

Faits marquants 2008

1^{er} semestre 2008

- Promotion nationale de l'assortiment avec des animations-dégustations dans la grande distribution
- Grande opération auprès des journalistes pour l'Emmentaler AOC: distribution d'informations et de produits
- **Relooking du site internet belge** www.switzerland-cheese.be
- Evénements durant l'été: «Apéros Urbains» (chaque vendredi fin de journée dans différents lieux à Bruxelles un apéritif avec les fromages suisses) et «Causeries du jeudi» (chaque jeudi à Liège dans des restaurants un stand avec les fromages suisses)
- Promotion des fromages suisses dans la grande distribution aux Pays-Bas (Albert Heijn) et au Grand Duché du Luxembourg (Cactus): animations et dégustations

2^{ème} semestre 2008

- Campagne massive de communication pour Le Gruyère AOC
- Evénement «Snow Village» avec l'Emmentaler AOC
- Opération presse Tête de Moine AOC
- Concours internet pour l'Appenzeller®
- «Petits Plaisirs Suisses»: Présence de l'assortiment aux événements sélectionnés (par exemple au Salon International du Design «Interieur»)
- Partenariat avec plusieurs «Wineries» belges

Faits marquants 2008

- Salon «Alimentaria» à Barcelone
- 3 voyages de presse
- Présentation de produits à Tarragone
- Collaboration avec Suisse Tourisme au Salon «FITUR» à Madrid, dégustations de produits
- 2000 actions promotionnelles
- Newsletters saisonnières en mars et en juin
- Journée d'information des responsables des rayons de fromagerie du magasin El Corte Inglés à Madrid

Belgique: Site internet en nouveau look

Le taux de pénétration d'Internet en Belgique talonne celui des meilleurs pays d'Europe. En Belgique, 60% des ménages sont connectés au Web. Un chiffre en progression. L'enjeu de SCM Belgique est donc de créer une communication adaptée à des nouveaux consommateurs actifs.

Un nouveau site internet de SCM Benelux verra le jour au printemps. La proximité, la convivialité et l'interactivité seront au rendez-vous sur switzerland-cheese.be.



Le site internet www.switzerland-cheese.be sera en nouveau look bientôt

Ce site aura entre autres une rubrique d'actualités consacrée aux «Ambassadeurs» des fromages de Suisse en Belgique. Le premier reportage portera sur un détaillant spécialiste en fromages et plus particulièrement sur les fromages suisses. De nombreux concours animeront le site pour permettre de créer du trafic et de développer la base de données.

La base de données existante a été activée cet hiver lors d'une grande action concours autour de l'Appenzeller®. Un mailing électronique de 31 000 adresses a été exploité pendant un mois. Grâce au concept créatif, ludique mais simple, l'action était un grand succès: 5700 internautes ont participé au concours pour gagner des sets à fondue Appenzeller®, c'est-à-dire plus de 18% de participation. De plus, 9 personnes sur 10 qui ont ouvert l'e-mail ont participé à l'action. Ce sont d'excellents résultats, bien au-delà des standards du marché. Ce qui démontre la qualité de la database actuelle et son intérêt pour les Fromages de Suisse. Une sollicitation plus régulière de la base de données et son développement devront être envisagés.

Espagne: Vue d'ensemble des activités

En octobre et novembre, 318 affiches de 8 x 3 mètres ont été apposées dans les villes de Madrid et Barcelone, dans le cadre de la campagne publicitaire Le Gruyère AOC.

3000 actions promotionnelles avec des assortiments de fromage suisse ainsi que 900 actions spécifiques à des sortes ont



Affiche de publicité pour Le Gruyère AOC

été réalisées dans les principaux points de vente en Espagne et au Portugal. Ces activités ont, par exemple, eu lieu dans les magasins El Corte Inglés, Carrefour, Alcampo, Escalat, Sonae, etc.

Au centre commercial Lilla Diagonal, extrêmement bien situé dans Barcelone, SCM Espagne a réalisé en collaboration avec Suisse Tourisme une action qui visait directement les consommatrices et consommateurs. A cette occasion, 16 000 dégustations ont été effectuées avec des fromages Emmentaler AOC, Le Gruyère AOC et Raclette Suisse.



