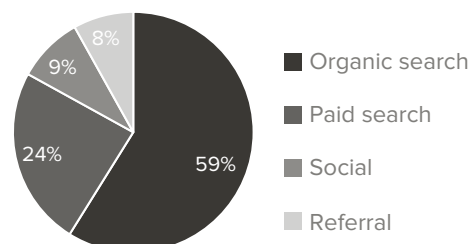
Neue Ziele bedeuten neue Kommunikationskanäle, wie zum Beispiel soziale Netzwerke, die eine wichtige Rolle in der Welt der Kommunikation eingenommen haben. Die Digitalisierung breitet sich ständig aus, und der Vacherin Fribourgeois AOP möchte mit dieser Tendenz mithalten. Dazu wurden folgende Massnahmen ergriffen :

- Die Internetseite wurde komplett überarbeitet und zeitgemäss gestaltet.
- Zur Optimierung der organischen Suche und der entsprechenden Weiterleitung der Ziele auf unsere Webseite wurde eine SEA-Kampagne in die Wege geleitet.
- Das Facebook-Account wurde mit einem neuen Planning und gezielten Publikationen belebt. Um die Mittelbindungsrate zu erhöhen, wurde die Frequenz der Anzeigen erhöht.
- Eine neue imageorientierte Strategie in den sozialen Medien ist in Bearbeitung. Diese soll visuell und inhaltlich dieser breiteren Zielgruppe angepasst werden.
- Für spezifische Inhalte und Events wurden gesponserte Publikationen veröffentlicht.
- Auf der Internetseite wurde eine Rubrik «Blog» geschaffen. Diese wird regelmässig mit umfassendem und gezieltem Inhalt ergänzt.
- Es wurden Instagram- und YouTube-Accounts erstellt.

ANIMATION, DEGUSTATIONEN UND POS

In den Supermärkten Coop und Migros wurde der Vacherin Fribourgeois AOP in mehreren Regionen und an verschiedenen Verkaufsstellen - vorwiegend in der Deutschschweiz - durch von PROKA durchgeführte Degustationen gefördert.

Traffic Acquisition :



Top keywords:

Fondue Vacherin, Recette fondue, combien de pain pour une fondue, fondue fromage quantité, vacherin frib,...



Exemple avec Mifroma – distribution dans les filiales Migros

CAMPAGNE D’AFFICHAGE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX

En parallèle, dans un objectif de visibilité du Vacherin Fribourgeois AOP à la coupe et en fondue, une campagne nationale d’affichage digitale a été organisée dans les centres commerciaux de Suisse, à proximité d’un point de vente et/ou d’une dégustation, du 1^{er} octobre au 2 décembre 2018. Elle comprenait deux spots de dix secondes, un représentant la fondue et l’autre le fromage à la coupe.

EMBALLAGES

Grâce à une collaboration rapprochée avec les acteurs de la distribution, de nouveaux emballages représentant la campagne sont distribués dans divers points de ventes, pour la fondue 100% Vacherin Fribourgeois AOP ainsi que pour toutes les gammes à la coupe pré-emballées.

Notre étroite collaboration avec SCM nous permet d’être présents à l’étranger et particulièrement en France: le VFAOP est en dégustation dans des points de ventes sélectionnés avec soin, que ce soit dans des grandes enseignes ou des crémeries, avec des animateurs spécialisés et formés. Les dégustations sont réparties sur 30 jours, de septembre à avril.

SPONSORING ET PARTENARIAT

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

PLAKATKAMPAGNE IN DEN EINKAUFSZENTREN

Zur Verstärkung der Visibilität des Vacherin Fribourgeois AOP als Schnitt- oder Fonduekäse wurde in den Schweizer Einkaufszentren vom 1. Oktober bis 2. Dezember in Umgebung von Verkaufs- und/oder Degustationsstellen eine nationale Kampagne in Form von Digitalanzeigen organisiert. Es wurden jeweils zwei Spots von je 10 Sekunden ausgestrahlt, einer auf Schnittkäse, der andere auf Fondue ausgerichtet.

VERPACKUNGEN

Dank enger Zusammenarbeit mit den Akteuren der Verteilungskette werden an die verschiedenen Verkaufsstellen neue, auf die Kampagne abgestimmte Verpackungen ausgeteilt. Dies sowohl für 100% Vacherin Fribourgeois AOP-Fondue, als auch für das gesamte Sortiment der vorgepackten Schnittkäse.

