



Rapport annuel 2013





Sommaire

	<u>Page</u>
Rétrospective 2013	<u>2</u>
Situation économique 2013	<u>3</u>
Organisation	<u>4</u>
Produit	<u>5</u>
Légende	<u>6</u>
Stratégie	<u>7</u>
Activités 2013	<u>8</u>
Efficacité publicitaire	<u>10</u>
Perspectives 2014	<u>11</u>
Membres	<u>12</u>
Secrétariat	<u>13</u>



Rétrospective 2013

Forte demande en 2013, croissance saine et stable

En 2013, la demande en fromage à raclette a augmenté de 4% (372 tonnes) par rapport à l'année précédente pour atteindre 9516 tonnes. Depuis le lancement des activités de marketing en 1994 visant le marché indigène, l'Association Raclette Suisse a enregistré au total une augmentation de la demande de près de 50% dans le domaine de la consommation des ménages. Grâce à cette croissance saine et stable d'environ 2,5% par année, le fromage à raclette se place en tête de peloton parmi les fromages suisses. L'Association constate également que dans cette période, la raclette a commencé à séduire surtout les jeunes consommateurs âgés de 18 à 29 ans en tant que plat savoureux et convivial. Une bonne continuité des mesures publicitaires, l'extrême popularité du produit et la mode persistante du Swissness sont autant de raisons qui contribuent à ce développe-

ment sain. Dans les pays cibles d'exportation que sont l'Allemagne, le Benelux et la France, Raclette Suisse a pu consolider les ventes après l'introduction, en 1999, des mesures de marketing concrètes à l'étranger; leur volume est ainsi passé de 272 à 1174 tonnes.

En matière de mesures de promotion des ventes, Raclette Suisse s'est fortement concentrée sur les outils les plus pertinents. Les activités planifiées et réalisées ont eu une efficacité publicitaire élevée. D'après les résultats, les moyens financiers mis à la disposition du secrétariat pour le marketing semblent être d'une grande utilité aussi bien pour les membres que pour le commerce de détail, car la demande a augmenté. Raclette Suisse est cependant bien consciente que la demande n'est pas seulement influencée par la publicité et que d'autres facteurs entrent en jeu.



Jürg Simon
Président
Raclette Suisse



Markus Tschumi
Directeur
Raclette Suisse



Daniela Pachali
Assistante de direction
Raclette Suisse

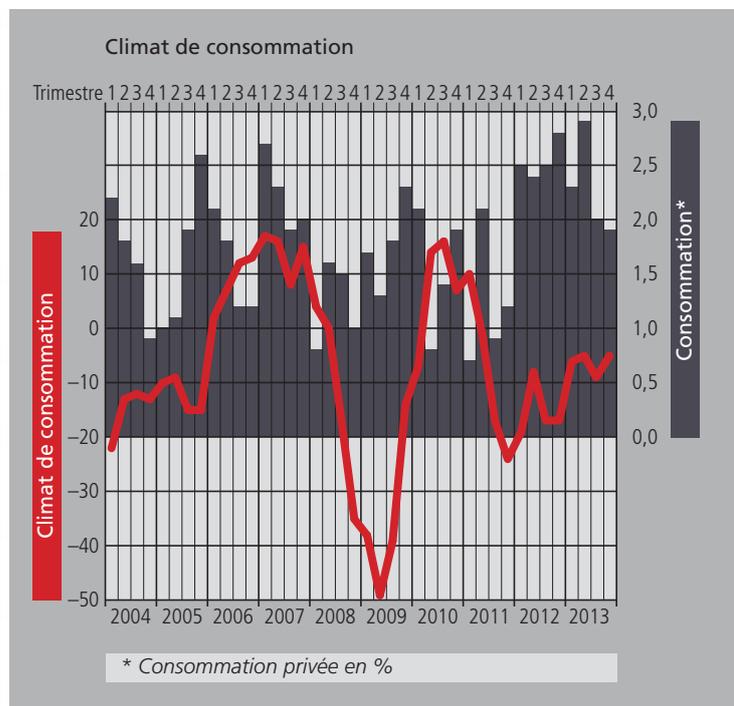
Situation économique 2013

Situation économique

En 2013, la consommation privée a été la locomotive de l'économie suisse. Sa forte augmentation a contribué pour trois quarts à la croissance du produit intérieur brut. Le commerce extérieur n'y a participé que modestement. Les entreprises de l'industrie agroalimentaire ont qualifié la situation générale de bonne. Par contre, aucune amélioration des rendements n'a pu être constatée dans la production alimentaire.

