

Rapport annuel 2020



Éditorial



Jürg Simon
Président



Jürg Kriech
Directeur



Daniela Pachali
Assistante de direction

L'année 2020 restera dans les annales comme une année éprouvante de pandémie. Le système de santé a touché à ses limites, et le commerce de détail suisse a été réellement ébranlé. Les mesures pour endiguer l'épidémie de Covid-19 – en particulier le semi-confinement instauré de mars à mai – ont eu de lourdes conséquences sur l'évolution des recettes et des chiffres d'affaires dans la branche. Malgré cette conjoncture, l'Association Raclette Suisse a bouclé l'année sur un bilan positif. La fermeture temporaire des frontières et l'incitation au télétravail y ont contribué. L'augmentation du tourisme intérieur et la tendance à cuisiner plus souvent à la maison ont boosté les ventes dans le commerce de détail et favorisé la consommation de fromage à raclette. La consommation privée de raclette en Suisse a augmenté d'au moins 12 %, ce qui a largement compensé la baisse des ventes dans le secteur de la restauration.

En raison de la fermeture temporaire des restaurants, il a fallu adapter la production. La demande en meules entières a connu un creux, tandis que celle de fromage en tranches a fortement augmenté. En dépit des efforts de planification déployés, les stocks étaient quasiment vides vers la fin de l'année. Toutefois, la branche a pu assurer la livraison de fromage correctement affiné au commerce de détail.

Durant l'exercice sous revue, les exportations de Raclette Suisse ont augmenté de près de 6 % – un record. Ces ventes supplémentaires ont été réalisées en Europe. Le fromage à raclette suisse ne cesse d'y gagner du terrain, en particulier en Allemagne. À l'extérieur de l'Europe, les ventes ont légèrement reculé.

L'Association Raclette Suisse est reconnaissante d'avoir connu une bonne année dans un contexte pourtant compliqué. Nous remercions nos client-es, nos partenaires et nos collaborateurs-trices pour la confiance qu'ils nous témoignent depuis de nombreuses années, pour leur fidélité et pour leur précieux soutien. Dans les années à venir, Raclette Suisse continuera de s'investir pour permettre au fromage suisse le plus convivial qui soit de conquérir des parts de marché. De belles perspectives s'offrent à nous!

Sincères salutations,

Jürg Kriech
Directeur de Raclette Suisse

SOMMAIRE

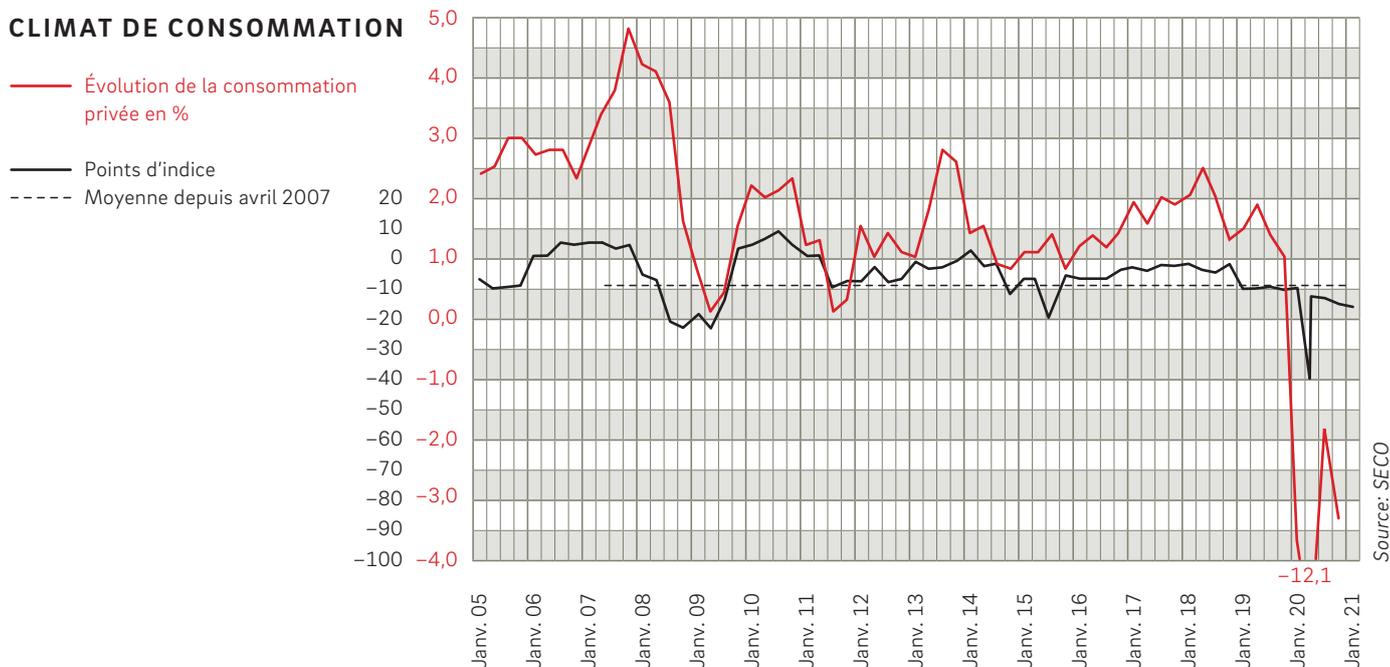
Situation économique		
Rétrospective 2020.....	2	
Perspectives 2021.....	3	
Organisation	4	
Produit	5	
Histoire	6	
Stratégie	7	
Activités en 2020		
Campagnes	8	
Réseaux sociaux	9	
Marketing par e-mail, promotion on-pack	10	
Promotion des ventes	11	
Sponsoring	12	
Exportation	13	
Publicité		
Perspectives 2021.....		14
Membres		16
Secrétariat		18

Situation économique

Rétrospective 2020

L'année 2020 a été marquée par la pandémie de Covid-19 et par les mesures de protection qui en ont découlé. Vers fin février, le nombre de cas a augmenté en Italie; en Suisse, un premier cas de coronavirus a été reporté le 24 février. Ces événements ont fait naître un sentiment d'insécurité qui a poussé les consommateurs·trices à constituer des réserves. Le 16 mars 2020, le Conseil fédéral a décrété la fermeture des frontières, de tous les bars et restaurants, ainsi que des commerces non essentiels. Le tourisme d'achat a subitement cessé. Selon les estimations des économistes du CS, il s'est élevé au total à quelque 6 milliards de francs en 2020, soit 25 % de moins qu'en 2019. Une situation qui a profité au commerce de détail suisse: en mars, avril et mai, les segments alimentaire et non alimentaire ont affiché une croissance de 20 % par rapport à la même période de l'année précédente. Les heures d'ouverture réduites dans les restaurants et la limitation du nombre de client·es ont assuré de bonnes ventes aux commerces alimentaires, même pendant la deuxième vague survenue à l'automne.

