

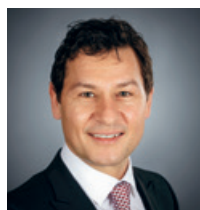
Rapport annuel 2018



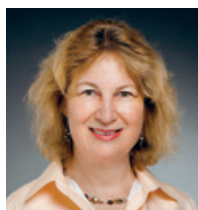
Éditorial



Jürg Simon
Président



Jürg Kriech
Directeur



Daniela Pachali
Assistante de direction

Le début de l'année 2018 a été pour le moins tempétueux. Le 3 janvier, la tempête hivernale Éleanor/Burglind balayait la Suisse avec des vents atteignant 195 km/h (Pilate). La pluie en altitude provoquait des avalanches et des coulées de boue. Dans l'Oberland bernois et en Valais, plusieurs villages ont été coupés du monde pendant plusieurs jours. Le 17 janvier, la tempête Evi s'abattait sur la Suisse, et le 18 janvier, la tempête Friederike dévastait le nord de l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas avec des vents à plus de 200 km/h. Le 22 janvier, après d'importantes chutes de neige dans les montagnes suisses et des pluies abondantes sur le Plateau, avalanches et éboulements malmenaient les réseaux routiers et ferroviaires. À nouveau, de nombreux villages étaient isolés. On a pu lire dans la presse que, pour se réchauffer et préserver la bonne humeur jusqu'à ce que la situation s'améliore, touristes et villageois ont misé sur la raclette et sa convivialité.

En février et en mars, le froid était au rendez-vous et a offert à la Suisse un long hiver. C'est ainsi que, pour la Raclette, la haute saison a continué, contribuant au succès du premier trimestre pour l'Association Raclette Suisse. Les grandes chaleurs de 2018, qui ont étouffé la Suisse et une grande partie de l'Europe, ont commencé début avril. Tous les mois jusqu'en novembre, les températures ont été trop élevées. Si bien que, calculée sur toute l'année 2018, la consommation de raclette dans les ménages suisses était inférieure de 216 tonnes (-2,7 %) à celle de l'année précédente.

Mais le bas niveau des ventes en Suisse a pu être largement compensé par des exportations accrues. En effet, pendant l'exercice sous revue, quelque 200 tonnes supplémentaires de fromage à raclette ont pu être écoulées en Europe et outre-mer. La hausse quantitative la plus importante a concerné l'Allemagne, qui a absorbé 113 tonnes supplémentaires. Le potentiel sur les marchés d'exportation est énorme, et grâce à une qualité irréprochable et à une prospection intensive, les exportateurs et l'association ont bon espoir de pouvoir encore augmenter les quantités exportées.

Nous tenons à remercier, d'une part, nos clients et nos partenaires pour la confiance accordée et pour leur précieux soutien et, d'autre part, nos membres et nos collaborateurs pour leur engagement inlassable en faveur du fromage le plus convivial de Suisse.

Jürg Kriech
Directeur de Raclette Suisse

SOMMAIRE

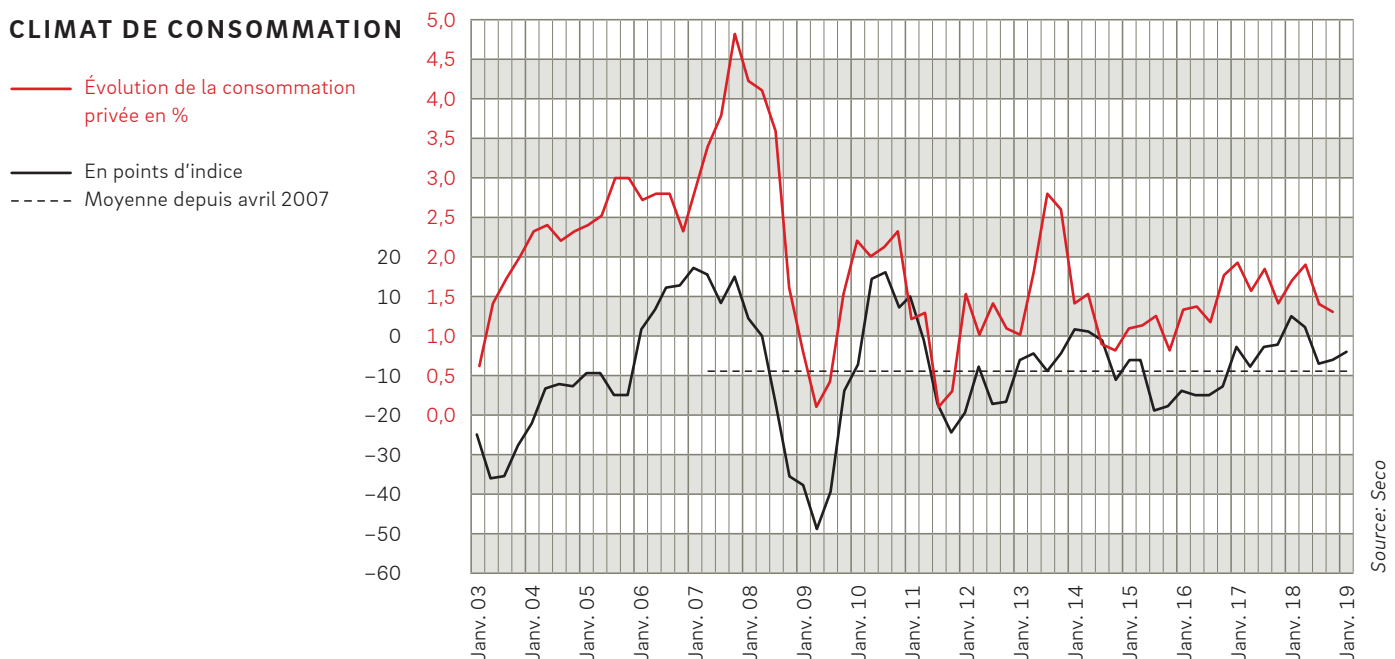
Situation économique	Stratégie 7	Publicité
Rétrospective 2018 2		Perspectives 2019 14
Perspectives 2019 3	Activités 2018	
Organisation 4	Campagnes TV 8	Membres 16
Produit 5	Campagnes en ligne, réseaux sociaux, marketing e-mail 9	Secrétariat 18
Histoire 6	Promotion on-pack, promotion des ventes ... 10	
	Sponsoring 11	
	Exportations 13	