AVRIL 2008



ACTUEL

Exportations record de fromage suisse

ALLEMAGNE

La Suisse, pays hôte de la «Semaine verte internationale» à Berlin

Agenda

National

- 25 avril–4 mai 08 **Luga**
Foire pour le grand public
Lucerne, www.luga.ch
- 25 avril–4 mai 08 **BEA/Cheval**
57^{ème} foire de l'artisanat, de
l'agriculture et du commerce,
Berne, www.beapferd.ch
- 11–14 sept. 08 **Swiss Cheese Awards**
Unterwasser,
www.cheese-awards.ch
- 19–28 sept. 08 **Comptoir Suisse**
Comptoir national en Suisse
romande, Lausanne
www.comptoir.ch
- 9–19 oct. 08 **Olma**
66^{ème} foire suisse de l'agricul-
ture et de l'alimentation
St. Galle, www.olma.ch

International

- Début mai 08 **Festival des produits
AOC de Normandie**
Cambremer (France)
- 5–7 sept. 08 **6^{ème} «Deutscher Käsemarkt»**
Nieheim (Allemagne)
- 12–14 sept. 08 **Foire aux Vins et aux
Fromages d'Antony**
Antony (France)
- 28 sept.–
1 oct. 08 **Intermopro**
Düsseldorf (Allemagne)
www.intermopro.de
- 19–23 oct. 08 **SIAL – Parc des expo.
Villepinte**
Paris (France)
www.sial.fr
- 5–8 déc. 08 **Salon Saveurs**
Paris (France)
www.claro.fr

Impressum

Editeur:
Switzerland Cheese Marketing AG, Berne

Texte, rédaction et illustrations:
Manuela Sonderegger,
Switzerland Cheese Marketing AG, Berne

Concept et graphisme:
Stoll, Traber und Partner AG, Berne

Impression:
Fischer AG, Münsingen

Chères lectrices, Chers lecteurs,

Le présent numéro de SCM-News est l'occasion de faire ensemble une rétrospective de l'année 2007 et de nous tourner vers l'avenir. L'année passée, les exportations de fromage suisse ont augmenté de 5,8 %. Le total de 59 302,9 tonnes, qui constitue un record depuis la libéralisation par étapes du marché fromager avec l'Union européenne (UE), prouve l'efficacité du regroupement des forces des acteurs du marché. Malgré tout, les bons chiffres ne doivent pas faire perdre de vue la rigueur de la concurrence, c'est pourquoi SCM a de nouveau prévu, en 2008, toute une série d'activités de promotion des ventes afin de poursuivre l'augmentation des exportations et des ventes de fromage suisse.

Comme ces dernières années déjà, nous nous concentrons plus intensément sur la catégorie des «gourmets», et nous continuons de mettre l'accent, dans la communication pour le fromage suisse, sur la qualité des produits. Les résultats des enquêtes représentatives réalisées auprès des consommatrices et des consommateurs de fromage sur nos principaux marchés d'exportation prouvent que ces mesures visent juste.

Changement au domaine des relations publiques de SCM



Manuela Sonderegger, Cheffe des relations publiques SCM

SCM se réjouit d'accueillir Manuela Sonderegger dans son équipe; elle a pris le 3 mars 2008 la succession de Francesca Heiniger

Ce ne sont pas moins de trois fromagers suisses qui ont démontré, aux «World Championship Cheese Contest», à Madison (USA), que le fromage suisse compte parmi les meilleurs au monde. Nous félicitons Michael Spycher pour son titre de champion du monde et Bernhard Näf pour sa remarquable troisième place, de même que la bergerie d'Andeer pour le troisième rang dans la catégorie «Natural, unflavored cow's milk cheeses».



David Escher, CEO SCM

qui a quitté SCM au début de l'année. Manuela Sonderegger assumera dorénavant la direction des activités de relations publiques.