CLIMAT DE CONSOMMATION



Dans le domaine non alimentaire, à l'inverse, les canaux de vente stationnaires se sont retrouvés à l'arrêt au printemps, si bien que les chiffres d'affaires ont connu une chute historique aux mois de mars (-21 %) et d'avril (-40 %) par rapport à 2019. L'instauration du semi-confinement a fait bondir le nombre de chômeurs. Les indemnités fédérales pour le chômage partiel ont cependant permis d'atténuer l'impact des mesures sanitaires sur l'emploi. Suite à la fermeture de certains segments dans le commerce de détail non alimentaire de mi-mars à mi-mai, de nombreux client·es se sont vus contraints d'acheter en ligne. En 2020, les ventes en ligne ont ainsi augmenté de 55 %. À partir du 11 mai, le secteur de la restauration a de nouveau été autorisé à servir ses client·es et les frontières ont rouvert le 15 juin. Du fait de cette longue attente, les ventes ont explosé à la réouverture des magasins. Les articles de jardin et les accessoires auto, ainsi que le segment des loisirs, en particulier, ont atteint des chiffres record.

Perspectives 2021

En raison des mutations actuelles du virus et des éventuelles mesures qui seront prises ou renforcées pour contenir leur propagation, il est très difficile de faire des pronostics. On peut toutefois raisonnablement affirmer que la pandémie continuera d'influencer le comportement des consommateurs·trices suisses au cours des prochains mois. La pression qui pèse sur le Conseil fédéral est très forte: le pays aspire à un assouplissement des mesures actuelles afin de limiter les dommages économiques. Pour le commerce de détail suisse stationnaire, les choses ont déjà considérablement évolué en un an du fait des changements observés dans la mobilité et le comportement d'achat. De plus en plus de détaillants optent désormais pour le commerce omnicanal. Il s'agit pour eux de continuer à accompagner et à fidéliser la clientèle en magasin, mais aussi de plus en plus sur leur shop en ligne ou en passant par des marchés en ligne (marketplace).



L'annulation des grandes manifestations, comme le carnaval de Bâle ou les foires grand public, la progression du télétravail ainsi que les interdictions de rassemblement dans l'espace public entraînent nécessairement une baisse du flux de piétons dans les centres-villes. Par conséquent, certains commerces ferment, en particulier ceux qui se trouvent sur les rues moins passantes. C'est alors un cercle vicieux: les locaux vides font baisser l'attractivité du centre-ville, si bien que les consommateurs·trices y viennent moins souvent et que la fréquentation diminue encore. Cela n'affecte pas que les commerces; c'est bien la ville toute entière qui est touchée. Afin d'y remédier, il est nécessaire de prendre des mesures coordonnées, impliquant à la fois les commerçants et les autres prestataires de service qui attirent du monde en ville.

Pour la deuxième fois consécutive, Fuhrer & Hotz a réalisé un sondage spécifique auprès des CEO des plus grandes enseignes du commerce de détail suisse. Celui-ci portait sur la planification des surfaces de vente. Le résultat est frappant: 81% des détaillants interrogés vont, par choix ou par obligation, adapter leurs surfaces en 2021. Les représentants des secteurs alimentaire/para-alimentaire s'efforcent de poursuivre leur expansion en ouvrant de nouveaux sites. Dans le secteur non alimentaire, la situation est très hétérogène. Par exemple, pour des raisons de coût, près d'un tiers des enseignes doivent fermer certains sites ou réduire leur surface afin d'être plus rentables.

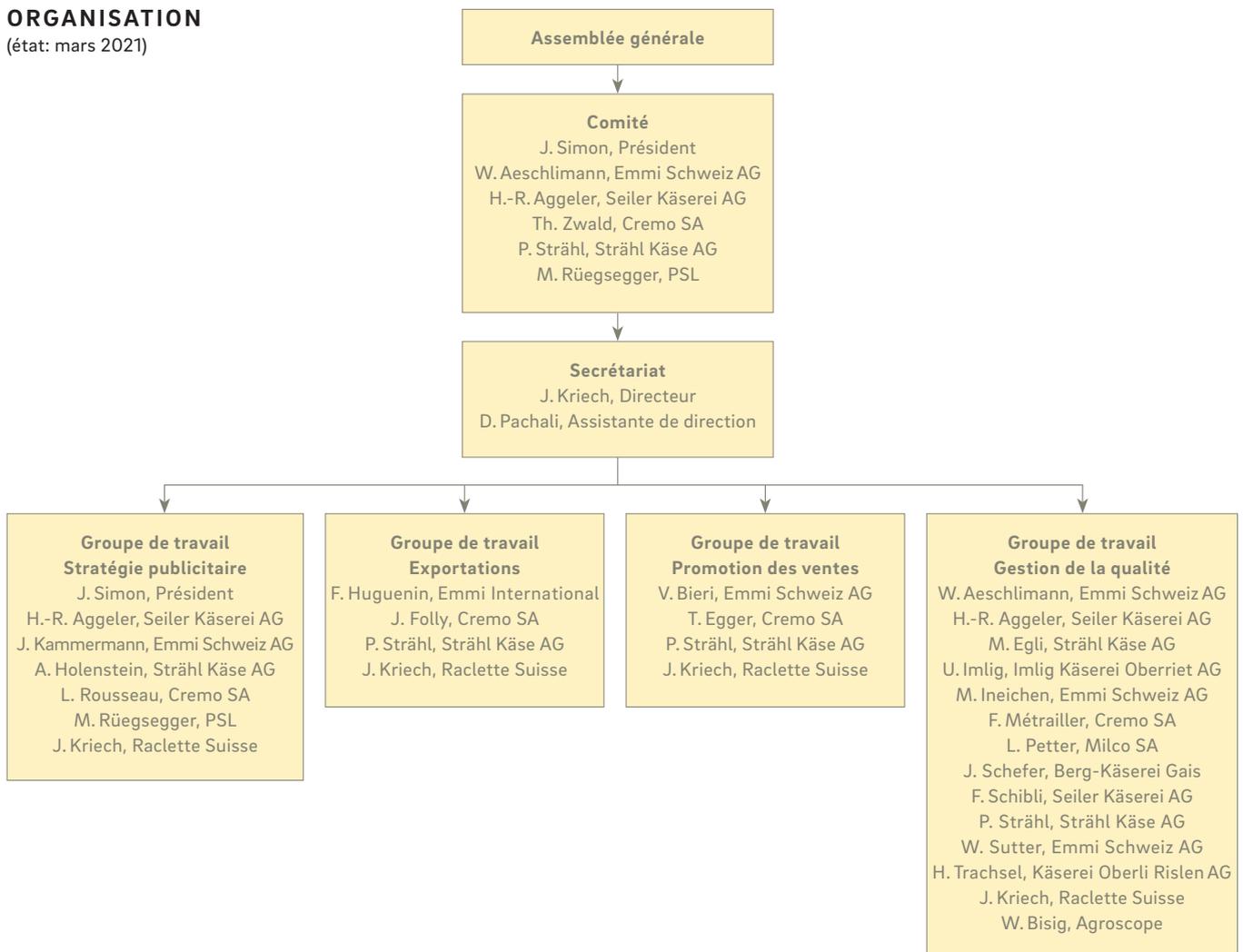
Organisation

En 1994, les producteurs de fromage à raclette suisse ont décidé de se regrouper pour former l'Association Raclette Suisse. Cette dernière a pour but une promotion commune des ventes, une protection efficace de la marque et une assurance-qualité permanente du Raclette Suisse®. Le secrétariat est une petite structure qui compte 1,5 poste. Pour mener à bien l'ensemble des tâches, il collabore avec différents groupes de travail et prestataires externes. Le comité est composé du président, de quatre représentants des fromagers-ères et d'un représentant des producteurs-trices suisses de lait. Il détermine et contrôle l'utilisation du budget ainsi que la réalisation des objectifs dans le cadre de la stratégie marketing.

