

# Rapport annuel 2015





## Raclette Suisse poursuit sur sa belle lancée



**Jürg Simon**  
Président



**Jürg Kriech**  
Directeur



**Daniela Pachali**  
Assistante de direction

Grâce à des mesures publicitaires continues et efficaces, Raclette Suisse peut se targuer d'une croissance durable de plus de 50 % sur les 21 dernières années. La production est passée de 8943 tonnes en 1994 à 13 629 tonnes en 2015 (+4686 t / +52 %). Durant la même période, les ventes aux ménages ont progressé de 6454 à 9162 tonnes (+2708 t / +42 %).

Malgré des températures annuelles record en 2015, une hausse de la production de quelque 7 % (+931 t) a été enregistrée durant l'exercice. La demande des ménages a augmenté de 1,6 % (+145 t). Cette progression est d'autant plus remarquable au vu de la nette augmentation du tourisme d'achat en 2015 liée au taux de change entre le franc et l'euro. En outre, à la suite de l'embargo russe et de l'offre excédentaire de produits laitiers en Suisse et à l'étranger qui en a découlé, la lutte pour les parts de marché s'est fortement intensifiée.

Le comité de Raclette Suisse a réagi à ces défis économiques à temps. L'adaptation de la stratégie publicitaire, incluant l'intégration des atouts émotionnels du produit dans la gestion de la marque, a permis de préciser les caractéristiques principales de Raclette Suisse. Cela a permis d'augmenter encore l'efficacité publicitaire tout en respectant le cadre du budget actuel. La collaboration efficace lors de la production du nouveau film «Heidi» et du spot TV qui en est dérivé a également contribué à l'évolution réjouissante des affaires.

Nous remercions notre clientèle ainsi que nos partenaires et collaborateurs pour leur confiance et leur soutien. À l'avenir aussi, l'association continuera de s'engager pour le positionnement économique et l'accroissement des parts de marché de Raclette Suisse®, selon des objectifs clairs et une stratégie efficace.

## SOMMAIRE

<b>Situation économique</b>	<b>Activités 2015</b>
Rétrospective 2015 ..... 2	Publicité télévisée ..... 9
Perspectives pour 2016 ..... 3	Ventes, exportations, parrainage, Internet .. 10
	Placement de produit ..... 11
<b>Organisation</b> ..... 4	
	<b>Publicité</b>
<b>Produit</b> ..... 5	Impact publicitaire 2015 ..... 12
	Contrôle de l'efficacité publicitaire 2015 .... 13
<b>Histoire</b> ..... 7	Perspectives pour 2016 ..... 15
<b>Stratégie</b> ..... 8	<b>Membres</b> ..... 16

# Situation économique

## Rétrospective 2015

Dans l'histoire récente du commerce de détail suisse, 2015 est l'année ayant enregistré le plus fort recul des chiffres d'affaires. Selon BAKBASEL, les détaillants ont encaissé plus de deux milliards de francs suisses de moins qu'en 2014. Cette baisse s'explique principalement par un affaiblissement de la demande et de nettes réductions des prix.

L'appréciation du franc au début de l'année 2015 a fortement influencé l'évolution des chiffres d'affaires dans le commerce de détail. L'abandon du taux plancher le 15 janvier a accentué les différences de prix avec l'étranger, augmentant encore l'évasion du pouvoir d'achat dans les pays voisins.

