

# Rapport annuel 2016





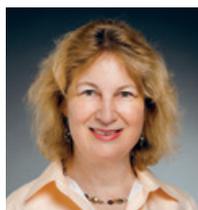
## Raclette Suisse®: réussite et popularité



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 près de 50 %. Depuis le lancement des activités de marketing en 1994, le volume de production, qui s'élevait initialement à 8943 tonnes, a augmenté pour atteindre 13 687 tonnes en 2016 (+4744 t, soit +53 %). Dans le même intervalle, les ventes aux ménages ont passé de 6454 à 9631 tonnes (+3177 t, soit +49 %). Toujours durant cette période, les exportations ont quant à elles passé de 495 à 1644 tonnes (+1149 t, soit +232 %).

En 2016, le volume de production a enregistré une croissance de 0,4 % (+58 t). La demande des ménages suisses a toutefois reculé de 2,6 % (-262 t). Bien que les conditions pour les exportations vers la zone euro restent compliquées en raison de la force du franc, les quantités exportées vers l'Allemagne ont été consolidées. Le volume des exportations vers le Benelux est resté stable, alors que les exportations vers la France ont reculé. Dans l'ensemble, les exportations ont augmenté de 2,9 % en 2016 (+47 t).

Outre la promotion des ventes en Suisse et à l'étranger, l'association s'investit pour la qualité exceptionnelle et le caractère naturel de ses produits. À cet effet, une gestion globale de la qualité par Raclette Suisse vient compléter les mesures des fabricants. D'autres tâches importantes de l'association englobent la défense des intérêts des membres ainsi que la protection de la marque et de l'indication de provenance.

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 2016</b>
Rétrospective 2016 ..... 2	Publicité télévisée et réseaux sociaux ..... 9
Perspectives pour 2017 ..... 3	Ventes, exportations, parrainages ..... 10
<b>Organisation</b> ..... 4	<b>Publicité</b>
<b>Produit</b>	Impact publicitaire 2016 ..... 12
Raclette Suisse® – conseils pratiques ..... 5	Contrôle de l'efficacité publicitaire, site Internet ..... 13
<b>Histoire</b> ..... 7	Perspectives pour 2017 ..... 15
<b>Stratégie</b> ..... 8	<b>Membres</b> ..... 16