En 2020, quatre fabricants de fromage à raclette ont rejoint l'association. À la fin de l'année, l'Association Raclette Suisse comptait au total 34 membres.

ORGANISATION

(état: mars 2021)



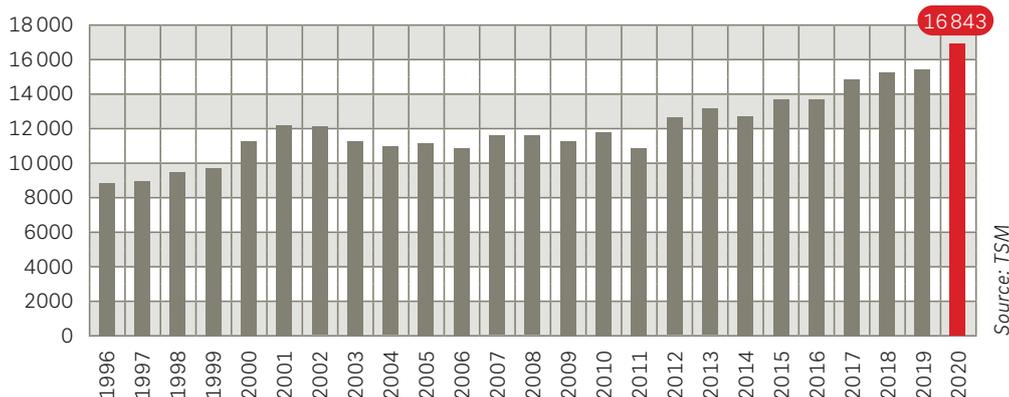
Produit

Depuis 26 ans, l'Association Raclette Suisse s'engage pour maintenir la raclette, plat national par excellence, à un haut niveau de qualité. Avec le temps, la production annuelle n'a cessé de croître, passant de 8943 tonnes en 1994 à 16 843 tonnes en 2020 (+7900 t / +88 %). Durant l'année sous revue, la quantité de fromage produite a augmenté de 1150 tonnes par rapport à 2019 (7,3 %).

PRODUCTION

de fromage à raclette suisse

Volume de production en tonnes

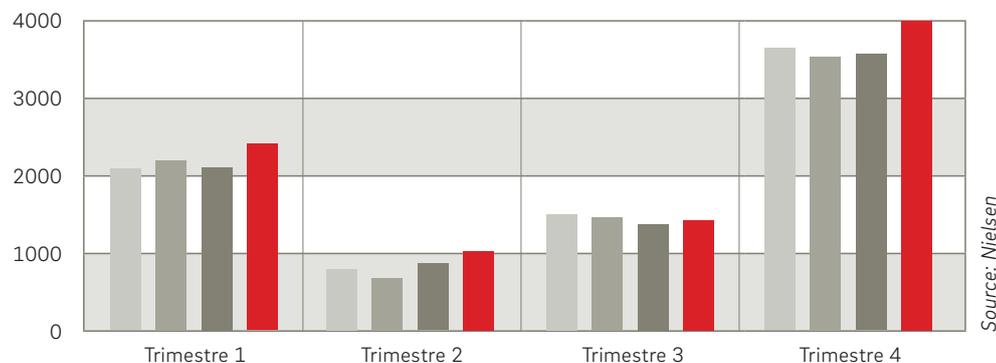


Le Raclette Suisse® est un délice 100 % suisse. Fabriqué avec du lait frais par des mains expertes, il surprend par sa grande diversité. Il peut être doux ou plus corsé, nature ou parfumé avec des ingrédients de choix. Notre marque garantit un fromage naturel sans lactose ni additifs. Seules des présures d'origine microbienne ou végétale sont autorisées pour sa fabrication, ainsi que la traditionnelle présure de veau. Le recours aux organismes génétiquement modifiés (OGM) est strictement interdit. En bref: le Raclette Suisse® est une œuvre de la nature. En Suisse, c'est l'un des fromages les plus appréciés. Sa consommation annuelle s'élève à environ 1,5 kilo par personne. Pour le déguster, il existe différents modèles de four, des plus traditionnels aux plus modernes. Notre fromage se savoure aussi en plein air, dans la nature, offrant une expérience unique: raclé directement sur la demi-meule au-dessus du feu ou fondu par tranches dans des poêlons à gril, il révèle sa magie naturelle et procure à chaque fois le même plaisir. En famille ou entre amis, la raclette rassemble dans la bonne humeur. C'est un repas qui réchauffe les cœurs et crée des liens – en plus d'être un régal!

CONSOMMATION TOTALE

de raclette par les ménages

Consommation en tonnes



Par rapport à l'année 2020, la consommation des ménages suisses a augmenté, passant de 7854 tonnes à 8815 tonnes (+961 t / +12,2 %).

Histoire



Chaque année, de nouvelles variétés de raclette font leur entrée sur le marché.

Aujourd'hui, le plaisir de faire fondre du fromage à raclette, sous une forme traditionnelle (demi-meule) ou plus moderne (poêlons), est connu bien au-delà de nos frontières. Mais il n'en a pas toujours été ainsi. Il aura fallu attendre la découverte de la coagulation par action de la présure pour que l'on puisse fabriquer une meule solide et donc transportable. Ce fromage se conservait également plus longtemps et constituait une réserve de nourriture. Plus il vieillissait, plus il développait d'arômes. Au Moyen-Âge, plus précisément à partir du début/milieu du XI^e siècle et jusqu'au milieu du XIII^e siècle, on fabriquait du fromage à raclette essentiellement dans les régions alpines. En Suisse centrale, mais aussi dans les régions limitrophes de l'Oberland bernois et en Valais, ce fromage «rôti», comme on l'appelait, était un aliment de base. Lorsque la saison d'estivage touchait à sa fin, les alpagistes coupaient une meule en deux et chauffaient la tranche au-dessus des braises jusqu'à ce qu'une croûte pleine de saveur se forme. Ils raclaient alors la partie fondue au-dessus d'une assiette et dégustaient ce mets revigorant à plusieurs, dans une atmosphère conviviale. Facile à conserver, ce fromage était aussi très prisé pour ses autres fonctions: il était servi aux convives, utilisé comme moyen de paiement ou échangé lors d'un troc.