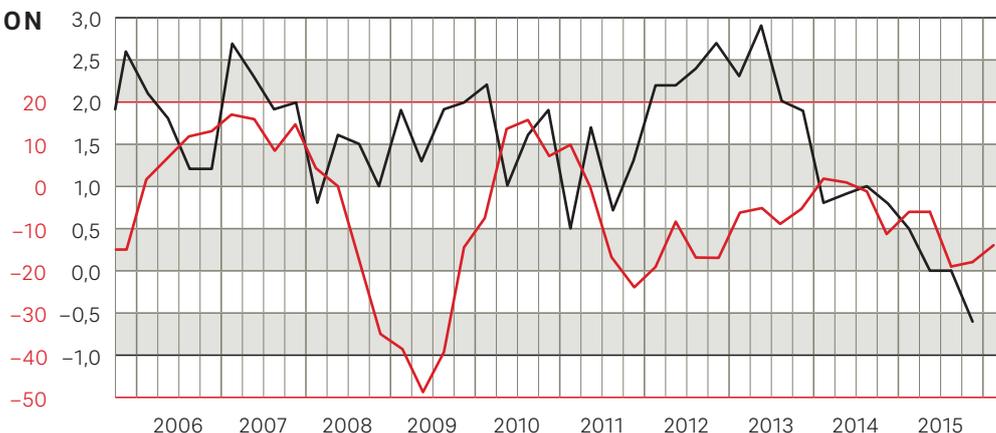
Les détaillants suisses ont réagi en abaissant davantage leurs prix. Les avantages liés au taux de change lors de l'achat de marchandise leur ont offert une certaine marge de manœuvre du côté des frais. Actuellement, les prix du commerce de détail suisse ont atteint un niveau similaire à celui de 1990. À titre de comparaison, les biens de consommation ont renchéri d'environ 30 % en moyenne au cours des 25 dernières années, conformément à l'indice suisse des prix à la consommation.

S'agissant de la valeur, les chiffres d'affaires ont baissé de 2,3 % par rapport à l'année précédente, ce qui correspond au recul le plus important enregistré depuis 1980. Le niveau des prix a baissé de 1,4 % alors que la demande calculée sur la base des chiffres d'affaires réels était inférieure de 1,0 % par rapport à l'année précédente.

### CLIMAT DE CONSOMMATION

Climat de consommation en points d'indice

Évolution de la consommation privée en %



Source: SECO

## Perspectives pour 2016

Les effets de la suppression du taux plancher se feront encore sentir durant l'année en cours, bien qu'on ne prévoie pas d'autre augmentation marquée du tourisme d'achat et qu'on espère un ralentissement de la chute des prix. Au vu des évolutions conjoncturelles, il faut cependant s'attendre à une détérioration du marché du travail et à un affaiblissement significatif de la dynamique des revenus. Par conséquent, la progression de la demande en 2016 sera probablement inférieure en moyenne à celle des dix dernières années.

BAKBASEL prévoit un recul des chiffres d'affaires nominaux pour 2016 (-0,4 % p. a.). Alors que le niveau des prix devrait baisser de 1,2 % par rapport à 2015, il est prévu que l'évolution réelle des chiffres d'affaires enregistre une légère hausse (+0,8 %). Le commerce en ligne poursuivra probablement sa forte croissance pour atteindre une part de 6 % environ durant l'année en cours.