Perspectives pour 2014

Les analystes prévoient une croissance économique équilibrée en Suisse de 2,1 %. La reprise économique dans la zone euro devrait se poursuivre et accélérer la croissance des exportations suisses d'environ 5 %.



Source: SECO



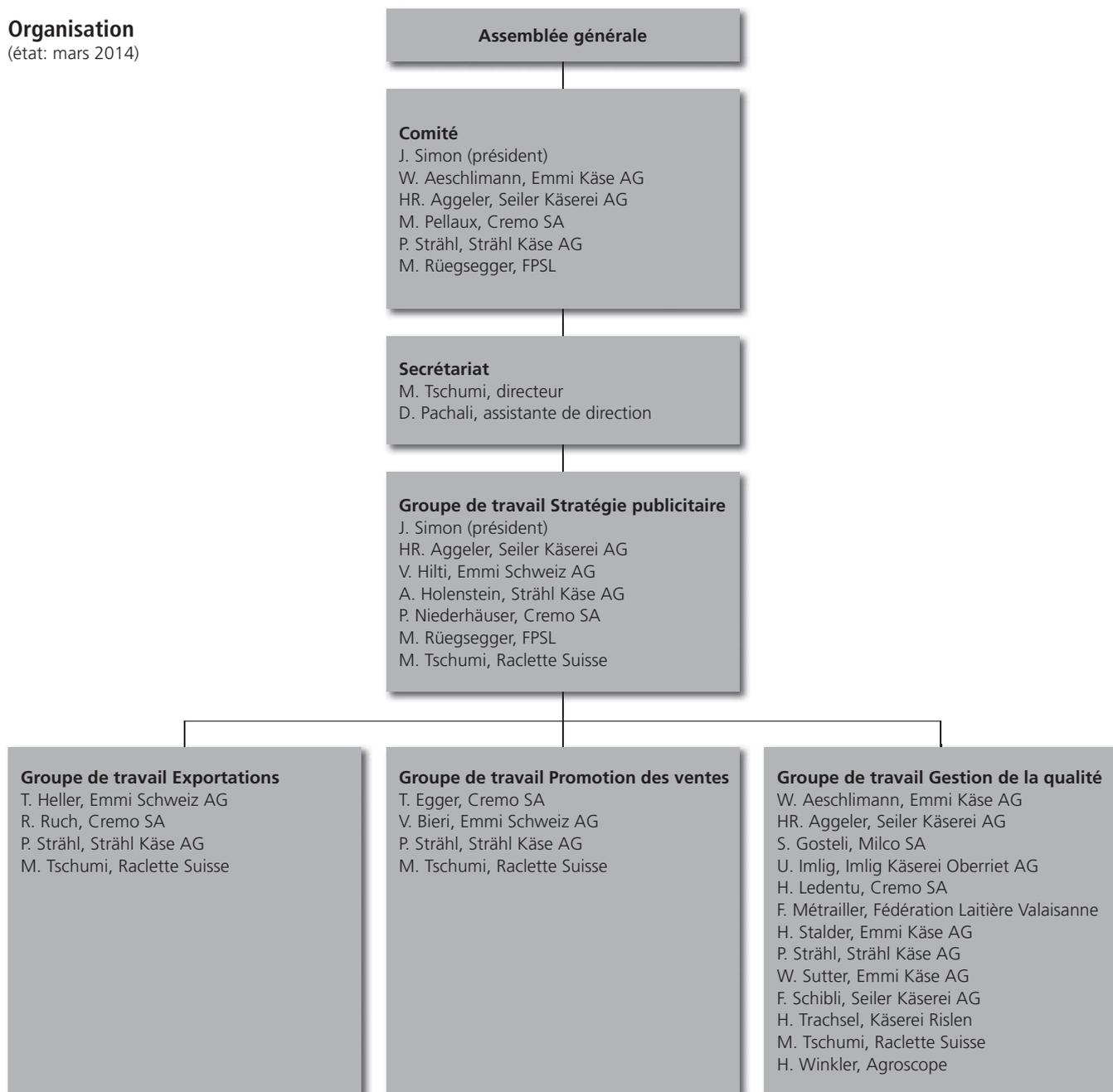
Organisation

Notre organisation compte 17 membres regroupés sous la marque Raclette Suisse®. L'Association se charge pour ses membres du marketing générique commun, de la protection de la marque et de la gestion de la qualité. Elle fournit des services