Ses études bilingues (d/f) des sciences de la communication et des media, d'ethnologie et de gestion d'entreprise, à Fribourg, lui ont permis d'acquérir de vastes connaissances dans les domaines de la communication et de l'économie. Manuela Sonderegger a travaillé ensuite pour Victoria-Jungfrau Collection, où elle a approfondi ses connaissances du domaine de la communication.

Nous lui souhaitons plein succès et beaucoup de plaisir dans son nouveau travail.

Exportations record de fromage suisse

Selon la statistique de TSM, la production de fromage en 2007 a dépassé de 3366 tonnes celle de l'exercice précédent (+1,9%). Sur les 176 280 tonnes de fromage suisse produit, 59 302,9 tonnes ont été exportées, dont 48 231,8 tonnes (81,3%) vers l'Europe. Avec une croissance de 3234,7 tonnes (+5,8%) par rapport à l'exercice précédent, les exportations de fromage suisse ont atteint un nouveau record depuis la libéralisation du marché du fromage avec l'UE, en 2002.

Une croissance particulièrement réjouissante, car supérieure à la moyenne, a été enregistrée sur deux marchés sur lesquels SCM est active; ce sont l'Italie, marché principal, avec une augmentation de 1417 tonnes (+9,3%), et l'Allemagne, qui est le deuxième marché, avec une croissance de 1357,6 tonnes (+9,6%).

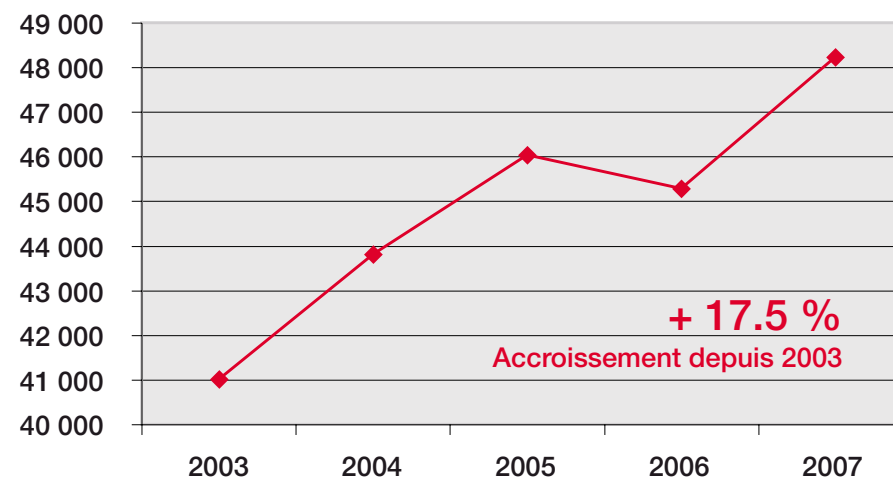
La force durable de l'euro a sans doute été propice aux exportations. Le bon climat de consommation ne doit toutefois pas occulter

l'intensité de la concurrence. Les surfaces de vente aux rayons de fromagerie et de self-service sont limitées et il n'est pas facile d'y obtenir une place. Cette situation offre de bonnes chances aux produits présentant une plus-value élevée pour le commerce et un bon rapport prix/prestations pour les consommatrices et consommateurs.

Le commerce de détail reste caractérisé par des regroupements, une énorme pression sur les coûts et la volonté de se démarquer de la concurrence pour se profiler clairement auprès des consommatrices et consommateurs. Les distributeurs ne se positionnent plus uniquement à travers le prix, mais toujours plus souvent aussi au moyen de labels de qualité et de labels pour produits biologiques propres au commerce, ainsi qu'avec des lignes de marques de distributeur dans le segment supérieur, des spécialités, des produits fonctionnels. Des investissements accrus dans des prestations de services conviviales pour la clientèle, comme les boutiques sur l'Internet, la livraison à domicile et des surfaces de vente de proximité, permettent de fidéliser la clientèle.