Le nom de «raclette» a été officiellement introduit en 1874. Dérivé du mot «racler», il décrit aujourd'hui encore très bien le mode de préparation typique de ce fromage lors des repas de fête ou dans la restauration. Le mot «raclette» en soi n'est pas protégé. C'est pourquoi aujourd'hui, la France, l'Autriche, l'Allemagne, la Finlande et les États-Unis produisent eux aussi ce fromage. En Suisse, sa fabrication est devenue cependant un art à part entière, en cela que chaque producteur·trice déploie toutes ses connaissances et tout son savoir-faire pour transformer du lait suisse d'excellente qualité en un fromage d'exception. Le Raclette Suisse® est, depuis de nombreuses années, l'un des fromages suisses les plus populaires. Il est aussi devenu un grand classique lorsqu'il s'agit de partager un bon repas dans une ambiance conviviale.

Stratégie

Notre stratégie est axée sur l'intensification de la demande et la consommation de fromage à raclette en hiver. Nous attirons l'attention de la clientèle sur les produits de Raclette Suisse au moyen de spots télévisés et de dégustations de raclette dans les principaux canaux de vente. En outre, afin de promouvoir la consommation de raclette en été et en automne, nous publions des annonces, organisons des promotions avec des poêlons à gril en cadeau et menons des campagnes en ligne. Notre marketing cible prioritairement les adultes de 25 à 35 ans, qui aiment organiser des événements ou y participer, ainsi que les jeunes familles.



Une expérience culinaire dans les airs à bord de la télécabine Raclette Suisse.

La gestion de la marque sur les canaux numériques est un élément de plus en plus important: l'année 2020 nous l'aura particulièrement montré, puisque de nombreux événements et dégustations ont été annulés à cause de la pandémie. Dorénavant, nous souhaitons donc nous appuyer davantage sur le marketing d'influence et faire appel à notre ambassadeur de marque, TRAUFFER, ainsi qu'à d'autres micro- et macro-influenceurs, dans le but d'atteindre au mieux notre groupe cible. Ce faisant, nous voulons attirer l'attention des consommateurs-trices, répondre à leurs besoins, leur faire des offres et favoriser les interactions positives. Il s'agit également d'augmenter la visibilité de la marque Raclette Suisse®, le trafic sur notre site web et les ventes en ligne, mais aussi de promouvoir la consommation de raclette toute l'année.

Activités en 2020

En 2020, l'Association Raclette Suisse a ciblé essentiellement les jeunes adultes et les familles avec ses mesures de communication. Au cours de l'année, alors que la pandémie a suscité un nouvel engouement de la population pour la cuisine, Raclette Suisse a également cherché à atteindre les personnes à la tête d'un ménage ou aimant simplement cuisiner. Ces groupes cibles importants pour la consommation de fromage à raclette ont pu être atteints grâce à des moyens publicitaires classiques, tels que des spots TV et des annonces, mais aussi par des dégustations, des applications de liste de courses, des mesures sur les réseaux sociaux et le web, et de la publicité à l'extérieur du domicile (out of home).

Campagnes

TV

Comme en 2019, trois campagnes de Raclette Suisse, différentes selon la saison, ont été diffusées à la télévision; les téléspectateurs ont été informés des actions spéciales dans le commerce de détail au moyen de tag ons.

Sponsoring TV

Nous avons pu renforcer notre présence à la télévision en sponsorisant l'émission suisse-alsacienne *Bauer ledig sucht* de juillet 2020 à février 2021. Ce sponsoring a permis d'effectuer au total quatre placements de produits et de faire de la publicité sous diverses formes: billboard, logo, panneau des partenaires, cut-in et posts sur les réseaux sociaux.

Digital out of home (DOOH)

Afin d'inciter à la consommation de fromage à raclette en été et en prévision des grillades privées traditionnellement organisées le 1^{er} août, Raclette Suisse a lancé plusieurs campagnes digitales out of home en Suisse romande et alsacienne. Notre action «Deux poêlons à grill pour le prix d'un» a été mise en avant sur les panneaux numériques dans les Coop Pronto, les magasins Migros et les stations-service. Ces mesures ont été accompagnées de publicité sur Google, de bannières, de posts sur les réseaux sociaux et de vidéos sur YouTube.

Campagnes en ligne

Nos campagnes en ligne ont été diffusées toute l'année sous forme de publicité Google, de bannières et de vidéos. Face à la hausse de la demande de recettes observée en Suisse, nous avons lancé des campagnes de recettes de quatre semaines sur différents canaux à la fin du mois d'avril, ainsi que sur le portail d'information nau.ch pendant la période de l'avent. Ces campagnes de grande portée nous ont permis, entre autres, d'atteindre des taux de clic élevés dans la banque de recettes de Raclette Suisse.

Working Bicycle

Du 29 août au 12 septembre 2020, 69 cyclistes ont circulé dans la ville de Zurich avec, à l'arrière de leur vélo, un caisson publicitaire Working Bicycle faisant la promotion de Raclette Suisse. L'action «Deux poêlons à grill pour le prix d'un» était représentée sur les cinq faces des caissons. Grâce à ces vélos, notre message a été relayé sur 4188 kilomètres dans toute la ville de Zurich.



Digital Out of Home: les panneaux numériques installés notamment dans les centres commerciaux ont mis en avant la promotion estivale sur les poêlons à grill.

Un duo très apprécié: fromage à raclette et chips tortillas



Caissons publicitaires sur les vélos: un moyen dynamique et écologique pour Raclette de diffuser ses messages publicitaires dans les régions urbaines.

Réseaux sociaux

Outre le travail fructueux réalisé sur Facebook, où elle a presque atteint les 30 000 fans, Raclette Suisse a considérablement augmenté son nombre de posts et de vidéos par semaine sur Instagram en 2020.

Afin de dynamiser la consommation de raclette en été, l'association a lancé le Raclette Grill Challenge sur ses pages Facebook et Instagram en juillet 2020. L'activité a été réalisée en collaboration avec TRAUFFER pour la publicité témoignage. Après un premier appel à participation sous la forme d'un concours, cinq candidat-es ont été sélectionné-es pour relever le défi face à notre ambassadeur de marque. Lors des quatre étapes qui ont suivi, les cinq participant-es ont produit de nombreuses photos et vidéos, démontrant leur talent au barbecue, se livrant à des échanges verbaux amusants avec TRAUFFER grâce à la fonction «commentaire», mettant en scène les poêlons à grill et suscitant la curiosité de la communauté pour leurs recettes.



TRAUFFER a lancé le Raclette Grill Challenge. Cinq participant-es ont relevé le défi et présenté des recettes créatives à réaliser sur le grill.