Unsere enge Zusammenarbeit mit SCM bietet uns auch Gelegenheit im Ausland, und hauptsächlich in Frankreich, aufzutreten.: Der VFAOP wird an sorgfältig ausgewählten Verkaufsstellen zur Degustation angeboten. Berücksichtigt werden sowohl grössere Marken als auch kleinere Molkereien. Diese Aktionen werden, jeweils auf 30 Tage verteilt, von September bis April von ausgewählten, spezialisierten Mitarbeitern durchgeführt.

SPONSORING UND PARTNERSCHAFT

Die Branchenorganisation des Vacherin Fribourgeois unterstützt jährlich mehrere kulturelle, sportliche und wirtschaftliche Veranstaltungen.

Durch ihr Sponsoring bekräftigt die BOVE/IPVF ihren Wunsch, so stark wie möglich in regionale Veranstaltungen zu investieren,

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

EN ROUTE POUR 2019

Un nouveau spot TV, un partenariat avec la Fête des Vignerons, une présence sur les lieux de ventes, du nouveau merchandising, de nouveaux articles, des reportages avec une présence accrue sur les médias sociaux... le Vacherin Fribourgeois AOP vous réserve de belles surprises pour 2019.

seies durch Unterstützung von regionalen Produzenten, örtlichen Ausstellungen, Skilagern, Festen oder Festivals, und dies jeweils im Einklang mit der eingeführten Marketingstrategie.

AUF INS 2019

Ein neuer TV-Spot, eine Partnerschaft mit dem Fête des Vignerons, Auftritte an den Verkaufsstellen, neues Merchandising, neue Artikel, Reportagen mit verstärkter Präsenz in den sozialen Medien... der Vacherin Fribourgeois AOP hält für 2019 einige Überraschungen bereit.

VANESSA FRITSCHÉ

IPVF - COMMISSION MARKETING

Romain Castella, Président, **Christian Duc**, Membre, **Michel Cuénod**, Membre, **Jean-Baptiste Grand**, Membre, **Frédéric Pasquier**, Membre, **Daniel Schaller**, Membre, **Vanessa Fritsche**, Responsable Marketing

CONTRÔLES ET TAXATIONS

Durant toute l'année, l'IPVF effectue des contrôles sur les différents lieux de production et d'affinage pour vérifier que les différents membres de la filière respectent les règles de traçabilité de l'Interprofession. Nous contrôlons que le nombre de pièces en cave correspondent à celles annoncées tous les mois sur les rapports et que les différentes marques de traçabilité (bande de gaze et marques en caséine) soient apposées sur toutes les pièces. Depuis le début du mois de février, nous contrôlons par pesage le poids moyen chez les indépendants. Ces visites nous permettent également d'échanger et de régler les questions du quotidien. Trois non-conformités au cahier des charges et au règlement de la commission de produit ont été dénoncées à l'OIC.

Au début 2018, nous avons également remis à jour la directive pour les Vacherin Fribourgeois AOP lavés et/ou écroutés afin de mieux suivre les VFAOP dès qu'ils sont écroutés sous-vide. Des contrôles de l'emploi de ces sacs sont effectués. Plusieurs infractions à cette directive ont été dénoncées par l'OIC.

KONTROLLEN UND BESTEUERUNGEN

Das ganze Jahr über werden von uns Kontrollen durchgeführt. In Produktionsstätten und Reifekellern wird überprüft, ob die Mitglieder der Branche die Regeln der Branchenorganisation bezüglich Rückverfolgbarkeit einhalten. Die Anzahl der im Keller befindlichen Laibe muss mit dem monatlich übermittelten Rapport übereinstimmen. Sämtliche Laibe müssen die verschiedenen Rückverfolgbarkeitsmarken (Gazebänder und Kaseinmarke) aufweisen. Bei selbständigen Käsern kontrollieren wir seit Anfang Februar das Durchschnittsgewicht. Diese Besuche bieten ausserdem Gelegenheit zum Austausch und zur Beantwortung eventueller Fragen. Drei Nichterfüllungen des Pflichtenhefts und der Vorschriften der Produktkommission wurden dem ICO gemeldet.