Les exportations de fromage suisse ne sont pas la seule augmentation en 2007: il en va de même des importations de fromage étranger. En 2007, 3982,3 tonnes de fromage produit à l'étranger (+11,9%) ont été importées en Suisse. Cela signifie que la libéralisation du marché du fromage a aussi des répercussions sur le marché suisse. Ce sont surtout les importations de fromage frais (+1757 tonnes; +17,6%) et de fromage à pâte molle (+1165,7 tonnes; +15,0%) qui ont augmenté. Il convient de noter que la plupart des fromages importés sont de la marchandise de masse destinée, par exemple, à la fabrication de produits prêts à la consommation.

Developpement des exportations de fromage suisse vers l'UE (en tonnes)



Exportations de fromages, fromages fondue prête à l'emploi en comparaison à la même période de l'année précédente (en tonnes)

	2006	2007	Différence	%
Fromage frais	333.1	415.9	-82.2	24.9
Fromage à pâte molle	374.3	388.1	13.8	3.7
Fromage à pâte mi-dure	9 309.2	10 473.9	1 164.7	12.5
Fromage à pâte dure	35 935.2	37 455.1	1 519.9	4.2
Fromage à pâte dure extra	423.7	390.6	-33.1	-7.8
Fromage fondu	4 240.9	4 403.1	162.1	3.8
Fondue prête à l'emploi	5 159.0	4 893.3	-265.7	-5.1
Autres Fromages	292.7	883.0	590.3	201.7
Total	56 068.2	59 302.9	3 234.7	5.8

(des différences d'arrondis sont possibles)

Source: TSM Treuhand GmbH, Berne

Enquête au sujet de la satisfaction des actionnaires: confirmation de la bonne note

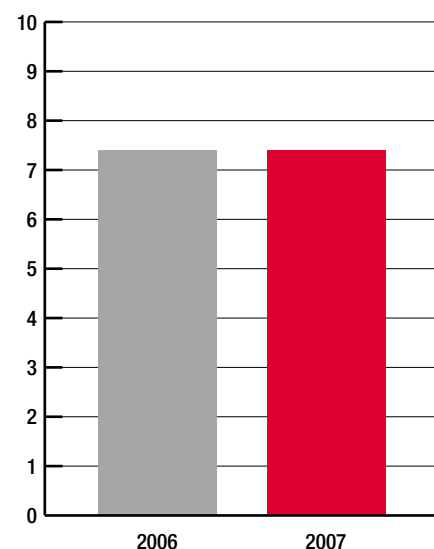
SCM prend note avec plaisir du résultat de l'enquête de cette année au sujet de la satisfaction de ses actionnaires; avec 7,4 points sur un maximum possible de 10, elle a confirmé le résultat de l'exercice précédent. Les résultats complets de cette enquête servent à mesurer la satisfaction au sujet du travail fourni et à tirer des enseignements pour les adaptations et les améliorations possibles des prestations de services.

SCM remercie les actionnaires qui ont participé à l'enquête pour la reconnaissance exprimée et pour avoir pris le temps de participer à cette appréciation.

La collaboration avec les filiales et le département du marketing en Suisse est généralement jugée «bonne» à «très bonne».

La fiabilité, l'efficacité et le sérieux de SCM Suisse et des filiales sont particulièrement appréciés. De même, la fonction de plateforme de SCM dans les pays est reconnue. Les actionnaires voient des potentiels d'améliorations principalement dans la qualité de l'information, l'importance des informations fournies pour la prise de décisions, les processus de planification et de réalisation et, partiellement, dans la neutralité de la publicité.

SCM s'efforce de poursuivre l'amélioration de ces points, l'objectif final étant d'obtenir une appréciation «très bon» à tous égards. Pour l'équipe de SCM, ces résultats positifs sont un nouvel encouragement pour la collaboration à venir et une incitation à intensifier encore l'engagement.



Sur une échelle de 1 à 10, où 10 correspond à la meilleure note, comment évaluez-vous SCM dans son ensemble?