La campagne a généré plus de 2,4 millions d'impressions et près de 23 000 interactions. Face à ce succès, il a été décidé de mener une campagne similaire de plus grande envergure durant l'été 2021.

Application de liste de courses «Bring!»

À la fin de l'année, avec la deuxième vague de coronavirus, le thème de la cuisine maison est revenu en force. En raison de l'augmentation des achats observée dans les ménages, Raclette Suisse a lancé deux campagnes de quatre semaines sur Bring!, une application de liste de courses. Grâce à des mots-clés ciblés, au placement d'un bouton «Raclette Suisse» et à la publication de recettes à base de fromage à raclette, nous avons pu atteindre la clientèle chez elle lorsqu'elle planifiait ses achats. Au total, du fromage à raclette a été ajouté 7716 fois à la liste de courses. Les recettes publiées ont généré plus de 4,9 millions d'impressions.

Afin d'offrir une valeur ajoutée et un service commode aux utilisatrices, nous avons intégré le bouton Bring! dans la banque de recettes de Raclette Suisse. Il suffit de posséder l'application et de cliquer sur ce bouton pour que tous les ingrédients de la recette sélectionnée soient transférés sur la liste de courses.



L'application Bring! est un outil pratique pour planifier ses achats et trouver des idées de recette.

Marketing par e-mail

Dans le domaine du marketing par e-mail, Raclette Suisse a réalisé sept newsletters personnalisées en 2020, chacune envoyée à plus de 125 000 destinataires. Les taux d'ouverture se situaient en moyenne à 37% et ont nettement augmenté le nombre de visiteurs sur le site web www.raclette-suisse.ch, en français comme en allemand.

Promotion on-pack

En mai et en juin 2020, nous avons reconduit une promotion on-pack dans les magasins Coop: un petit dépliant a été collé sur 240 000 emballages de Raclette Suisse. L'achat d'un paquet de fromage à raclette permettait de participer au jeu concours afin d'essayer de gagner l'une des 250 entrées pour deux personnes valables dans les cinémas open air. Plus de 20 000 personnes ont participé au concours.

Raclette d'alpage avec pâtes et lard

POUR 4 PERSONNES

Four à raclette et poêlons

- 600 - 800 g de fromage à raclette, en tranches
- 200 - 300 g de pâtes cuites au préalable, par ex. des cornettes ou des spirales
- 2 - 4 cs de crème à ribir ou d'huile
- 8 tranches de lard, coupées en deux
- Légumes au vinaigre Chirat (Mixed Pickles, cornichons, petits oignons, etc.)
- pain
- 600 g de pommes de terre en robe des champs, à servir chaudes, selon les goûts

PRÉPARATION

1. Mélanger les pâtes avec la crème à ribir ou l'huile. En mettre une portion dans le poêlon, faire revenir. Recouvrir de fromage à raclette et de lard, laisser fondre.
2. Servir. Servir avec des légumes au vinaigre.

Tout pour une raclette délicieuse

chirat

Seuls les plus croquants vont dans le bocal. Les cornichons Chirat sont croqués pour leur croquant depuis des décennies. Les «Chirat Cornichons à l'ail» sont relevés par une subtile pointe d'ail qui vous procure un plaisir gustatif inédit. Vous souhaitez mettre un peu de piquant dans votre cuisine? Les «Chirat Cornichons au piment» ont le goût intense du piment et sont légèrement épicés – juste comme il faut.

Risque d'addiction. Les «Chirat Oignons Borettan» allient à merveille le vinaigre balsamique de Modène et une délicieuse ailgour, sans oublier le croquant typique de Chirat. Ils sont l'accompagnement parfait de vos plats savoureux mais vous en raffolerez aussi pour vos en-cas.

www.chirat.ch

Une qualité toujours très appréciée

Fabriqué artisanalement à base de lait suisse de première qualité. Affiné naturellement pendant trois mois minimum. Goût corsé et consistance crémeuse. Fondant à souhait, sans rejeter de graisse.

Sans ajout de conservateurs. La tresse se dégate également!

Raclette Suisse, naturellement. Seuls les produits de la marque Raclette Suisse® sont garantis 100% naturels et exempts d'additifs, sans présence fabriquée par génie génétique ni micro-organismes génétiquement modifiés. Notre fromage ne contient pas de lactose (moins de 0,1 g/100 g) et est en outre riche en bonnes protéines, en acides aminés essentiels, en calcium et en phosphate. Enfin, le fromage à raclette est une bonne source de vitamines A, D, B2 et B12.

Suivez nous sur Instagram www.raclette-suisse.ch/fr Facebook

Nos recettes préférées

Bonne humeur et convivialité assurées

chirat

Wraps au fromage à raclette

POUR 8 WRAPS

- 1 plaque de four
- papier sulfurisé
- cure-dents
- serviettes
- 1 paquet de 8 tortillas de blé souples

Farce

- 250 g de fromage à raclette en tranches coupées en bâtonnets
- 8 tomates séchées à l'huile coupées en lamelles
- 80 g de cornichons Chirat coupés en tranches
- 1/2 poireau coupé en fines rondelles
- 100 g de jambon en tranches coupé en lamelles
- 4 cs de pesto aux herbes

Conseil: afin que le fromage dégoûtine moins, déposer un petit plat à gratin sur la plaque et utiliser le pour incliner les wraps.

POUR 8 BROCHETTES

Par exemple: Variante hivernale

- 300 g de fromage à raclette coupé en dés
- 8 petits oignons Chirat
- 8 oignons au vinaigre balsamique Chirat
- 8 cornichons Chirat

PRÉPARATION

Durée de préparation: 20 minutes

Pics à brochettes en bois

Piquer joliment les différents ingrédients sur les brochettes.

Calzone au fromage à raclette de TRAUFFER

POUR 4 PORTIONS

- 320 g de pâte à pizza (abaissée ou rien)
- 4 cs de sauce tomate
- 1 oignon haché
- 150 g de fromage à raclette en tranches
- quelques cornichons coupés en tranches, par ex. de Chirat

PRÉPARATION

Durée de préparation: 10 minutes

Cuisson: 10 minutes

Four à raclette ou grill

Farine pour abaisser la pâte

1. Couper la pâte à pizza en 4 morceaux, les abaisser en galettes de 20 cm de diamètre sur un plan de travail bien fariné.
2. Badigeonner de sauce tomate en laissant un bord de 1,5 cm tout autour.
3. Garnir la moitié des galettes avec l'oignon et le fromage à raclette, badigeonner le bord d'un peu d'eau. Plier par-dessus l'autre moitié de la pâte, bien fermer le bord. Enfoncer quelques tranches de cornichons dans la pâte.
4. Avec une fourchette, piquer une fois la calzone sur le côté pour permettre à la vapeur de s'échapper et à la pizza de rester plate, placer dans le poêlon.