# Situation économique

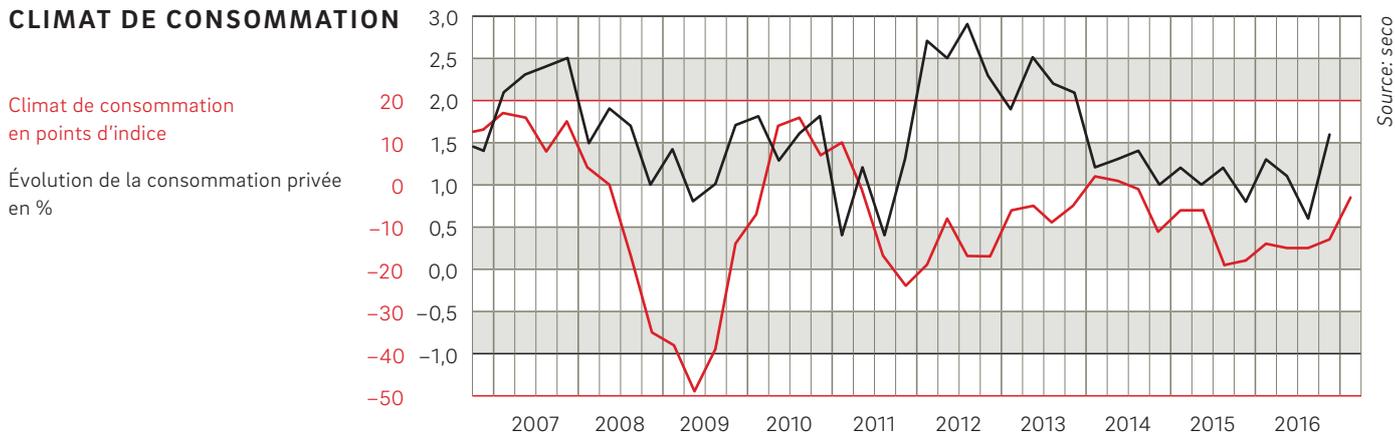
## Rétrospective 2016

En 2016 encore, le commerce de détail suisse a été confronté à bien des défis. D'après les économistes de Credit Suisse, la demande réelle a diminué. Combinée à des prix légèrement en baisse deux ans après la suppression du taux plancher entre le franc et l'euro, cette diminution de la demande a conduit au recul du chiffre d'affaires nominal de la branche (-1,0 % par rapport à 2015).

Alors que le secteur alimentaire du commerce de détail a de nouveau enregistré une légère hausse du chiffre d'affaires nominal (+0,2 % par rapport à 2015), le secteur non alimentaire a encore souffert d'un recul parfois important du chiffre d'affaires. Ce dernier n'a cependant que peu diminué par rapport à 2015.

Le tourisme d'achat s'est stabilisé à un niveau très élevé en 2016. Les achats à l'étranger sur place ont certes légèrement diminué en 2016, mais les analystes estiment que le commerce en ligne transfrontalier a continué son expansion. Globalement, un franc sur dix dépensé dans le commerce de détail l'a été à l'étranger en 2016.