à des tiers par le biais de ses activités de marketing auprès des grandes entreprises du commerce de détail de Suisse. Le secrétariat de Raclette Suisse est une petite structure comportant 1,5 poste.

Organisation

(état: mars 2014)



Produit

Production

Jusqu'au début du XX^e siècle, il n'existait pas de recettes écrites ni de cultures spécifiques pour la production du fromage à raclette. Les armaillis se basaient uniquement sur leur expérience, et ce savoir-faire est encore utilisé aujourd'hui. Chaque fromager avait évidemment sa propre recette et son secret de fabrication, et chacun était sûr de produire le meilleur fromage. Une fois que celui-ci était arrivé à maturité, on le faisait fondre en demi-meule à la chaleur de la braise et le raclait sur l'assiette: un vrai repas de fête. Les caractéristiques du fromage à raclette, comme son goût pur et doux, et surtout une aptitude à la fonte incomparable, se sont transmises de génération en génération.

L'économie laitière a elle aussi profité des grands progrès techniques du XX^e siècle. Ceux-ci ont permis aux producteurs de perfectionner leur procédé de fabrication et d'améliorer encore les propriétés du fromage à raclette avec des cultures spécifiques. Si ce procédé a été optimisé et affiné au maximum, il n'a jamais été modifié. Ainsi, la part de matière grasse dans l'extrait sec de la grande majorité des fromages à raclette n'est plus que d'environ 46 %, car cela permet d'améliorer l'aptitude à la fonte, d'empêcher la graisse de se séparer pendant la fonte et d'adapter le fromage aux besoins énergétiques généralement plus modestes des consommateurs actuels.

Le produit

Aujourd'hui, la marque Raclette Suisse propose un fromage naturel garanti sans lactose, sans additifs et sans présure issue d'OGM. Le produit est reconnaissable à sa saveur corsée et à son excellente aptitude à la fonte. De la nature à l'état pur! Seule la marque Raclette Suisse® est à même de garantir ce niveau de qualité et cette sécurité du produit.



Légende

Dans les moments difficiles, les armaillis suisses ont heureusement toujours pu compter sur une raclette bien corsée pour se requinquer. Car les braves montagnards n'étaient pas seulement confrontés à la pénible vie à l'alpage; ils devaient aussi faire face aux mauvais esprits qui rôdaient dans la région. La légende raconte que l'armailli Melchior, parti à la recherche d'un veau qui s'était enfui, fut obligé de passer la nuit dans la cabane de Guggialp. Or, on racontait au village que cette demeure tombant en ruines était hantée. L'armailli prit son courage à deux mains et, en explorant la cabane, il tomba à son grand bonheur – car son estomac criait famine – sur un superbe morceau de fromage qu'il mit à chauffer après avoir allumé le fourneau. Soudain, la lucarne s'ouvrit avec fracas et une tête de cochon grimaçante aux yeux injectés de sang apparut dans l'encadrement, avec l'intention de voler le fromage à Melchior. L'armailli se mit à trembler dans son bredzon mais ne flancha pas. Comme le monstre continuait de le harceler, Melchior se

mit en colère. Il saisit fermement la spatule à fromage et donna un coup sur les doigts boudinés du cochon. « Ôte tes jambonneaux de là, gros plein de soupe! », cria-t-il. « Entre si tu oses, ou bien fiche le camp! » D'un bond, le monstre se trouva dans la pièce et émit un ricanement porcin. Le courageux armailli ne se laissa toutefois pas démonter pour autant et retourna s'occuper de son fromage. Lorsque la créature vit Melchior faire fondre le fromage et en prélever des couches de pâte onctueuse et odorante, il mit son pied à rôtir dans le feu et le proposa à l'armailli. Celui-ci resta ferme, contrairement à son fromage: « Mange de ton côté et laisse-moi manger du mien! », sermonna-t-il l'esprit indésirable. Le monstre entra alors dans une colère noire. Il hurla, fit du tapage et s'énerva tellement qu'il partit finalement en fumée dans la cheminée. Eh oui: la vie des armaillis aurait été bien pénible sans une raclette savoureuse et revigorante à se mettre sous la dent juste au bon moment!