Préparation au grill à charbon de bois ou à gaz: placer le poêlon à grill sur le grille du grill, placer la calzone dans le poêlon et griller environ 5 - 8 minutes de chaque côté, en fonction de la température.

Voir la recette en vidéo avec TRAUFFER: raclette-suisse.ch/fr

Poêlons tortillas et fromage à raclette

POUR 4 PERSONNES

- 600 - 800 g de fromage à raclette en tranches
- 200 g de maïs dans le poêlon. Recouvrir de fromage et laisser fondre dans le four à raclette ou sur le grill.
- 1 bocal de petits oignons Chirat
- 1 bocal de cornichons au vinaigre balsamique Chirat
- 1 paquet de chips tortillas
- 1 sauce salsa, à volonté

Conseil anti-gaspillage: Les restes de maïs et de haricots peuvent servir à confectionner une délicieuse salade.

Durée de préparation: 10 minutes

Four à raclette et poêlons ou grill et poêlons à grill

1. Déposer des haricots rouges et des grains de maïs dans le poêlon. Recouvrir de fromage et laisser fondre dans le four à raclette ou sur le grill.
2. Servir avec des légumes au vinaigre, des chips tortillas et de la sauce salsa.

Dégustations chez Coop: du fromage fondu Raclette Suisse® accompagné de légumes au vinaigre Chirat.

Promotion des ventes

En 2020, nous avons prévu quelque 500 journées de dégustation, des dégustations en libre-service ainsi que des promotions dans la zone libre chez les grands distributeurs. En raison des mesures de lutte contre le coronavirus instaurées dès le mois de mars, un tiers seulement des dégustations planifiées ont pu avoir lieu.

Afin d'atteindre la clientèle tout de même et de compenser les activités annulées, nous avons distribué des échantillons et mené des campagnes avec l'application Bring! ainsi que sur écran dans les points de vente.

La raclette
Pour un Noël
délicieux

**Chères amies de la raclette,
Chers amis de la raclette,**

L'année 2020, qui touche à sa fin, nous aura tous mis à rude épreuve. Migros, Elsa/Miforma et Raclette Suisse tiennent d'autant plus à vous souhaiter de passer des fêtes de fin d'année dans la joie et l'harmonie. Que la nouvelle année vous apporte bonheur et santé, à vous, à vos proches et à vos amis.

Cordialement,
L'équipe Raclette Suisse

Raclette à la truffe et aux fruits

🕒 PRÉPARER: 15 MINUTES

Pour 4 personnes

- 1 four à raclette et poêlons év. râpe à truffe
- 800 g de fromage à raclette en tranches
- 1-2 oignons rouges coupés en fines lamelles
- 2 poires mûres tranchées finement
- 2 pommes tranchées finement
- 1 truffe ou pesto de truffe piment en poudre, à volonté

Préparation

- 1 Répartir des lamelles d'oignon, de poire et de pomme dans le poêlon, couvrir de fromage à raclette.
- 2 Faire fondre le fromage au four ou au grill.
- 3 Retirer le poêlon de la source de chaleur et parsemer de tranches de truffe ou de pommes. Assaisonner d'un piment en poudre.

Conseil Les produits « Sélection Puré de Truffe » et « Sélection Raclette » sont disponibles chez Migros.

Autres idées de recettes:
raclette-suisse.ch

raclette-suisse.ch

Suivez-nous sur Instagram:
@raclettesuisse

Likez-nous sur Facebook

RACCARD
Raclette Suisse

Raclette
1875

QUALITÉ
SURCHOIX
6 MOIS
D'ÂGE

Raclette
1875

Des échantillons pour remplacer les dégustations: durant la semaine 51, des bâtonnets de raclette et un flyer ont été distribués aux client-es dans les magasins Migros.

Sponsoring

Le 21 février 2020, deux télécabines «Carnotzet à raclette» sont entrées en fonction à Grindelwald-First (Top of Adventure). Habillées dans un style chalet et arborant la marque Raclette Suisse, elles ont été inaugurées dans une ambiance festive en présence de représentant-es des remontées mécaniques de la Jungfrau, de notre ambassadeur TRAUFFER, de quelques gagnant-es du concours et de journalistes. À cette occasion, Raclette Suisse a offert une tranche de pain au fromage fondu à quelque 1000 personnes présentes sur le domaine skiable.

Les deux télécabines resteront en fonction jusqu'à la fin de l'année 2021 et pourront ainsi transporter un très grand nombre de touristes suisses et étrangers jusqu'au sommet.



Sponsoring:
après l'inauguration des télécabines «Carnotzet à raclette», les skieurs-euses ont été invités à déguster une portion de raclette.

Parrainage du cinéma open air

En 2020, les très populaires Coop Open Air Cinema ont à nouveau eu lieu dans 15 endroits différents de Suisse. Le principal changement dû aux mesures sanitaires a été la période prévue pour les projections, qui s'est finalement étendue du 15 juillet au 13 septembre. Des plans de protection appropriés ont été élaborés pour assurer la sécurité des 120 000 visiteurs-euses et leur permettre de profiter du cinéma open air comme à l'accoutumée. Raclette Suisse était présente en tant que partenaire de sponsoring. Outre la diffusion de spots publicitaires sur les écrans, l'organisation d'un concours et la présence de son logo, elle a contribué à l'offre de restauration. Au total, 13 600 portions de raclette ont été vendues.

Refonte du site web et mise à jour du système Typo3

En avril 2020, nous avons lancé les travaux pour la refonte de notre site web et la mise à jour requise du système CMS. Début juillet, notre site était déjà fin prêt dans son nouveau design et a été mis en ligne en français et en allemand. Il réserve bien plus d'espace au langage visuel, le contenu est disposé de manière plus flexible, un carrousel de recettes a été intégré, une bannière de cookies a été ajoutée et les possibilités d'interaction avec les utilisateurs ont été optimisées. Début octobre, nous avons également mis en ligne une version en anglais du site.



Ambiance festive après la soirée de cinéma open air au village de Heidi.

Exportation

L'Association Raclette Suisse soutient ses membres en menant des activités de promotion des ventes sur les marchés d'exportation que sont l'Allemagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg. Elle s'investit aussi de plus en plus sur le marché américain, qui présente un fort potentiel et où la popularité du fromage à raclette ne cesse de croître. Nos exportateurs se déploient également en Asie et en Russie.