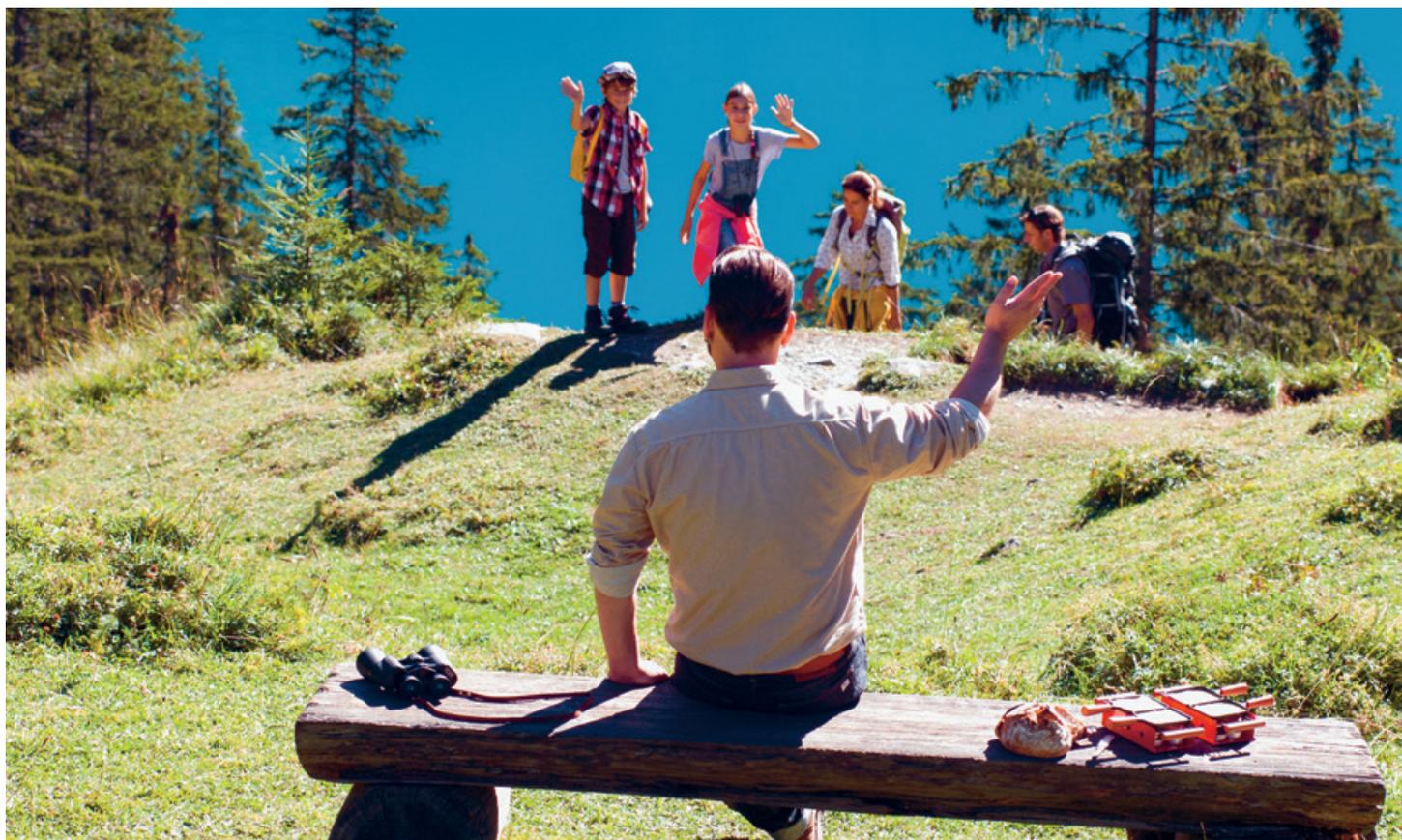
### CLIMAT DE CONSOMMATION



## Perspectives pour 2017

S'agissant de l'ensemble du commerce de détail, les économistes de Credit Suisse tablent sur une stagnation des chiffres d'affaires nominaux, ce qui, après quelques années difficiles, équivaut à une stabilisation. Pour autant que le franc ne s'apprécie pas à nouveau considérablement face à l'euro, les achats à l'étranger de la population suisse ne devraient pas continuer à augmenter, au mieux légèrement reculer en 2017. La demande réelle progressera ainsi quelque peu en 2017, principalement grâce à la croissance démographique. Cette légère croissance de la demande réelle profitera principalement aux détaillants des secteurs alimentaire et para-alimentaire.

S'agissant du commerce en ligne, on prévoit que la part du commerce électronique dans les chiffres d'affaires du commerce de détail augmentera au cours des cinq prochaines années et passera de 5 à plus de 10 %.