(d'après Johannes Jegerlehner, Edition Olms)



Stratégie

La stratégie de marketing introduite en 2011 présente la raclette comme un repas traditionnel que l'on savoure chez soi, dans une ambiance chaleureuse. La nouvelle campagne générique de Raclette Suisse « Raclette. Savoureuse et conviviale. » s'appuie sur l'image bien ancrée de la consommation dans les ménages. La nouvelle orientation stratégique a pour priorité la consommation hivernale. En complément, à l'approche de la Fête nationale, des mesures appropriées invitent à manger de la raclette en été aussi. Le marketing a pour groupes cibles les adultes de 25 à 35 ans à la recherche d'expériences authentiques ainsi que les jeunes familles. Le positionnement de Raclette Suisse se fait principalement par des messages évocateurs de bien-être, de convivialité et de plaisir gustatif.



Activités 2013

Raclette Suisse a dépensé au cours de l'année sous revue environ les trois quarts de son budget en spots télévisés, en mesures de promotion des ventes dans le commerce de détail et pour le développement des marchés à l'export:

- **Spots TV**

La campagne de relations publiques « Raclette. Savoureuse et conviviale », avec trois vagues de quatre semaines à la télévision en janvier/février, juillet et octobre, a eu un impact publicitaire bon à très bon.

- **Dégustations**

En 2013, l'Association Raclette Suisse a organisé dans le commerce de détail quelque 500 journées de dégustation. Servis sur place par du personnel spécialement formé, les consommateurs y ont reçu des informations sur la diversité du délicieux assortiment. Un flyer contenant des recettes et un concours les incitait à participer et à goûter les gourmandises chez eux à l'occasion d'une raclette conviviale.



- **Exportations**

Le développement des marchés à l'exportation que sont l'Allemagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg s'effectue au moyen de mesures de promotion limitées dans le temps. En Allemagne, par exemple, la promotion estivale consistait à offrir en cadeau un poêlon à grill pour chaque achat de deux emballages de fromage à raclette; cette campagne a eu un succès phénoménal. Les mesures servent à augmenter la notoriété du Raclette Suisse et à le démarquer de la concurrence au travers de sa qualité convaincante.





Des mesures complémentaires ont été mises en œuvre:

- **Parrainage de cinémas open air**

Près de 24 000 spectateurs, sur un total de 160 000, ont savouré une raclette de juin à août 2013 sous le ciel étoilé en visionnant un film passionnant. Outre l'offre pour une soirée raclette conviviale, le fameux spot des pêcheuses, des cartes-concours et d'autres moyens de communication ont été activement déployés sur quinze sites.

- **Coopération avec le cirque Knie**

Pour la première fois en 2013, Raclette Suisse s'est associée au fameux cirque Knie. Durant toute la tournée, du 21 mars à fin octobre 2013, les derniers spots pour la raclette ont été diffusés sur les 43 sites où le cirque a fait halte en Suisse.



Cybermédias

- Le site Internet **www.raclette-suisse.ch** est mis à jour en permanence pour répondre aux besoins des consommateurs. Il contient des informations sur le produit et sa fabrication, une banque de recettes culinaires, une boutique d'articles pratiques et des informations sur la location de fours à raclette et les fournisseurs de fromage à raclette les plus proches. Dans la rubrique « Divertissement », l'internaute trouve des concours, les derniers spots TV de Raclette Suisse et des outils pour élaborer ses propres cartons d'invitation.

- **Trois éditions de la newsletter** ont été envoyées à **plus de 80 000 adresses électroniques**; la recette continue de faire ses preuves avec un taux d'ouverture supérieur à 40 %. Les visites sur le site Internet augmentent en conséquence, comme en témoignent la participation élevée aux concours, le téléchargement de nombreuses recettes et les commandes d'articles de la boutique.