Accroissement de la notoriété de la Suisse comme pays producteur de fromage

Depuis 1999, la notoriété, le souvenir de la publicité et l'affinité pour le fromage suisse sont mesurés chaque année au moyen d'une enquête représentative réalisée auprès des consommatrices et des consommateurs de fromage dans les 3 principaux pays d'exportations du fromage suisse, à savoir l'Allemagne, la France et l'Italie.

Des résultats généralement positifs ont été obtenus en ce qui concerne la notoriété de la Suisse comme pays producteur de fromage. En Italie, le résultat est légèrement supérieur au niveau de 2005 (56,0%); le résultat de 2006 avait été une

croissance de 11,0% à 67,0%, sans que cela ne soit véritablement explicable. Le souvenir de la publicité a pu être maintenu en France et en Italie. En Allemagne, un important recul du nombre de contacts a découlé de l'interpellation plus ciblée d'un groupe plus restreint de consommatrices et consommateurs, ce qui a eu des conséquences directes pour le résultat. S'il y a eu moins de contacts, leur qualité était meilleure, d'où une réduction de la dispersion. En additionnant les valeurs de la mémoire spontanée et de la mémoire soutenue de la publicité, un Allemand sur six, un Français sur dix et un Italien sur quatre

se souvient de la publicité pour le fromage suisse.

La tendance concernant l'attraction, c'est-à-dire la qualité, la sympathie ressentie et l'intérêt à acheter, est majoritairement positive. A la question «d'où vient le meilleur fromage?», 48,0% (+2,0%) des Allemands, 31,0% (+3,0%) des Français et 45,0% (-15,0%) des Italiens mentionnent clairement la Suisse.

Ce résultat réjouissant prouve que les efforts de SCM ont été perçus positivement et donnent de bons résultats.

Vue d'ensemble de la mention spontanée de la Suisse comme pays producteur de fromage

Allemagne		France		Italie	
2006	2007	2006	2007	2006	2007
57%	58%	33%	36%	67%	57%

Source: Interface Marketing AG

Lancement de «Mukka Emma»



La sympathique vache «Mukka Emma» en action

2008 est l'année où, pour le compte de l'interprofession Emmentaler Switzerland, SCM Italie lance le nouveau personnage venant de la Vallée de l'Emme: «Mukka Emma», la sympathique vache qui tient un hôtel. À ses moments perdus elle enquête sur les mystères des vallées suisses. Le lundi 10 mars, une conférence de presse a eu lieu à Milan pour présenter en avant-première aux journalistes italiens, la longue série d'activités auxquelles elle va participer. Par exemple, le lancement des deux premiers livres de ses aventures, publiés par «Giunti Editore». Les livres seront distribués dans les librairies de toute l'Italie. Ensuite il y aura un concours dans la grande distribution où, en achetant au moins 250g d'Emmentaler AOC, les participants pourront recevoir de sympathiques gadgets «Mukka Emma», mais aussi participer au tirage au sort final pour gagner 6 «Mukka cards» de 2000 Euro en total.

En avril, «Mukka Emma» et Emmentaler AOC participeront au «Fantasio Festival» de Pérouse, la plus grande foire pour enfants d'Italie. Dans son stand, «Mukka Emma» expliquera à tous les enfants présents et à leurs mamans, d'où vient le précieux Emmentaler AOC, comment se forment ses trous et la meilleure façon de le savourer.

Ensuite, «Mukka Emma» partira pour un long périple dans les librairies italiennes, signer des autographes aux enfants qui ont acheté son livre et distribuer des autocollants d'Emmentaler AOC et des livres de recettes aux mamans. Deux autres livres sortiront vers la seconde moitié de l'année, des romans d'aventures qui la verront en action. Finalement, en décembre, le premier livre de recettes de «Mukka Emma», avec des plats à base d'Emmentaler AOC spécialement conçues pour les enfants, sera présenté dans toutes les librairies.

Collaboration avec O.N.D.A., l'association italienne pour la lutte contre l'ostéoporose

Depuis cette année, SCM Italie participe aux nombreuses activités de cette association, née pour combattre et soigner l'ostéoporose.