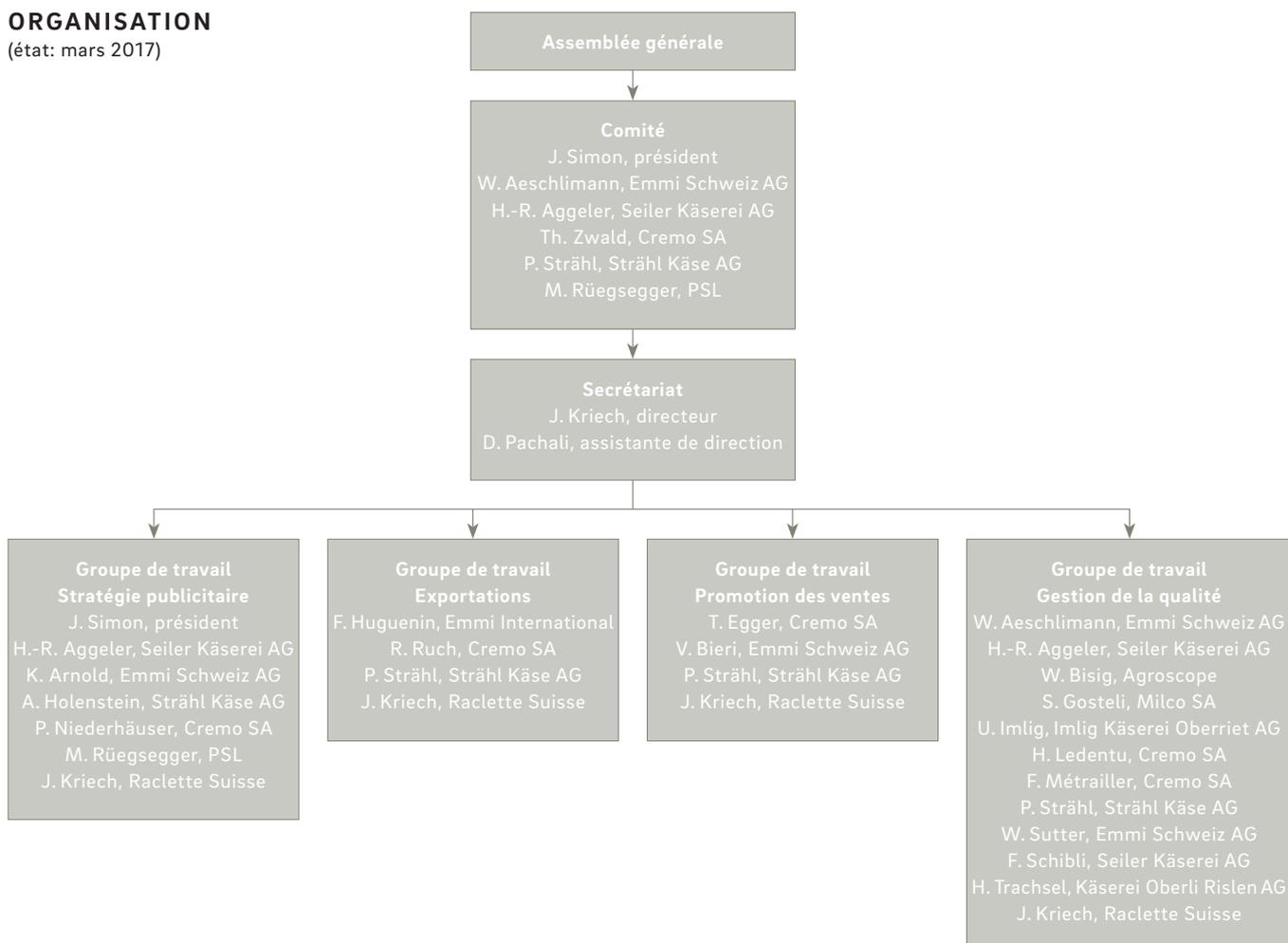
# Organisation

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. L'association a accueilli deux nouveaux producteurs en 2016 et comptait de ce fait 18 membres à la fin 2016. Le secrétariat est une petite structure comportant 1,6 poste.

Dans ses décisions, l'Association Raclette Suisse vise un développement soutenu et durable du marché ainsi qu'une gestion réfléchie des ressources disponibles. Pour ce faire, elle met l'accent sur le positionnement de la raclette en tant que plat traditionnel à savourer lors d'occasions particulières (en intérieur).

## ORGANISATION

(état: mars 2017)



# Produit

Grâce à un procédé de fabrication spécifique, le Raclette Suisse® possède une excellente aptitude à la fonte. Une raclette est facile à préparer, garante 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 et légumes.

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).

Le fromage Raclette Suisse est produit sans additifs et sans présure obtenue par recours au génie génétique. Ainsi, la croûte, qui donne son goût caractéristique au fromage lorsqu'il fond, peut être mangée sans risque.

## Raclette Suisse® – conseils pratiques

### Préparation

Compter entre 200 et 250 grammes de fromage par personne, et la même quantité de pommes de terre (en robe des champs). Cuire les pommes de terre en robe des champs pendant 30 minutes environ pour qu'elles soient juste à point. Couper le fromage en tranches de la taille des poêlons. Poser le moulin à poivre, les épices et les accompagnements sur la table et le tour est joué!

### Accompagnements

Des herbes fraîches, des salades, des légumes juteux tels que poivrons, cornichons, tomates, petits épis de maïs, fruits à l'aigre-doux, champignons, des fruits frais ou encore des noix agrémentent idéalement une raclette.

### Boissons

Un rosé ou un vin blanc sec, un vin rouge léger ou encore une bière blonde accompagnent à merveille la raclette. Les connaisseurs plus

sobres recommandent de boire des tisanes ou du thé noir, qui favorisent la digestion.

### Dessert

Une délicieuse salade de fruits ou un rafraîchissant sorbet apporteront la touche finale à votre repas.