- Depuis 2009, les amateurs ont la possibilité d'inviter en ligne leurs amis ou leur famille à une soirée raclette conviviale au moyen du **service personnalisé de cartes d'invitation** électroniques. Cette offre jouit d'une popularité grandissante. Les commentaires des utilisateurs, tous positifs, ont stimulé le développement du concept.



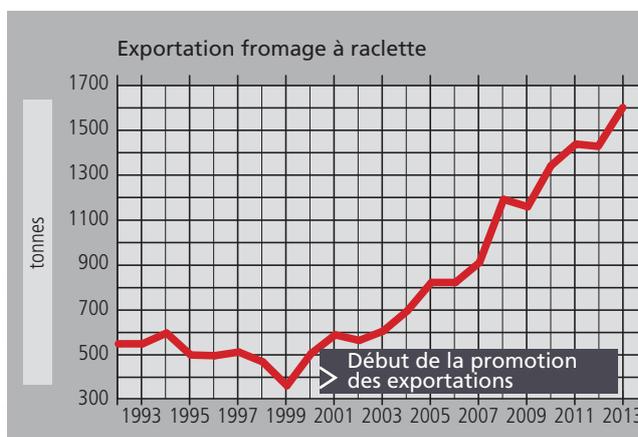
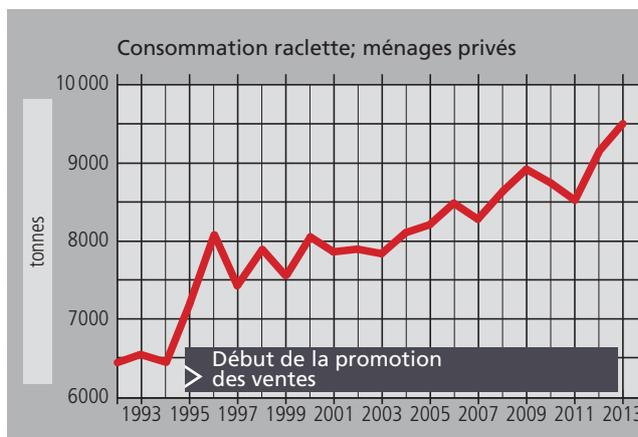
Efficacité publicitaire

Succès de la publicité

Depuis le lancement des mesures de marketing, les ventes de Raclette Suisse aux particuliers ont augmenté de presque 50 %, passant de 6454 tonnes à 9516 tonnes (+3062 t). Le volume des exportations a passé de 358 à 1597 tonnes, soit une augmentation de 1239 tonnes, depuis le début du marketing d'exportation en 1999.

Impact de la publicité

D'après les résultats du contrôle de l'efficacité publicitaire, on constate que la campagne a eu un fort impact, et ce moyennant un coût par contact relativement bas. Dans le domaine de la promotion des ventes, l'organisation de dégustations avec distribution de brochures de recettes, concours, annonces et campagne télévisée a suscité un grand intérêt pour les POS. Les ventes ont fortement augmenté et le consommateur a pu mieux connaître la qualité du produit et la diversité de l'assortiment. En ce qui concerne les mesures d'accompagnement, nous avons obtenu plus de 240 000 contacts supplémentaires grâce à la newsletter et avons envoyé près de 13 500 cartons d'invitation depuis le début. Selon les données disponibles, Raclette Suisse a eu un impact économique et une efficacité publicitaire élevés avec les moyens financiers mis à la disposition du secrétariat. Au vu des résultats, les moyens financiers ont été utilisés avec efficacité. L'Association est cependant bien consciente que le succès relève aussi d'autres facteurs, comme la situation du marché, la conjoncture, la météo, etc.