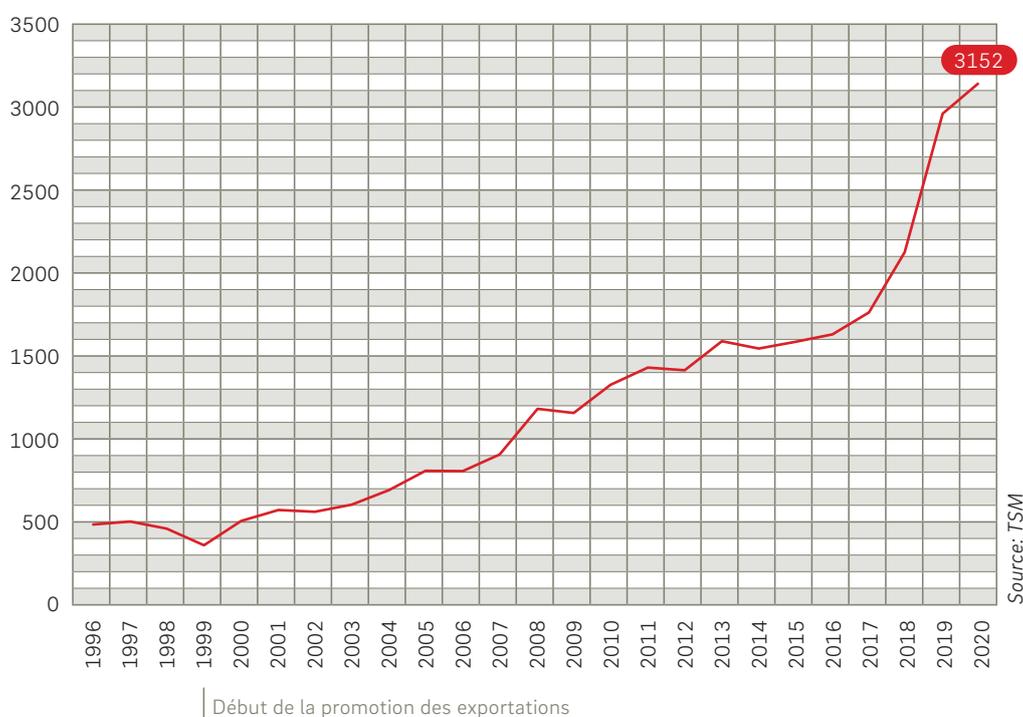
Afin de promouvoir la marque Raclette Suisse® sur les marchés d'exportation, nous avons pris les mesures suivantes durant l'année sous revue:

- Stand à la Semaine verte de Berlin
- Concours avec code gagnant sous la forme d'un petit dépliant collé sur les emballages
- Autocollant «natürlich geniessen» avec concours
- Promotions sur les planchettes pour poêlons et les poêlons à gril
- Campagnes print
- Échantillons de fromage et campagnes en ligne pour les États-Unis
- Participation aux mesures d'accompagnement de Switzerland Cheese Marketing SA

Après une très bonne année sur les marchés étrangers en 2019, les exportations de fromage à raclette suisse ont de nouveau augmenté en 2020, battant des records. Au total, elles se sont chiffrées à 3152 tonnes, soit 175 tonnes de plus qu'en 2019. L'Allemagne, qui a absorbé 1904 tonnes, reste de loin le plus important marché d'exportation.

EXPORTATIONS de fromage à raclette suisse

Exportation en tonnes



En 2020, les exportations ont battu un nouveau record avec un total de 3152 tonnes (+175 t / +5,9%).

Publicité

Perspectives 2021

Nous avons prévu toute une série de mesures pour l'année 2021, à savoir des activités de communication sur nos canaux classiques et numériques, des dégustations, des promotions et des manifestations. Elles visent à rendre la marque Raclette Suisse® plus visible et plus vivante et à inciter les client-es à acheter nos produits.

Première vague

- Diffusion du spot TV d'hiver de la semaine 2 à 8 avec annonces d'actions chez Coop et Migros, et diffusion de spots sans annonces dits «de remplissage» de la semaine 1 à 13 environ.
- Poursuite du sponsoring de l'émission télévisée *Bauer ledig sucht* jusqu'à la semaine 7.
- Distribution d'échantillons en janvier et en mars chez Migros.
- Envoi de newsletters avec concours durant les semaines 6 et 13.
- Publication de 2 à 4 posts par semaine sur les réseaux sociaux de Raclette Suisse.
- Mise en ligne d'annonces Google et de bannières, ainsi que de vidéos de recettes sur YouTube.
- Premières publications d'influenceurs-euses pour le compte de Raclette Suisse.
- Réalisation de campagnes de recettes et de produits sur l'application Bring! de la semaine 4 à 7.
- Parrainage du village de Heidi de mi-mars à mi-novembre 2021 avec offre temporaire de raclette sur place et articles du shop.
- Affichage de publicité sur panneau numérique dans les centres commerciaux durant les semaines 6 et 7 et sur les écrans des filiales de la Poste et de Spar jusqu'au 7 mars 2021.



Traditionnel et
toujours aussi bon.

Deuxième vague

- Diffusion des spots TV d'été «poêlon à gril» et «randonnée» de la semaine 25 à 31, et diffusion de spots de remplissage de la semaine 14 à 35.
- Placement de produits dans cinq productions vidéo de loisirs.ch / freizeit.ch.
- Planification de dégustations nationales et régionales dans le commerce de détail.
- Emploi de 180 vélos (Working Bicycle) transportant des caissons publicitaires Raclette Suisse à Berne, Coire et Thoune durant les semaines 19 et 20.
- Promotions on-pack de mai à juin avec annonces dans les magazines *Coopération* et *Coopzeitung*.
- Sponsoring de 15 sites Coop Open Air Cinema avec offre de raclette sur place et diffusion du spot d'été de début juillet à fin août 2021 environ.
- Envoi de deux newsletters au moins entre juin et août avec concours d'été.
- Campagnes d'annonces et de vidéos sur les réseaux sociaux, Google et les réseaux partenaires afin de prolonger les campagnes médiatiques et d'augmenter la mémorisation de la publicité.

Troisième vague

- Diffusion des spots d'automne et d'hiver de la semaine 39 à 51. Les spots de remplissage correspondants seront diffusés à la télévision de la semaine 36 à 53.
- Planification de dégustations nationales et régionales dans le commerce de détail.
- Réalisation de campagnes de recettes et de produits sur l'application Bring!.
- Publication d'annonces dans le magazine *La Tavola*.
- Envoi de newsletters avec les concours d'automne et de Noël.
- Le record du monde de raclette troglodytique, organisé dans le cadre du partenariat avec InCave en présence de TRAUFFER et de 444 participants, doit se dérouler le 30 octobre 2021.
- Réalisation et lancement de vidéos en collaboration avec TRAUFFER, ambassadeur de la marque Raclette Suisse.