### Restes

Utiliser les restes de raclette pour préparer des sandwichs et des salades, un gratin ou des toasts Hawaï, par exemple. Sous vide, le fromage à raclette se conserve environ deux mois, et emballé dans du film alimentaire, environ huit jours.

### Propre en un rien de temps!

Faire tremper la vaisselle, les poêlons et les couverts dans de l'eau froide, puis prélever le tout. Nettoyer ensuite au lave-vaisselle ou à l'eau chaude avec du liquide vaisselle. Essuyer le four à raclette à l'aide d'un linge humide et d'un peu de liquide vaisselle.

### Adieu les odeurs de fromage!

Une orange ou un citron dans lequel on aura planté des clous de girofle fait disparaître les odeurs de fromage en une nuit.

La raclette peut être préparée au feu de bois, lui procurant un goût unique, au four traditionnel pour une demi-pièce ou encore au très populaire four électrique avec poêlons. Le four et le micro-ondes sont une option simple et rapide pour faire fondre le fromage. Les fours portables qui fonctionnent avec des bougies à réchaud sont pratiques et offrent de nouvelles possibilités pour déguster une savoureuse raclette à l'extérieur.



# Histoire

Aux XIII<sup>e</sup> et XIV<sup>e</sup> siècles, la Suisse enregistra une forte croissance démographique. Une grande partie de la population s'installa dans les Alpes, encore inhabitées, afin d'être sûre de ne manquer de rien pour vivre. Dans ces régions isolées, la nature offrait aux vaches une nourriture idéale composée d'herbes et de plantes odorantes, et aux armaillis d'excellentes conditions pour fabriquer du fromage. Les armaillis se basaient uniquement sur leur expérience, et ce savoir-faire est encore utilisé aujourd'hui.

Il n'existait à l'époque pas de nom pour désigner le fromage ou le repas convivial. Les armaillis parlaient de faire «rôtir le fromage». À l'époque, on faisait fondre une demi-meule à la chaleur de la braise, avant de racler le fromage sur une assiette. Le «fromage rôti» se transforma peu à peu en «raclette», tiré de l'action de «racler» le fromage.

Ce n'est qu'au milieu du XX<sup>e</sup> siècle que ce repas rustique descendit des montagnes dans les vallées. La demande fut telle que les fromageries d'alpage ne purent rapidement plus y répondre. La production se développa donc dans toute la Suisse. Aujourd'hui, la raclette fait partie des plats nationaux les plus appréciés et sa popularité dépasse les frontières.



Le four à raclette à emporter (ci-dessus) est disponible sur [www.raclette-suisse.ch/shop](http://www.raclette-suisse.ch/shop).

## Stratégie

Au cœur de la stratégie se trouve le positionnement de la raclette comme plat traditionnel lors d'occasions particulières. Pour y parvenir, l'accent est mis sur l'augmentation de la fréquence de consommation grâce à une campagne d'images et à des dégustations efficaces dans de grands centres commerciaux. Les attributs émotionnels suivants sont particulièrement mis en avant dans les campagnes: bien-être, convivialité et plaisir gustatif. Le marketing cible prioritairement les adultes de 25 à 35 ans à la recherche d'expériences authentiques ainsi que les jeunes familles.

L'offre élargie de petits fours pour une à deux personnes et de poêlons à gril, présentée dans la boutique en ligne, dans les newsletters, sur les réseaux sociaux et dans le cadre de concours, vise à promouvoir activement la raclette en tant que plat à déguster non seulement toute l'année, mais aussi lors d'excursions.

La simplicité de sa préparation et l'aspiration à des valeurs traditionnelles mais modernes contribuent à la popularité croissante de la raclette, ce plat typiquement suisse au goût unique.



### Raclette au barbecue.

Une tendance qui séduira tous ceux qui n'aiment pas passer trop de temps en cuisine en été. Grâce aux nombreuses variations possibles, les végétariens trouvent eux aussi leur bonheur autour du gril.