Les fromages suisses seront les protagonistes des nombreuses publications que l'O.N.D.A., en collaboration avec le Ministère de la Santé, envoie aux femmes italiennes de plus de 40 ans.

Cette année, le thème choisi est celui de la prévention, par conséquent, nos fromages, riches en calcium et essentiels pour retarder ou éviter l'apparition de maladie, seront présentés dans tous les séminaires et les congrès médicaux tenus par l'association.

Faits marquants 2008

1^{er} semestre 2008

- «Cooking Store»: en collaboration avec le chef Kunzi, lancement de l'e-commerce où les fromages suisses disposent de leur espace grâce à quel on peut consulter des recettes en ligne et obtenir des informations sur leur histoire et leurs modes d'emploi
- Naissance du site web www.mukkaemma.it de «Mukka Emma» où vous pourrez découvrir des curiosités sur l'Emmentaler AOC et la Vallée de l'Emme
- «Cibus 2008»: en mai, SCM Italie sera présent à Parme avec un grand stand où seront présentés tous les fromages suisses à différents degrés de maturation. Un rendez-vous important pour tous les opérateurs de la branche
- Au printemps, les nouvelles étapes dans les magasins, l'opération qui amène les fromages suisses dans les plus grands magasins italiens, où les consommateurs ont la possibilité de les déguster, mais aussi de demander des informations
- Activités de dégustation aux points de vente, avec des moines pour la Tête de Moine AOC
- Dégustations des fromages suisses dans la grande distribution – une occasion pour goûter et acheter tous les fromages suisses
- Collaboration avec O.N.D.A., l'association italienne pour la lutte contre l'ostéoporose

2^{ème} semestre 2008

- Pour la cinquième fois, SCM Italie sera présent au «Salone del Gusto» (salon des consommateurs) en octobre à Turin
- «Swiss Cheese Festival»: dégustation et vente des fromages suisses dans toutes les chaînes de la grande distribution, avec les hôtesses spécialisées, distribuant aussi des dépliants informatifs à tous les acheteurs
- Participation à une grande série de foires sur les fromages, dont les plus importantes sont celles de Castegnato et de Collecchio
- SCM Italie invitera une vingtaine de journalistes à déguster quelques plats à base de fromages suisses, préparés par les meilleurs cuisiniers italiens et suisses
- Collaboration avec O.N.D.A., l'association italienne pour la lutte contre l'ostéoporose

Faits marquants 2008

1^{er} semestre 2008

- La Suisse est le pays hôte de la «Semaine verte internationale» à Berlin
- Championnats du monde de vol à ski et tournée des quatre tremplins avec l'Emmentaler AOC comme sponsor
- SCM présente pour la première fois du fromage suisse biologique à la foire «BioFach» à Nuremberg
- Actions promotionnelles au rayon de fromagerie dans toute l'Allemagne pour les sortes Appenzeller® Classic, Emmentaler AOC et AlpenTilsiter (46 000 paquets pour points de vente au total, de mars à mai)
- Action promotionnelle nationale au rayon de fromagerie pour l'assortiment, avec le football pour thème en juin
- Dégustations d'Appenzeller®, de Le Gruyère AOC, de Tête de Moine AOC et de l'assortiment dans de grandes surfaces
- Action de fromage biologique au rayon de fromagerie pour l'Appenzeller® biologique et l'Emmentaler AOC biologique
- 1 voyage de presse
- Salon «Gourmetmesse» (consommateurs finaux) à Wiesbaden

2^{ème} semestre 2008

- «Internopro»: Salon des produits de laiterie à Dusseldorf
- Salons «Gourmetmesse» à Hambourg, Cologne, Fribourg, Munich et Stuttgart
- Marché du fromage de Nieheim et «Swiss Cheese Awards»
- Actions promotionnelles au rayon de fromagerie dans toute l'Allemagne pour l'Appenzeller® Classic, Le Gruyère AOC et l'AlpenTilsiter, de septembre à décembre
- Action de fromage biologique au rayon de fromagerie pour l'Appenzeller®, l'Emmentaler AOC, le Tilsiter et Le Gruyère AOC
- Action promotionnelle au rayon de fromagerie pour la Tomme Vaudoise
- Dégustations d'Appenzeller®, de Le Gruyère AOC, de Tête de Moine AOC et de l'assortiment dans de grandes surfaces