Um entrindete, vakuumierte VFAOP besser verfolgen zu können, haben wir zudem Anfang 2018 die Richtlinie für gewaschene und/oder entrindete Vacherin Fribourgeois AOP-Laiibe aktualisiert. Es werden Kontrollen über die Verwendung dieser Beutel durchgeführt. Das ICO hat mehrere Verstöße gegen diese Richtlinie gemeldet.

QUALITÉ ET TAXATION

Au mois de janvier, l'IPVF organise une séance d'étalonnage chez VAFSA afin que tous les taxateurs soient sur la même ligne. Les membres de la commission de taxation et de la commission de recours, CASEI, ainsi que l'OIC pour la validation, participent à cette séance. Nous remercions les responsables de VAFSA pour la mise à disposition de leurs infrastructures.

Plaine: La qualité des VFAOP pour 2018 est légèrement supérieure à l'année précédente, avec une moyenne de 18,95 pour les 1A et seulement 1,14% de déclassement en 1B. Les deuxièmes et troisièmes choix ne représentent que 229 meules.

QUALITÄT UND TAXATION

Damit sämtliche Taxateure die gleiche Linie verfolgen, organisieren wir im Januar eine Benchmarking-Sitzung bei VAFSA. Die Mitglieder der Taxations- und der Rekurskommission, die CASEI, sowie das OIC für die Validierung, nehmen an dieser Sitzung teil. Wir bedanken uns bei den Verantwortlichen der VAFSA für die Zurverfügungstellung der Infrastrukturen.

Talbetriebe: Die Qualität der VFAOP für 2018 ist gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen. Dies mit einem Durchschnitt von 18,95 bei den 1A und nur 1,14 % Herabstufung bei den 1B. Die Anzahl VF von zweiter und dritter Qualität beläuft sich lediglich auf 229 Laibe.

IPVF - STATISTIQUES - FABRICANTS DE PLAINE

Année de production 2018

Moyenne en % selon nombre de meules taxées	Catégorie	Total meules	% 2018	% 2017
Total des meules	1A	218251	98,75	95,94
Total des meules	1B	2523	1,14	4,00
Total des meules	2ème choix	99	0,04	0,04
Total des meules	3ème choix	130	0,06	0,02
Nbre meules par quinzaine		221003	100,00	100,00

Moyenne 1A-1B par critère de fabrication sur 20 points	Ouverture	Pâte	Goût	Extérieur	Total des notes 2018	Total des notes 2017
Moyenne 1A	4,85	4,81	4,54	4,74	18,95	18,89
Moyenne 1B	4,31	4,65	4,35	4,00	17,31	17,34
					18,87	18,83

Moyenne test fondue sur 5 points	Total notes 2018 (moyenne)	Total notes 2017 (moyenne)
Moyenne plaine	4,96	4,94

IPVF - STATISTIQUES - FABRICANTS D'ALPAGE

Année de production 2018

Moyenne en % selon nombre de meules taxées	Catégorie	Total meules	% 2018	% 2017
Total des meules	1A	8074	86,46	87,26
Total des meules	1B	1264	13,54	12,74
Nbre meules par taxées		9338	100,00	100,00

Moyenne 1A-1B par critère de fabrication sur 20 points	Ouverture	Pâte	Goût	Extérieur	Total des notes 2018	Total des notes 2017
Moyenne 1A	4,84	4,72	4,60	4,87	19,02	18,95
Moyenne 1B	4,31	4,50	4,26	4,33	17,40	17,44

Moyenne test fondue sur 5 points	Total notes 2018 (moyenne)	Total notes 2017 (moyenne)
Moyenne plaine	4,86	4,92

Alpages : Malgré des conditions difficiles en alpage (chaleur, manque d'eau), la qualité des VFAOP d'alpage peut être qualifiée de très bonne (19.05 pour les 1A, la quantité de 1B est un peu supérieure à l'année précédente). La Coopérative, en collaboration avec Monsieur Eugène Dumas, effectue un pré-classement avant la taxation. Ce travail est effectué très consciencieusement.