## Activités 2016



**La communication marketing menée jusqu'à présent et éprouvée a été poursuivie en 2016 et complétée par une utilisation accrue des médias électroniques, à savoir:**

**Ambassadeur de marque. Devant plus de 3000 fans, TRAUFFER a préparé une raclette sur scène durant un concert, avant de la savourer sous un tonnerre d'applaudissements.**

### Publicité télévisée et réseaux sociaux

Conviviale, savoureuse et facile à préparer: telles sont les caractéristiques illustrant la marque Raclette Suisse®. Le nouveau spot télévisé a montré à partir du 4 octobre 2016 comment appliquer cette philosophie en randonnée grâce au petit four à raclette à emporter. Ce dernier se glisse dans le sac à dos et est immédiatement prêt à l'emploi pour préparer une savoureuse raclette sans électricité. L'Association Raclette Suisse souhaite ainsi inciter le public à faire de nouvelles expériences et à faire de la raclette le parfait repas lors d'activités en plein air.

Raclette Suisse a réussi à rallier le musicien au succès grandissant TRAUFFER à sa cause et à en faire son porte-parole dans son dernier spot. Le naturel et l'attachement de l'artiste aux traditions suisses en font un ambassadeur authentique et sympathique de la marque Raclette Suisse®. L'association a pu profiter de la forte présence médiatique du musicien suisse et de divers billets sur les réseaux sociaux, lui permettant ainsi d'atteindre une communauté de fans non négligeable.

## Activités 2016

### Promotion des ventes

Des stands promotionnels attrayants et un personnel de dégustation bien formé permettent d'organiser quelque 500 dégustations de raclette chaque année. Celles-ci intensifient clairement la demande aux points de vente dans les plus grands centres commerciaux du commerce de détail en Suisse.

Des promotions de fidélité on-pack et avec cadeaux ont en outre été réalisées durant l'été pour les poêlons à grill auprès des principaux détaillants. Elles ont permis de stimuler à nouveau les ventes du fameux fromage suisse à pâte mi-dure pendant la saison chaude.



Promotion de fidélité pour les poêlons à grill.

### 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 grill, 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

Pendant la saison des cinémas open air, de début juillet à fin août 2016, 166 000 spectateurs répartis sur une quinzaine de sites à travers toute la Suisse se sont détendus devant un film. Avant le début du film, nombre d'entre eux se sont régalés avec une raclette au stand accueillant dressé dans l'enceinte de l'open air. Le spot grillade de Raclette Suisse projeté avant le film et à l'entracte a mis l'eau à la bouche du reste des spectateurs. Au total, ce parrainage a permis d'écouler 22 600 portions de fromage à raclette (soit env. 1800 kg).

## Parrainage du village de Heidi depuis 2016

Depuis l'automne 2016, Raclette Suisse fait partie des partenaires du village de Heidi à Maienfeld. Le décor original où se déroule l'histoire de Heidi, qui est visité chaque année par quelque 150 000 curieux, sera développé. La marque Raclette Suisse® y est bien présente. À l'avenir, le village de Heidi servira aussi de plateforme événementielle. Des dégustations de raclette seront en outre organisées les jours de forte affluence. Une vingtaine d'articles Raclette Suisse sont déjà disponibles dans le magasin du village de Heidi ainsi que dans la boutique en ligne. Il est également prévu de vendre du fromage à raclette sur place.

Magasin du village de Heidi à Maienfeld.  
Présentation attrayante des articles Heidi  
et Raclette Suisse.



## Parrainage de la Coupe Spengler 2016 de Davos

À la fin 2016, Raclette Suisse a participé à la traditionnelle Coupe Spengler de Davos en tant que sponsor de la tente des fans. Cette mesure incluait des panneaux publicitaires, des bannières, un stand personnalisé aux couleurs de Raclette Suisse et la diffusion de spots publicitaires sur les écrans. Un concours a également été lancé sur les réseaux sociaux avant l'événement. Les trois gagnants ont reçu chacun quatre billets et bons de consommation pour les quarts de finale du 29 décembre 2016.

Campagne publicitaire:  
la publicité esthétique et percutante  
a été lancée sur les réseaux sociaux.