Perspectives 2014

La campagne « Raclette. Savoureuse et conviviale. » sera poursuivie avec un budget légèrement en hausse:

Première vague

- Spots TV du **13 janvier au 16 février 2014**
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Newsletter avec concours d'hiver

Deuxième vague

- Spots TV du **21 juillet au 17 août 2014**
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Promotion on-pack et annonces: 500 entrées de cinéma open air gratuites à gagner
- De fin juin à fin août 2014: cinéma open air avec spot « ON S' RÉGALE. » et raclette sur place.
- Newsletter avec concours d'été

Troisième vague

- Spots TV du **29 septembre au 26 octobre 2014**
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Nouveau design du site Internet Raclette Suisse
- Newsletter avec concours de Noël



Membres

Entreprise	Rue / Lieu	Téléphone / Fax	Courriel / Web
Berg-Käserei Gais	Zwislenstrasse 40 9056 Gais	T 071 793 37 33 F 071 793 37 83	gais@bergkaeserei.ch www.bergkaeserei.ch
Crema SA	Case postale 167 1701 Fribourg	T 026 407 21 11 F 026 407 21 25	info@crema.ch www.crema.ch
Emmi Käse AG	Habsburgerstrasse 12 6002 Luzern	T 041 227 27 27 F 041 227 27 37	info@emmi.com www.emmi.com
Imlig Käserei Oberriet AG	Staatsstrasse 163 9463 Oberriet	T 071 761 11 10 F 071 761 10 14	urs.imlig@imlig.com www.imlig.com
Käserei Hüpfenboden	Hüpfenboden 3555 Trubschachen	T 034 402 13 12 F 034 495 66 80	info@huepfenboden.ch www.huepfenboden.ch
Käse Thurgau AG	Landstrasse 9 8580 Hagenwil b. Amriswil TG	T 071 411 15 59	info@mueller-thurgau.ch www.mueller-thurgau.ch
Küssnachter Dorfkäserei GmbH	Greppenstrasse 57 6430 Küssnacht	T 041 850 44 44 F 041 850 44 45	mail@kuessnachter.ch www.kuessnachter.ch
Milco SA	Route Principale 122, c.p. 1642 Sorens	T 026 915 90 12 F 026 915 90 18	administration@milco.ch www.milco.ch
Oberli Christian	Käserei Rislen 9512 Rossrüti-Wil	T 071 911 14 22 F 071 911 62 49	oberli-kaese@thurweb.ch www.oberli-kaese.ch
Rodolphe-Diffusion Sàrl	Case postale 224 1347 Le Sentier	T 021 845 60 65 F 021 845 60 28	rodolphe.diffusion@hotmail.com www.delicemaitrerodolphe.com
Säntis Käserei Linden	Linden 4 9300 Wittenbach	T 071 298 34 43 F 071 298 17 11	info@saentis.ch www.saentis.ch
Seiler Käserei AG	Bitzighoferstrasse 11 6060 Sarnen	T 041 660 80 40 F 041 660 89 43	seiler@raclette.ch www.raclette.ch
Sepp Brülisauer Käse AG	Unterdorf 6 5444 Künten	T 056 496 33 61 F 056 496 48 10	chaesi-kuenten@bluewin.ch www.chaesi-kuenten.ch
Strähl Käse AG	Bahnhofstrasse 1 8573 Siegershausen	T 071 678 11 11 F 071 678 11 12	info@straehlkaese.ch www.straehl.ch
Urs Preisig	Rietwies 8499 Sternenbergr	T 052 386 12 76 F 052 386 22 42	urs.preisig@kaeserei-preisig.ch www.kaeserei-preisig.ch
Vallait SA	Ile Falcon 5 3960 Sierre	T 027 452 38 00 F 027 452 38 20	info@valait.ch www.valait.ch
Walker AG	Käsehandel en gros 3982 Bitsch	T 027 927 40 30 F 027 927 40 04	alexander.walker@walker-ag.ch www.walkerag.ch

(état: mars 2014)

Secrétariat

Nom / Fonction	Adresse	Téléphone / Fax	Courriel
Tschumi Markus Directeur	Secrétariat Raclette Suisse Weststrasse 10 3000 Bern 6	T 031 359 53 25 F 031 359 58 51	m.tschumi@raclette-suisse.ch
Pachali Daniela Assistante de direction	Secrétariat Raclette Suisse Weststrasse 10 3000 Bern 6	T 031 359 54 12 F 031 359 58 51	d.pachali@raclette-suisse.ch



Commandes boutique	T 031 359 57 28
Évènements	T 031 359 57 79
Location de fours à raclette	T 031 359 57 79
Internet	www.raclette-suisse.ch
Courriel	info@raclette-suisse.ch