Membres

Appenzeller Milchspezialitäten AG

Hauptstrasse 48
9105 Schönengrund

Téléphone 071 360 02 11
Fax 071 360 02 68
info@chaeserei.ch
www.chaeserei.ch

Caseificio dimostrativo del Gottardo SA

6780 Airolo

Téléphone 041 91 869 11 80
Fax 041 91 869 17 30
info@cdga.ch
www.caseificiodelgottardo.ch

Fromagerie Friesenheim

Friesenheim 157
3185 Schmitten

Téléphone 026 496 00 33
louis-a.yerly@bluewin.ch
www.friesenheim.ch

Arnold Walker AG

Käsehandel en gros
3982 Bitsch

Téléphone 027 927 40 30
Fax 027 927 40 04
alexander.walker@walker-ag.ch
www.walkerag.ch

Crema SA

Case postale 167
1701 Fribourg

Téléphone 026 407 21 11
Fax 026 407 21 25
info@cremo.ch
www.cremo.ch

Fromagerie Le Maréchal SA

Z.i. Les Louveresses 8
1523 Granges-Marnand

Téléphone 026 668 12 88
j-m.rapin@le-marechal.ch
www.le-marechal.ch

Berg-Käserei Gais

Forren 22
9056 Gais

Téléphone 071 793 37 33
Fax 071 793 37 83
gais@bergkaeserei.ch
www.bergkaeserei.ch

Emmi Schweiz AG

Landenbergstrasse 1
6005 Luzern

Téléphone 058 227 27 27
info@emmi.com
www.emmi.com

Fromagerie Les Martel

Major-Benoît 25
2316 Les Ponts-de-Martel

Téléphone 032 937 16 66
Fax 032 937 14 19
info@fromagerie-les-martel.ch
www.fromagerie-les-martel.ch

Bergkäserei Mühlrüti

Dorf 2
9613 Mühlrüti

Téléphone 041 71 983 36 77
kuenzle.kaese@bluewin.ch
www.bergkaeserei-kuenzle.ch

F. & A. Sommer GmbH Wyland Chäsi

Rebbergstrasse 6
8444 Henggart

Téléphone 052 316 15 55
Fax 052 316 15 16
info@wylandchaesi.ch
www.wylandchaesi.ch

Fromagerie Moléson SA

1694 Orsonnens

Téléphone 026 653 91 91
michel.grossrieder@moleson-sa.ch
www.moleson-sa.ch

Bergkäserei Oberberg AG

Oberberg 1
6170 Schüpfheim

Téléphone 041 484 19 08
Fax 041 484 19 41
chaesi_oberberg@bluewin.ch
www.oberbergkaeserei.ch

Fläcke-Chäsi GmbH

Aargauerstrasse 4
6215 Beromünster

Téléphone 041 930 30 21
Fax 041 930 30 94
mail@flaecke-chaesi.ch
www.flaecke-chaesi.ch

Fromagerie Spielhofer SA

Rue de l'Envers 16
2610 St-Imier

Téléphone 032 940 17 44
Fax 032 940 17 45
info@spielhofer-sa.ch
www.fromageriespielhofer.ch

Brülisauer Käse AG

Unterdorf 6
5444 Künten

Téléphone 056 496 33 61
Fax 056 496 48 10
info@chaesi-kuenten.ch
www.chaesi-kuenten.ch

Fromagerie de Nods

Route de Lignièrès 5
2518 Nods

Téléphone 032 751 22 73
Fax 032 751 22 88
info@fromagerie-de-nods.ch
www.fromagerie-de-nods.ch

Imlig Käserei Oberriet AG

Staatsstrasse 163
9463 Oberriet

Téléphone 071 761 11 10
Fax 071 761 10 14
urs.imlig@imlig.com
www.imlig.com

Käserei Aergera Tentlingen

Käsereistrasse 3
1734 Tentlingen

Téléphone 026 418 19 54
kaeserei-aergera@sensemail.ch
www.kaeserei-tentlingen.ch

Laiterie-Fromagerie du Pâquier

Place du Centre 6
1661 Le Pâquier-Montbarry

Téléphone 026 912 26 64
Fax 026 915 90 18
info@fromagerie-delagruyere.ch
www.fromagerie-delagruyere.ch

Sennerei Kandersteg

Thomas Aeschlimann
Bahnhofstrasse 5
3718 Kandersteg

Téléphone 033 675 12 59
info@sennereikandersteg.ch
3w.sennereikandersteg.ch

Käserei Hüpfenboden

Hüpfenboden
3555 Trubschachen

Téléphone 034 402 13 12
Fax 034 495 66 80
info@huepfenboden.ch
www.huepfenboden.ch

Milchhof AG

Scanastrasse 12
FL-9494 Schaan

Téléphone +423 237 04 04
Fax +423 237 04 40
info@milchhof.li
www.milchhof.li

Strähl Käse AG

Bahnhofstrasse 1
8573 Siegershausen

Téléphone 071 678 11 11
Fax 071 678 11 12
info@straehlkaese.ch
www.straehl.ch

Käserei Müller Thurgau AG

Landstrasse 9
8580 Hagenwil b. Amriswil

Téléphone 071 411 15 59
info@mueller-thurgau.ch
www.mueller-thurgau.ch

Milco SA

Route André Piller 37
1720 Corminboeuf

Téléphone 026 915 90 12
Fax 026 915 90 18
administration@milco.ch
www.milco.ch

Urs Preisig

Rietwies
8499 Sternenberg

Téléphone 052 386 12 76
Fax 052 386 22 42
urs.preisig@kaeserei-preisig.ch
www.kaeserei-preisig.ch

Käserei Oberli Rislen AG

Rislen
9512 Rossrüti-Wil

Téléphone 071 911 14 22
Fax 071 911 62 49
oberli-kaese@thurweb.ch
www.oberli-kaese.ch

Napf-Chäsi AG

Unterdorf 13
6156 Luthern

Téléphone 041 978 11 17
info@napf-chaesi.ch
www.napf-chaesi.ch

Wildberg Käse AG

Wildbergstrasse 6
8489 Wildberg

Téléphone 052 385 11 44
info@wildbergkaese.ch
www.kaesereiruegg.ch

Küssnachter Dorfkäserei GmbH

Greppenstrasse 57
6430 Küssnacht

Téléphone 041 850 44 44
Fax 041 850 44 45
mail@kuessnachter.ch
www.kuessnachter.ch

Säntis AG Käserei Linden

Linden 4
9300 Wittenbach

Téléphone 071 298 34 43
Fax 071 298 17 11
info@saentis.ch
www.saentis.ch

Laiterie du Mouret

Route de la Gruyère 6
1724 Ferpicloz

Téléphone 026 413 11 07
Fax 026 413 46 13
bekolly@bluewin.ch
www.laiterie-du-mouret.ch

Seiler Käserei AG

Industriestrasse 45
6074 Giswil

Téléphone 041 660 80 40
Fax 041 660 89 43
seiler@raclette.ch
www.raclette.ch

Secrétariat

Raclette Suisse

Weststrasse 10
Case postale
3000 Berne 6

info@raclette-suisse.ch
www.raclette-suisse.ch

Jürg Kriech Directeur
Téléphone 031 359 53 25

Daniela Pachali Assistante de direction
Téléphone 031 359 54 12



Shop en ligne

www.raclette-suisse.ch/shop
Téléphone 031 359 57 28

Location de fours à raclette

www.raclette-suisse.ch/fr/location-de-fours
Hotline 031 359 57 85

www.raclette-suisse.ch