Alpages: Trotz schwieriger Bedingungen (Hitze, Wassermangel), kann die Qualität des VFAOP Alpage als sehr gut bezeichnet werden (19,05 für die 1A, die Anzahl der 1B ist gegenüber dem Vorjahr etwas gestiegen). Die Genossenschaft, unter der Mitarbeit von Herrn Eugène Dumas, führt vor der Taxation eine Vorbewertung durch. Diese Arbeit wird äusserst gewissenhaft erledigt.

DÉVELOPPEMENT DE CULTURES

Cultures acidifiantes : Le développement des cultures acidifiantes pour le Vacherin Fribourgeois AOP s'est poursuivi en collaboration avec Agroscope. Au printemps, Agroscope a réalisé des essais en halle pilote afin de tester différentes souches de bactéries. Au début septembre, nous avons dégusté ces différents essais et nous avons remarqué que la pâte était proche de notre objectif mais qu'il y avait encore trop de variations dans les goûts. Certains fromages étaient encore amers. Après discussion, nous avons décidé que c'était le moment de mettre en place un essai pratique en fromagerie. Il s'est déroulé début mars 2019 en parallèle avec un essai en halle pilote. Nous remercions l'entreprise Cremo SA, Monsieur Serge Bongard de la fromagerie de Schweni, ainsi que Monsieur Franz Boschung, responsable des ateliers laitiers à Grangeneuve qui ont accepté de participer à cet essai pratique. La développement de cette culture a été prolongée jusqu'à la fin 2020.

Cultures CCO : Au début du printemps, des contacts ont été pris avec Agroscope afin de mettre en place un projet de culture d'origine certifiée (culture traçable) afin de lutter contre les contre-façons du VFAOP. Nous avons discuté de l'emploi de culture active ou inactive. Nous avons choisi un projet en deux phases avec le développement de deux cultures actives dans un premier temps pour une mise en place plus rapide. L'option de la culture inactive sera remise sur le tapis dès la fin de la première étape si nécessaire. Cela nous permet de répartir les coûts sur un plus long terme. La première phase de développement devrait durer jusqu'en 2021.

Nous remercions toute l'équipe d'Agroscope ainsi que Monsieur Henri Ledentu, Monsieur Serge Bongard et Monsieur Stéphane Vaucher (responsable de CASEI) pour leur engagement au sein du groupe de développement de ces cultures.

ENTWICKLUNG VON KULTUREN

Säuernde Kulturen: Die Entwicklung der säuernden Kulturen für den Vacherin Fribourgeois AOP wurde unter Mitarbeit von Agroscope fortgesetzt. Im Frühling wurden in der Pilothalle von Agroscope Versuche durchgeführt, wobei Tests mit verschiedenen Bakterienstämmen vorgenommen wurden. Anfang September haben wir die Ergebnisse dieser Versuche degustiert und festgestellt, dass der Teig unserer Zielvorgabe zwar sehr nahe kommt, jedoch noch zu viele Geschmacksvariationen aufweist. Gewisse Käse waren noch bitter. Nach eingehender Diskussion wurde beschlossen, dass es an der Zeit war, einen Feldversuch in der Käserei durchzuführen. Dieser fand Anfang März parallel zu einem Versuch in der Pilothalle statt. Wir bedanken uns bei der Firma Cremo SA, bei Herrn Serge Bongard von der Käserei Schweni, sowie bei Herrn Franz Boschung, Leiter der milchwirtschaftlichen Werkstätten in Grangeneuve, für Ihre wertvolle Mitwirkung an diesem praktischen Test. Die Entwicklungsarbeit an dieser Kultur wurde bis auf Ende 2020 ausgedehnt.

CCO Kulturen: Zu Beginn des Frühlings kontaktierten wir Agroscope bezüglich der Durchführung eines Projekts über Kulturen mit Ursprungsnachweis (Markerbakterien) um den VFAOP vor Fälschungen zu schützen. Es wurde über die Verwendung von aktiven oder inaktiven Kulturen diskutiert. Für eine raschere Umsetzung haben wir uns zunächst für ein 2-Phasenprojekt mit Entwicklung zweier aktiver Kulturen entschieden. Falls nötig, würde man nach dieser ersten Etappe die Alternative mit der inaktiven Kultur in Angriff nehmen, was uns eine langfristige Kostenverteilung ermöglicht. Die erste Entwicklungsphase erstreckt sich voraussichtlich bis 2021.