Situation économique

Rétrospective 2018

En 2018, l'économie suisse se trouvait dans une phase de haute conjoncture. Pourtant, la croissance du commerce de détail n'a été que modérée (+0,4 %). Cela est dû au fait que le commerce de denrées alimentaires a progressé de 1,3 %. Pour sa part, le secteur non alimentaire a reculé de 1,3 %. Une nouvelle fois, le marché de la mode est davantage touché par ce recul que la moyenne, et ce, en raison de nombreuses fermetures. Cela s'explique entre autres par la légère baisse du pouvoir d'achat des consommateurs due au renchérissement général de 0,9 %. La presse négative concernant la dispute commerciale – non résolue fin 2018 – entre les États-Unis et la Chine ainsi que ses potentielles répercussions ont également eu un effet de frein sur la croissance mondiale. Sans compter les discussions sur le budget de l'Italie au sein de l'UE et le blocage des réformes en Suisse (AVS, réforme de l'imposition des entreprises, accord-cadre avec l'UE), qui ont aussi miné le moral des consommateurs.

CLIMAT DE CONSOMMATION



La forte demande de la zone euro en produits d'exportation suisses a donné des ailes au commerce extérieur et donc à l'industrie indigène, ce qui, partant, a encouragé les entreprises à investir. Au total l'an dernier, les exportations réelles et les investissements en biens d'équipement ont connu une croissance nettement supérieure à la moyenne. En conséquence, le produit intérieur brut réel suisse a pris l'ascenseur, augmentant de 2,7 %: une valeur qui n'avait plus été atteinte depuis 2010, année de la reprise économique.

Le commerce en ligne ou par correspondance a également progressé en 2018. Cette tendance devrait encore s'accroître – notamment pour le segment non alimentaire – en raison de l'entrée (partielle) d'Amazon sur le marché.

L'évolution du taux de change EUR/CHF est réjouissante. En effet, entre janvier et décembre 2018, celui-ci a augmenté de 5 % par rapport à l'année précédente.

Perspectives 2019

Dans la zone euro, l'économie tutoie le marasme. En Chine, elle est en perte de vitesse. Récemment, préoccupée par l'affaiblissement de l'économie nationale, la Réserve fédérale américaine a renoncé à une nouvelle hausse des taux d'intérêt. Ce n'est pas bon signe pour l'économie suisse. Pour le moment, les exportateurs suisses gardent le moral. Les carnets de commandes des entreprises se portent bien et les capacités de production sont pleinement utilisées, comme le montre l'indice des directeurs d'achat (PMI) publié pour le mois de janvier. Mais la conjoncture industrielle se dégrade. Les développements récents de la branche automobile préoccupent de nombreux fournisseurs helvétiques. Seule la moitié des PME interrogées par Switzerland Global Enterprise (S-GE) prévoit une hausse des exportations pour le premier trimestre 2019. La conclusion du sondage est claire: l'année record 2018 ne se répétera pas.