La Suisse, pays hôte de la «Semaine verte internationale» à Berlin

Du 18 au 27 janvier 2008, la Suisse a été le pays hôte du plus grand salon des consommateurs en Allemagne: la «Semaine verte internationale» (Internationale Grüne Woche), à Berlin, qui a accueilli 425 000 visiteurs. Par conséquent, la Suisse a retenu fortement l'attention des médias et des visiteurs. AMS avait mis sur pied un important programme, conçu un stand d'exposition entièrement nouveau à cette occasion, et organisé la communication spécifique-



Doris Leuthard, Conseillère fédérale, à la «Semaine verte internationale»

Foire «BioFach»

Du 21 au 24 février 2008, Nuremberg a accueilli la «BioFach» – la plus grande foire au monde consacrée aux produits biologiques. Quelque 46 500 spécialistes l'ont visitée pour s'informer sur l'offre nationale et internationale.

Pour la première fois, SCM Allemagne a exposé un assortiment de produits bio composé d'Appenzeller®, d'Emmentaler AOC, de Le Gruyère AOC, de Raclette Suisse, de Tilsiter, de Piz Bever, de Vacherin Fribourgeois AOC et de Sbrinz AOC.

Le but était de permettre au public spécialisé de découvrir et de déguster les produits et d'établir des contacts avec les exportateurs de SCM. Quelque 5000 contacts ont eu lieu pendant la foire. La fréquence de passage des visiteurs a été bonne tous les jours. Cette foire a permis de constater que les produits biologiques constituent une véritable tendance en

Allemagne. Le développement rapide et continu de ce thème prouve que les produits biologiques sont devenus un besoin des consommatrices et consommateurs. Il est important, dès lors, d'être présent précisément à ce moment pour se positionner avec des produits de marque et se présenter au commerce de manière ciblée.

Le principal contenu de la communication faisait le lien entre le stand consacré au fromage et la campagne – en cours – de promotion des ventes, dont vous avez trouvé un compte-rendu dans le dernier numéro («Wann sind die Schweizer regelrecht verböhrt? Wenn es um reinste Qualität geht»). Les trois principales sortes distribuées en Allemagne, c'est-à-dire l'Appenzeller®, l'Emmentaler AOC et Le Gruyère AOC, ont été clairement mises en avant. La dégustation et la vente se sont déroulées au milieu du stand.

Allemagne. Le développement rapide et continu de ce thème prouve que les produits biologiques sont devenus un besoin des consommatrices et consommateurs. Il est important, dès lors, d'être présent précisément à ce moment pour se positionner avec des produits de marque et se présenter au commerce de manière ciblée.



Présence à la foire «BioFach» à Nuremberg

Les fromages suisses au «Salon International de l'Agriculture»

Du 23 février au 2 mars 2008, SCM France était une nouvelle fois présente lors de cette nouvelle édition du «Salon International de l'Agriculture» à Paris.

Plus de 608 000 visiteurs se sont rendus cette année au salon. Et une nouvelle fois, l'espace suisse installé au cœur du hall des «Délices du Monde» et repéré par cet immense drapeau suisse, a remporté un succès. Près de 50 personnes ont œuvré pendant 10 jours pour accueillir les visiteurs, leur faire découvrir et apprécier toutes les spécialités suisses: les fromages suisses, et autres spécialités culinaires vaudoises, ainsi que des animations tels



Les fromages suisses au «Salon International de l'Agriculture» à Paris

que la fabrication du fromage en direct, ou bien des ateliers de découverte des fromages suisses pour les enfants.