# Publicité

## Impact publicitaire 2016

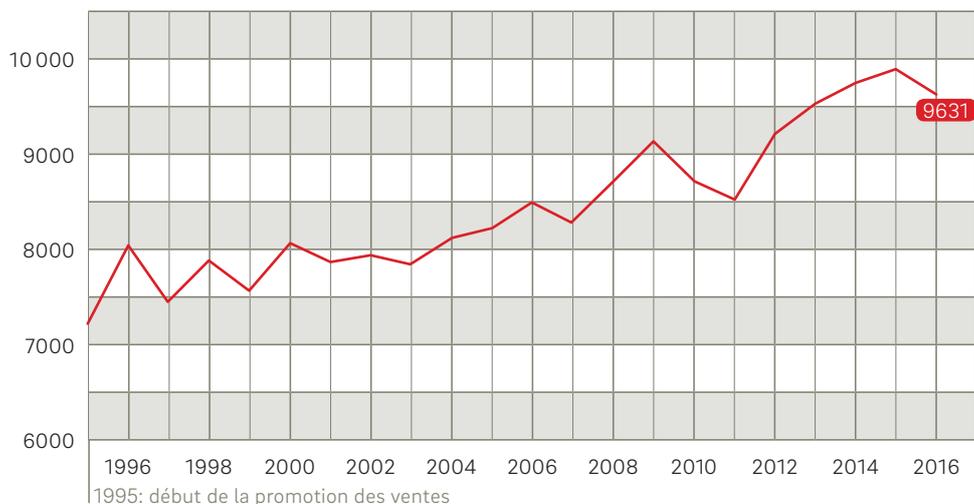
Grâce à des mesures publicitaires continues menées pendant 22 ans, Raclette Suisse peut se targuer d'une croissance durable d'environ 50 %. Depuis le lancement des mesures de marketing, l'association a réussi à faire progresser les ventes aux ménages de 6454 à 9631 tonnes (+3177 t, soit +49 %). Quant au volume des exportations, il est passé de 358 à 1644 tonnes depuis le début du marketing d'exportation de Raclette Suisse, en 1999.

### CONSOMMATION TOTALE

de raclette par les ménages

Consommation en tonnes

Remarques:  
Depuis 2016, Nielsen tient mieux compte de la vente en vrac, qu'il a calculée rétro-activement jusqu'à 2014. Les chiffres de cette période ont donc été reportés en conséquence.