Unser Dank geht an das gesamte Agroscope-Team, sowie an Herrn Henri Ledentu, Herrn Serge Bongard und Herrn Stéphane Vaucher (Leiter von CASEI) für ihren Einsatz in der Entwicklungsgruppe dieser Kulturen.

OIC

Durant l'année 2018, l'OIC a effectué 334 visites chez les différents membres de la filière VFAOP. Ces visites se sont réparties comme suit :

- **288 exploitations laitières sur 935**
- **33 fromageries de plaine sur 67**
- **13 alpages sur 32**

L'OIC participe et valide également la séance annuelle d'étalonnage pour les commissions de taxation et de recours qui se déroule en début d'année afin que les deux commissions aient une ligne commune.

Nous remercions Monsieur Axel de Montmollin, responsable du dossier Vacherin Fribourgeois AOP auprès de l'OIC pour son engagement à la défense de notre fromage.

CASEI

L'interprofession collabore étroitement avec les conseillers de Casei. En début d'année, une séance est organisée afin de discuter des difficultés de fabrication de certains producteurs de Vacherin Fribourgeois AOP. Casei met alors en place un plan d'action pour soutenir ces fromagers pour autant qu'ils aient un contrat avec eux.

Les résultats de toutes les taxations leur sont transmis tout au long de l'année pour une meilleure réactivité dans le terrain. Au printemps, nous soutenons les cours que Casei organise à l'intention des producteurs de VFAOP d'alpage.

Nous remercions Monsieur Jean-Pierre Haeni, responsable de Casei jusqu'à la fin 2018 ainsi que Monsieur Stéphane Vaucher, son successeur et tous les consultants pour leur engagement pour la qualité du Vacherin Fribourgeois AOP.

OIC

Im Laufe des Jahres 2018 führte das OIC bei verschiedenen Mitgliedern der VFAOP-Branche 334 Prüfbesuche durch. Diese wurden wie folgt aufgeteilt :

- **288 Milchwirtschaftsbetriebe von 935**
- **33 Talkäsereien von 67**
- **13 Alpbetriebe von 32**

Das OIC nimmt ausserdem an der jährlichen Benchmarking-Sitzung für Mitglieder der Taxations- und der Rekurskommission teil. Diese jeweils zu Jahresbeginn abgehaltene und vom OIC validierte Sitzung hat zum Ziel, dass die beiden Kommissionen die gleiche Linie verfolgen.

Wir bedanken uns bei Herrn Axel de Montmollin, Verantwortlicher des Vacherin Fribourgeois AOP-Dossiers beim OIC, für seinen Einsatz zum Schutz unseres Käses.

CASEI

Die Branchenorganisation arbeitet eng mit den Casei-Beratern zusammen. Eine für Anfang Jahr angesetzte Sitzung beschäftigt sich mit bei der Herstellung von Vacherin Fribourgeois AOP aufgetretenen Schwierigkeiten. Sofern die betroffenen Produzenten bei Casei vertraglich anerkannt sind, wird Casei zu deren Unterstützung einen Massnahmenplan erarbeiten.

Für eine bessere Reaktionsfähigkeit vor Ort werden sämtliche Taxationsergebnisse das ganze Jahr über laufend an Casei übermittelt. Im Frühling unterstützen wir die von Casei organisierten Kurse für Produzenten von VFAOP Alpage.

Unser Dank richtet sich an Herrn Jean-Pierre Haeni, bis Ende 2018 Verantwortlicher von Casei, sowie an seinen Nachfolger, Herrn Stéphane Vaucher. Bedanken möchten wir uns auch bei sämtlichen Fachberatern, die sich für die Qualität des Vacherin Fribourgeois AOP einsetzen.

PHILIPPE CAILLE

IPVF - COMMISSION DE PRODUITS

Michel Eggertswyler, Président et Taxateur, **Jean-Pierre Fasel**, Taxateur, **Beat Hofstetter**, Taxateur, **Jean-Louis Egger**, Taxateur, **Henri Ledentu**, Taxateur - suppléant, **Laurent Gachet**, Taxateur-alpages, **Philippe Caille**, Responsable Contrôle et Qualité, **Sandra Jungo**, Secrétaire Administrative



Savourez l'instant



 **Vacherin® Fribourgeois**
SWITZERLAND
Goût unique depuis 600 ans



vacherin-fribourgeois-aop.ch