L'incontournable «Pinte à Fondue» n'a pas désempilé, et dans une ambiance typiquement suisse la plus chaleureuse, plus de 5000 Fondues Moitié-Moitié ont été servies, au son des cors des Alpes et de l'accordéon. Aussi Jacques Chirac n'a pas manqué d'embrasser notre appenzelloise, de passage près du stand suisse. Cette présence régulière des fromages suisses à cette manifestation très prisée est une vitrine fantastique pour leur promotion sur le marché français.



Le Gruyère AOC arrive sur les écrans TV

Après une présence massive en affichage dans le métro et sur le boulevard périphérique parisien ces dernières années, Le Gruyère AOC investit désormais le petit écran. Pour la première fois en France, Le Gruyère AOC prend la parole en 2008 avec le média de masse par excellence, la publicité en TV, sur les deux plus grandes chaînes françaises que sont TF1 et M6, avec un film original de 20 secondes.



Scène du spot TV Le Gruyère AOC

Réalisé par l'agence suisse Art-Com, ce spot met en scène une parisienne en vacances dans la région de La Gruyère, et qui à cette occasion découvre Le Gruyère AOC et sa saveur unique au monde. De retour à Paris, elle fait partager cette révélation gastronomique à son amie en lui racontant tout ce qui fait la richesse de ce fromage d'exception.

Sur cette année 2008, 2 vagues de communication (en printemps et en automne) doivent assurer une importante visibilité de cette publicité spécifique pour Le Gruyère AOC, avec un total de 120 spots diffusés cette année. Enfin, pour accompagner ces vagues de communication TV en 2008, un important dispositif promotionnel est mis en place dans les points de vente. Et comme le dit la pub: «Le Gruyère AOC, pas de trous que du goût!».

Faits marquants 2008

1^{er} semestre 2008

- Poursuite de la campagne publicitaire en presse grand public dans 20 grands titres de la presse française avec des insertions de nouveaux Publi-reportages
- Campagne publicitaire en TV de Le Gruyère AOC: une vague de diffusion en avril sur TF1 et M6
- 3000 actions de promotion en points de vente pour les différentes sortes des fromages suisses, planifiées au stand coupe (toute l'année)
- Des animations spécifiques en hypermarchés et chez les détaillants-fromagers
- Espace suisse de dégustation-vente des fromages suisses et l'incontournable «Pinte à Fondue» au Salon International de l'Agriculture, du 23 février au 2 mars
- «Foire de Lyon»: Présence Le Gruyère AOC et Vacherin Fribourgeois AOC avec un stand de dégustation-vente, du 21 au 31 mars à Lyon
- «Salon de la Nature»: Présence des fromages suisses avec un stand de dégustation-vente et dégustation de Raclette Suisse, en partenariat avec Suisse Tourisme, du 28 au 30 mars à Paris
- «Rencontres AOC de Cambremer»: Présence des fromages suisses AOC avec un stand de dégustation-vente, du 2 au 4 mai en Normandie
- Communiqué de presse Sbrinz AOC
- Déjeuner de presse sur les fromages de suisse, chez Pascal Barbot, en mai à Paris
- Communiqué de presse sur la collection de recettes d'été, en partenariat avec Pascal Barbot en mai
- Voyage de presse Tête de Moine AOC

2^{ème} semestre 2008

- Poursuite de la campagne publicitaire en presse dans 20 grands titres de la presse française, avec des advertorials spécifiques sur l'Emmentaler AOC, le fromage Appenzeller® et Le Gruyère AOC
- Campagne publicitaire en TV de Le Gruyère AOC: une seconde vague de diffusion à l'automne sur TF1, M6 et LCI
- Des actions massives de dépose de PLV et de kits de dégustation en plus de 2000 points de vente (Emmentaler AOC, Le Gruyère AOC et le Appenzeller®)
- 22^{ème} édition de la «Foire aux Vins et aux Fromages d'Antony»: Présence des fromages suisses avec un stand de dégustation-vente, du 12 au 14 septembre en région parisienne
- Salon Saveurs: Présence des fromages suisses avec un stand de dégustation-vente, du 5 au 8 décembre à Paris
- Salon «SIAL»: Présence de SCM, du 19 au 23 octobre au Parc des expo. de Villepinte