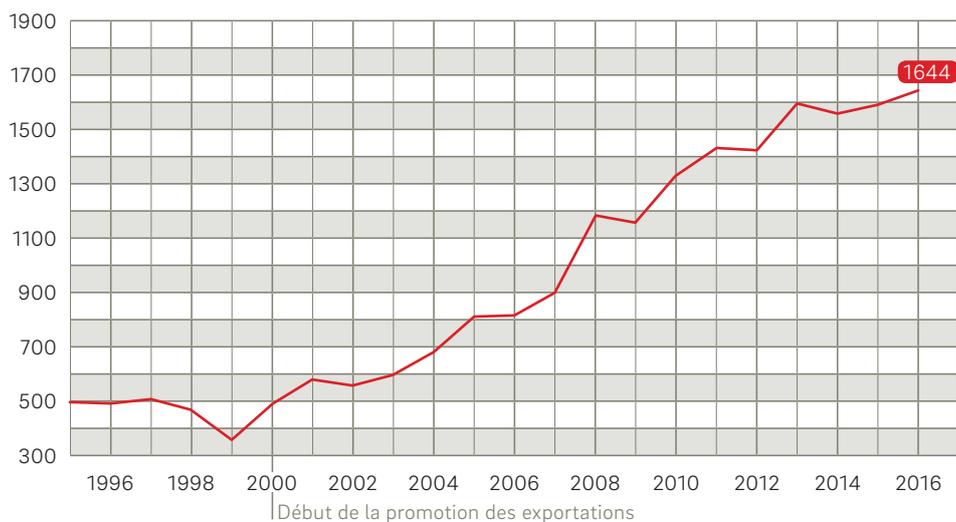


Sources: jusqu'à 2008 GfK, depuis 2009 Nielsen

### EXPORTATIONS

de fromage à raclette suisse

Exportations en tonnes



Source: TSM

## Contrôle de l'efficacité publicitaire 2016

Dans le cadre de l'activation de la consommation estivale, Raclette Suisse a décidé de réaliser un contrôle de l'efficacité du dernier spot télévisé sur les poêlons à gril. Il s'agissait également de tester l'intention d'achat pour le poêlon à gril présenté dans le spot. Un post-test a donc été réalisé à cet effet sous la forme d'un sondage en ligne auprès de 727 personnes. Les résultats sont réjouissants. Outre une grande reconnaissance et acceptation du spot télévisé de l'été, le sondage a montré que près d'un tiers des sondés achèteraient sûrement ou probablement le poêlon à gril au prix de 9.50 francs.

La campagne télévisée a été menée pendant 17 semaines en 2016 et répartie en trois vagues. La campagne estivale a bénéficié de trois semaines. Le contrôle de l'efficacité a révélé que les moyens financiers investis ont permis d'atteindre quelque 35,1 millions de contacts parmi le groupe cible. La pression publicitaire s'élevait en moyenne à 72 GRP durant les semaines TV, réservées essentiellement pendant la saison froide.



## Site Internet

Les statistiques du site Internet de Raclette Suisse révèlent que 245 214 utilisateurs ont consulté 752 838 pages au total en 2016. Depuis juin 2016, des campagnes publicitaires sont régulièrement diffusées sur les réseaux sociaux. Cette mesure a permis d'attirer plus de 20 000 personnes sur le site Internet de Raclette Suisse jusqu'à fin 2016.

Une part importante du trafic sur le site Internet est liée à la publication de concours. Ainsi, 141 000 personnes se sont laissé convaincre de participer, près de 50 000 ont consulté la banque de recettes, plus de 15 600 ont cliqué sur la page de location des fours et près de 10 000 ont eu recours au service des cartons d'invitation.



# Publicité

## Perspectives pour 2017

Les spots publicitaires saisonniers «Heidi» (hiver), «poêlon à gril» (été) et «randonnée» (automne) seront diffusés à la télévision et sur Internet avec pour objectif de déclencher une réaction chez les consommateurs et d'augmenter la consommation de fromage à raclette. À cela s'ajoute la présentation de diverses possibilités de consommation à l'intérieur et à l'extérieur dans une ambiance conviviale.

### Première vague

- Spots TV du 16 janvier au 26 février 2017
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Newsletter avec concours d'hiver
- Campagnes YouTube et de remarketing Google jusqu'au 22 janvier 2017
- Parrainage du village de Heidi du 15 mars à mi-novembre 2017 environ
- Concours et newsletter «village de Heidi»

### Deuxième vague

- Spots TV du 17 juillet au 6 août 2017
- 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
  - Promotion avec cadeau «poêlon à gril»
- De début juillet à fin août 2017:
  - 15 cinémas open air avec spot «poêlon à gril» et raclette sur place
- Concours et newsletter «village de Heidi»
- Newsletter avec concours d'été
- Campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux, YouTube et Google Shopping

### Troisième vague

- Spots TV du 2 octobre au 17 décembre 2017 environ (par vagues intermittentes)
- Panneaux électriques et beamer dans les gares, Passenger et Web TV, réseaux sociaux et campagnes Display chez Google
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Newsletter avec concours d'automne
- Newsletter avec concours de Noël

Flammekueches.

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



# 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 Lucerne

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

---

## **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

---

## **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 Aeschlimann**

Stockentalstrasse 60  
3647 Reutigen

Téléphone 033 657 78 49  
Fax 033 657 00 70  
info@kaeserei-aeschlimann.ch  
www.kaeserei-aeschlimann.ch

---

## **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

---

## **Küssnachter Dorfkäserei GmbH**

Greppenstrasse 57  
6430 Küssnacht

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

<https://www.raclette-suisse.ch/fr/location-de-fours/fours-a-raclette/>

**www.raclette-suisse.ch**