# Organisation

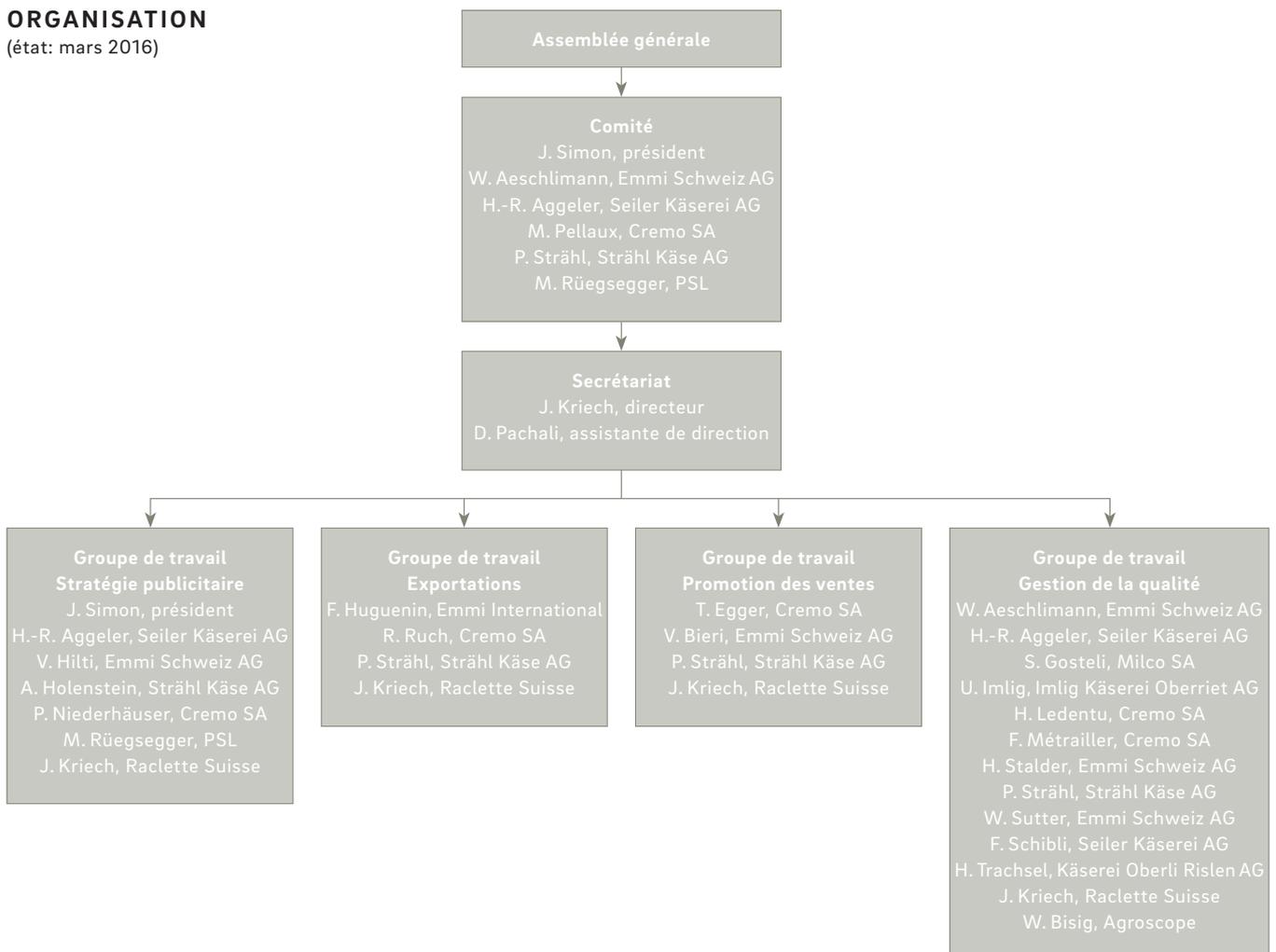
En 1994, les producteurs de fromage à raclette suisse ont décidé de se regrouper pour former l'Association Raclette Suisse. Cette dernière a pour but une promotion commune des ventes, une protection efficace de la marque et une assurance-qualité cohérente du Raclette Suisse®, le fromage à pâte mi-dure le plus célèbre de Suisse. Raclette Suisse regroupe 16 membres et son secrétariat compte 1,5 poste.

Dans ses décisions, l'Association Raclette Suisse vise un développement soutenu et durable du marché ainsi qu'une gestion réfléchie des ressources disponibles.

Depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2015, Jürg Kriech a pris la tête de l'Association Raclette Suisse. Il succède à Markus Tschumi, qui a pris sa retraite à la fin de l'année après plus de 20 ans de service.

## ORGANISATION

(état: mars 2016)



# Produit

## Nature

La marque Raclette Suisse® est le gage d'un produit 100 % naturel. Notre fromage à raclette est fabriqué avec soin selon un grand savoir-faire artisanal, excluant tout additif et toute présure fabriquée par génie génétique. Ainsi, la croûte, qui donne son goût caractéristique au fromage lorsqu'il fond, peut être mangée sans risque.

Le fromage à raclette est naturellement riche en bonnes protéines, en acides aminés essentiels, en calcium et en phosphore. Il est en outre une bonne source de vitamines A, D, B<sub>2</sub> et B<sub>12</sub> et ne contient pas de lactose (moins de 0,1 g / 100 g).

## Qualité

Grâce à un procédé de fabrication spécifique, le Raclette Suisse® possède une excellente aptitude à la fonte. Les membres de l'association, qui travaillent de manière responsable, fabriquent et proposent au consommateur, sous la marque Raclette Suisse®, un produit parfaitement naturel, issu d'une agriculture écologique et d'une production durable. Des contrôles stricts à toutes les étapes, de la livraison du lait au produit fini, garantissent que seul du fromage à raclette de première qualité parvient jusqu'au client.

## Plaisir

Le vrai fromage à raclette suisse convient à toutes les occasions. Il est facile à préparer, garant de convivialité et de plaisir et se combine merveilleusement bien avec une multitude d'ingrédients frais, de la salade aux herbes aromatiques en passant par les fruits. Grâce à ses caractéristiques exceptionnelles, il se prête aussi parfaitement à la préparation de croûtes au fromage et de mélanges pour fondue.





# Histoire

Si l'on en croit d'anciens écrits conservés dans les couvents d'Obwald et de Nidwald, Guillaume Tell aurait déjà goûté en 1291 au «Bratchäs», comme on appelait la raclette à l'époque en zone germanophone. On le faisait fondre à la chaleur de la braise et on raclait la masse fondue sur une assiette. En Suisse centrale, mais aussi dans les régions limitrophes de l'Oberland bernois et en Valais, c'était la nourriture de base des montagnards. Ce mode de préparation sympathique du fromage est longtemps resté le privilège des paysans ou des gens modestes de la campagne.

Plus tard, c'est «Heidi», le bestseller de Johanna Spyri, qui fit connaître cette préparation dans le monde entier. Dans cette histoire, le grand-père fait fondre le fromage sur le feu jusqu'à ce qu'il soit croustillant et prenne une teinte dorée, puis le racle sur une tranche de pain – Heidi peut alors s'en délecter.

Au XX<sup>e</sup> siècle, cet ancien repas rustique est descendu des montagnes dans les vallées, devenant rapidement un plat classique et populaire. Aujourd'hui, la raclette ne se prépare plus uniquement sur le feu. Il existe différents fours électriques ou à gaz pour demi-meules, des modèles électriques de table pour du fromage en bloc ou en tranches, des minifours pour une ou deux personnes fonctionnant avec des bougies à réchaud et pouvant être utilisés en plein air, ainsi que les nouveaux poêlons à gril. À chaque événement, son mode de préparation idéal. Déclinable en d'innombrables variantes, la raclette est un mets qui garantit convivialité, diversité et plaisir.



«Le fromage rôti».

**Un vrai délice, qu'on le fasse fondre sur les braises comme autrefois ou qu'on le prépare dans un poêlon au-dessus d'une bougie à réchaud comme aujourd'hui.**

Le ravissant four à raclette «Heidi» (ci-dessus) est disponible sur [www.raclette-suisse.ch/fr/shop](http://www.raclette-suisse.ch/fr/shop).

## Stratégie



Dans le cadre du développement de la stratégie de marketing, les trois motifs limbiques «équilibre, prédominance et stimulation» jouent un rôle central. C'est pourquoi les nouveaux spots TV produits durant l'exercice sous revue se focalisent sur ces motifs.

La nouvelle orientation stratégique a toujours pour priorité l'intensification de la demande et de la consommation hivernales. Le nouveau poêlon à gril et le spot TV correspondant, axé sur la fête nationale suisse, visent à promouvoir la consommation de raclette en été aussi. Le marketing cible prioritairement les adultes de 25 à 35 ans à la recherche d'expériences authentiques ainsi que les jeunes familles.

**Stimuler la consommation estivale.**

**Le plaisir de la raclette pour les amateurs de grillades! Le poêlon à gril est la nouvelle star de l'été et permet de varier les menus du barbecue.**

Savoureuses recettes sur [www.raclette-suisse.ch/fr/recettes](http://www.raclette-suisse.ch/fr/recettes).



# Activités 2015

En 2015, la communication marketing habituelle avérée a été reconduite en continu avec les outils suivants:

## Publicité télévisée

Le nouveau spot estival du poêlon à gril propose de nouvelles idées pour la saison des grillades. Il cherche à stimuler tout particulièrement la consommation de raclette en été. Les deux nouveaux spots publicitaires de «Heidi» (automne/hiver) sont très appréciés des jeunes et des moins jeunes.



Publicité télévisée.  
«Heidi» aussi aime la raclette!  
Voyez comme elle se régale en regardant le nouveau spot TV.

[www.raclette-suisse.ch/fr/divertissement](http://www.raclette-suisse.ch/fr/divertissement)



## Activités 2015

### Promotion des ventes

Les quelque 600 journées de dégustation avec notre personnel parfaitement formé, ainsi que les séduisants stands de raclette, les promotions avec notre partenaire Unilever/Chirat et les concours ont clairement intensifié la demande aux points de vente dans les plus grands centres commerciaux du commerce de détail en Suisse.

### Exportations

Sur les marchés à l'exportation que sont l'Allemagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg, la demande a été stimulée au moyen d'une campagne de collecte de points, d'une promotion estivale avec le poêlon à gril, de produits publicitaires, de flyers de recettes, de billets de blogueurs ainsi que d'un sous-site sur le thème du fromage naturel Raclette Suisse. Les membres exportateurs ont soutenu les ventes de fromage à raclette par des activités d'exportation ciblées.

### Parrainage de cinémas open air

Durant la saison record des cinémas open air, de début juin à fin août 2015, Raclette Suisse a incité près de 200 000 spectateurs répartis sur une quinzaine de sites à manger de la raclette à l'aide du spot de 15 secondes «ON S' RÉGALE.» et du spot du poêlon à gril. Quelque 24 000 spectateurs ont savouré une délicieuse raclette par un temps généralement superbe et dans des décors magnifiques.

Afin d'attirer l'attention sur la présence de Raclette Suisse dans les cinémas open air, on a eu recours à une promotion on-pack. Ces démarches, avec à la clé 500 billets de cinéma à gagner, ont été menées en collaboration avec le commerce de détail et la société Open Air Kino Luna AG.

### Optimisation du site Internet de Raclette Suisse

La refonte du site Internet Raclette Suisse prévue pour début 2015 et les améliorations principales ont été réalisées avec succès:

- Passage à un site web adaptatif (responsive design) convivial et clair permettant un affichage correct sur tous les appareils mobiles
- Fonction de recherche pour tout le site
- Révision et fonctions supplémentaires pour l'outil des cartons d'invitation
- Banque de recettes avec organisation en catégories et fonction de filtrage
- Optimisation de la boutique en ligne et de l'outil de location de fours de portée nationale



**Grande visibilité.**  
Les stands de dégustation attirent l'attention sur les promotions actuelles au moyen d'affiches et d'images animées.

## Placement de produit dans le film «Heidi» et avant-premières à Zurich et à Berne



Le placement du produit Raclette Suisse dans le nouveau film «Heidi», inspiré du classique éponyme de Johanna Spyri, était l'un des moments forts de l'exercice sous revue.

Le 28 septembre 2015, l'Association Raclette Suisse a lancé sa campagne télévisée avec des extraits du film tout en émotions dans lesquels apparaît le célèbre fromage rôti, qui met l'eau à la bouche de Heidi.

Un grand concours, annoncé à la télévision et par des mesures de promotion en ligne, a été organisé en parallèle: 400 billets pour l'avant-première du film à Zurich et à Berne ont été mis en jeu. Le 6 décembre 2015, l'association a accueilli, outre les quelque 700 invités, Anuk Steffen et Quirin Agrippi, les deux jeunes acteurs interprétant Heidi et Peter pour une interview attendrissante et amusante.

### À croquer!

Lors de l'avant-première de «Heidi» à Berne, les deux jeunes stars ont savouré une délicieuse raclette.

Le saviez-vous?

Quatre meules de fromage ont été fondues pour la scène de la raclette.

Au plus grand plaisir de toute l'équipe!

# Publicité

## Impact publicitaire 2015

Grâce à des mesures publicitaires continues et efficaces menées pendant 21 ans, Raclette Suisse peut se targuer d'une croissance durable d'environ 50 %. Depuis le lancement des mesures de marketing, l'association a réussi à faire progresser les ventes aux ménages de 6454 à 9162 tonnes (+2708 t/ +42 %). Quant au volume des exportations, il est passé de 358 à 1597 tonnes depuis le début du marketing d'exportation de Raclette Suisse, en 1999.

### CONSOMMATION TOTALE

de raclette par les ménages

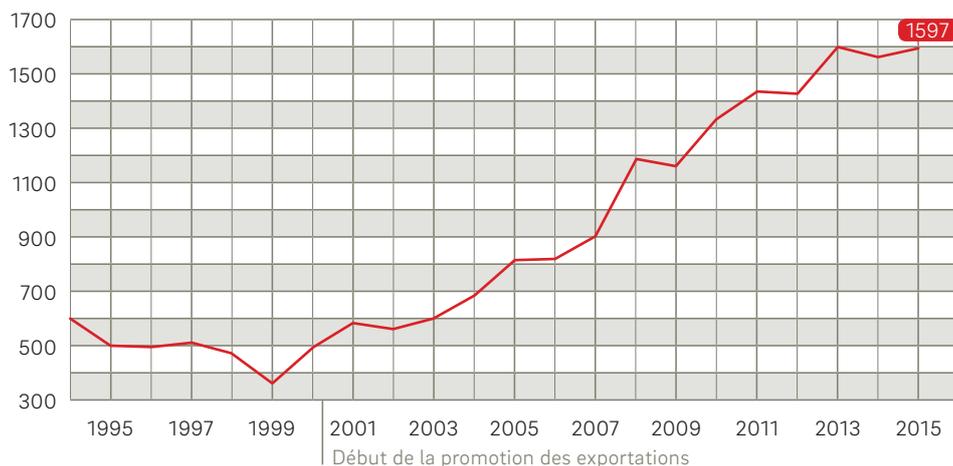
Consommation en tonnes



### EXPORTATIONS

de fromage à raclette suisse

Exportations en tonnes



## Contrôle de l'efficacité publicitaire 2015



En mars 2015, Raclette Suisse a mené une étude sur l'efficacité publicitaire du spot TV des pêcheuses et du spot «ON S' RÉGALE.» en Suisse romande et en Suisse alémanique. S'agissant de la reconnaissance (recognition) et de l'acceptation, les slogans et les affirmations publicitaires de Raclette Suisse ont obtenu de très bonnes notations comparativement aux valeurs de référence. Les consommateurs ont estimé que les spots étaient bien adaptés à la promotion de la marque Raclette Suisse. Pour ce qui est de l'aspect émotionnel, les spots publicitaires ont été jugés très sympathiques et entièrement crédibles. Plus de 90 % des sondés avaient déjà vu le logo Raclette Suisse et l'ont donc reconnu.

Les campagnes télévisées de l'année 2015 ont eu un fort impact sur le groupe cible. La promotion sélective des ventes a permis, selon les indicateurs, de renforcer la demande aux points de vente (POS) des plus grands centres commerciaux du commerce de détail et d'élargir les promotions ainsi que l'étendue de l'assortiment. Les mesures POS sont qualifiées d'efficaces et de financièrement avantageuses par les responsables de vente. En ce qui concerne les mesures d'accompagnement, Raclette Suisse a atteint 288 000 contacts supplémentaires grâce à la newsletter, a travaillé avec les canaux de marketing en ligne Google Shopping, Facebook et YouTube et a envoyé quelque 19 000 cartons d'invitation depuis le lancement de ce service.

Les données disponibles montrent que Raclette Suisse a obtenu un impact économique et une efficacité publicitaire élevés en concentrant fortement les mesures de promotion des ventes sur les outils les plus importants. Une planification et une mise en œuvre systématiques de ses activités, selon des critères d'efficacité et d'efficience, ont contribué à atteindre les objectifs fixés. D'après les résultats, les moyens financiers mis à la disposition du secrétariat pour le marketing ont été investis de manière efficace.



# Publicité

## Perspectives pour 2016

**Les spots TV de «Heidi» et le spot du poêlon à gril en été inciteront à la consommation de raclette en 2016 également.**

### Première vague

- Spots TV du 18 janvier au 28 février 2016
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Newsletter avec concours d'hiver durant la semaine 8

### Deuxième vague

- Spots TV du 18 juillet au 7 août 2016
- 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
  - Campagne de points à collectionner et d'échantillons «poêlon à gril»
- De fin juin à fin août 2016:
  - cinéma open air avec spot «poêlon à gril» et raclette sur place
- Newsletter avec concours d'été

### Troisième vague

- Spots TV du 3 octobre au 18 décembre 2016 (par vagues intermittentes)
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Newsletter avec concours de Noël



# Membres

## **Berg-Käserei Gais**

Zwislenstrasse 40  
9056 Gais

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

---

## **Crema SA**

Case postale 167  
1701 Fribourg

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

---

## **Emmi Schweiz AG**

Landenbergstrasse 1  
6005 Luzern

Téléphone 058 227 27 27  
Fax 058 227 27 37  
info@emmi.com  
www.emmi.com

---

## **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 Hüpfenboden**

Hüpfenboden  
3555 Trubschachen

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

## **Käse Thurgau AG**

Landstrasse 9  
8580 Hagenwil b. Amriswil

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

---

## **Küssnacht DorfKäserei GmbH**

Greppenstrasse 57  
6430 Küssnacht

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

---

## **Milco SA**

Route Principale 122  
Case postale  
1642 Sorens

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

---

## **Rodolphe-Diffusion Sarl**

C.P. 224  
1347 Le Sentier

Téléphone 021 845 60 65  
Fax 021 845 60 28  
rodolphe.diffusion@hotmail.com  
www.delicemaitrerodolphe.com

---

## **Säntis Käserei Linden**

Linden 4  
9300 Wittenbach

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

---

## **Seiler Käserei AG**

Bitzighoferstrasse 11  
6060 Sarnen

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

## **Sepp Brülisauer Käse AG**

Unterdorf 6  
5444 Künten

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

---

## **Strähl Käse AG**

Bahnhofstrasse 1  
8573 Siegershausen

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

---

## **Urs Preisig**

Rietwies  
8499 Sternenbergr

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

---

## **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



## 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  
Fax 031 359 58 51

### Daniela Pachali assistante de direction

Téléphone 031 359 54 12  
Fax 031 359 58 51



### Commandes boutique

Téléphone 031 359 57 28

### Événements

Téléphone 031 359 57 79

### Location de fours à raclette

Téléphone 031 359 57 82

[www.raclette-suisse.ch](http://www.raclette-suisse.ch)