Néanmoins, la demande intérieure et donc la consommation privée devraient connaître en 2019 une croissance semblable à celle de 2018. En effet, c'est ce qu'indique l'amélioration continue de la situation sur le marché du travail, qui est généralement à la traîne par rapport à la conjoncture. En outre, les économistes de Credit Suisse s'attendent à ce que le pouvoir d'achat de la population augmente légèrement, et ce, pour la première fois depuis deux ans. Actuellement, il semble peu probable que la croissance démographique reprenne cette année si la situation sur le marché du travail des pays européens d'origine ne se détériore pas soudainement. Dans ce contexte en 2019, la croissance de la demande en denrées alimentaires devrait à peu près suivre la courbe de croissance démographique (environ 0,8 %). Dans le même temps, il faut s'attendre à une certaine pression sur les prix, exercée bien plus par les discounters établis en Suisse – qui semblent maintenir leurs stratégies d'expansion – que par les taux de change et le tourisme d'achat.



Les poêlons à gril sont fin prêts.

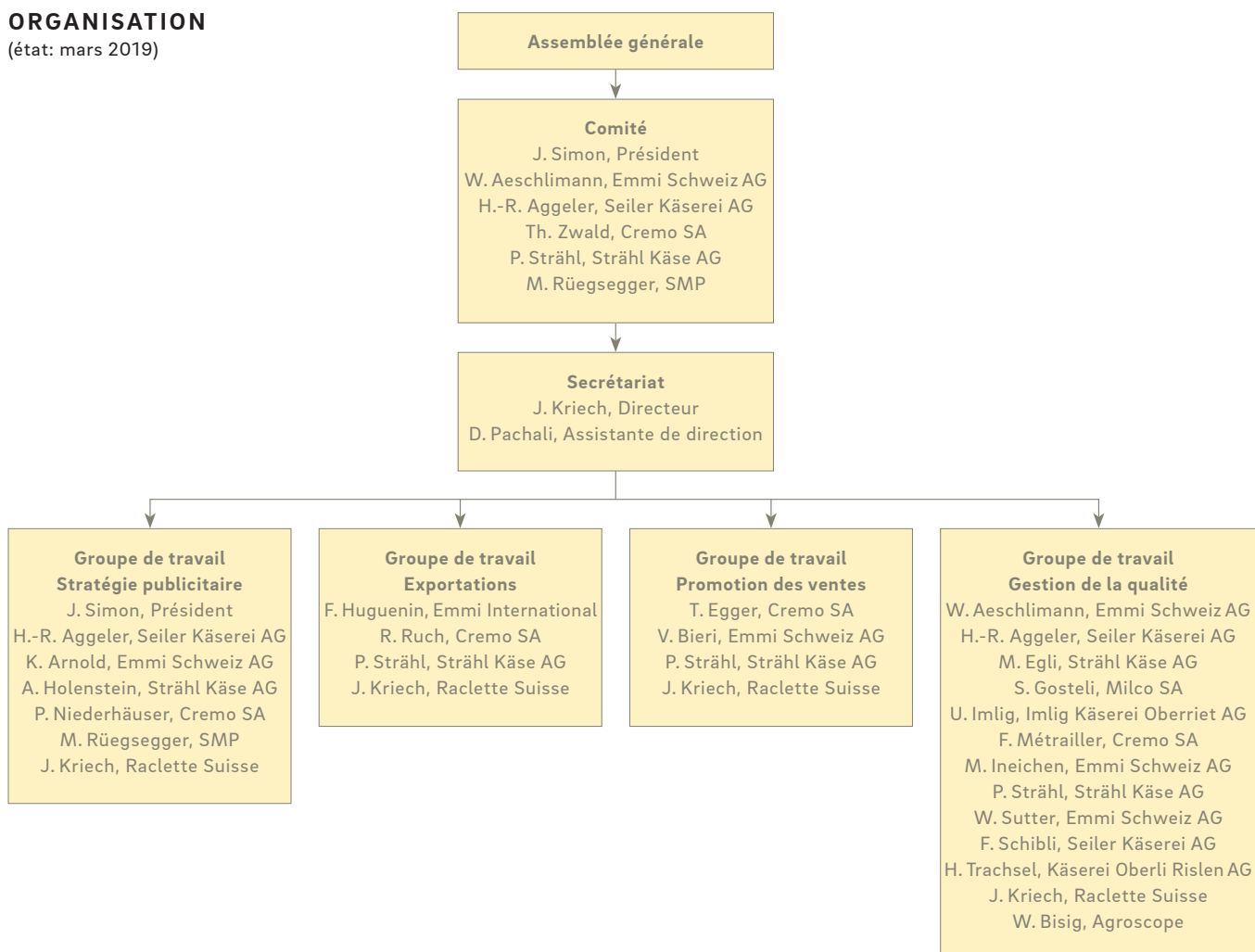
Organisation

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®. Dans le domaine de la publicité générique, le comité détermine et contrôle les objectifs, les mesures et l'utilisation des moyens prévus pour la réalisation du concept de marketing. Le secrétariat est une petite structure comportant 1,5 poste. Afin de mener à bien ces tâches, il collabore avec divers groupes de travail, des groupes de projets spécifiques et des prestataires externes.

En 2018, l'association a accueilli cinq nouveaux fabricants de fromage à raclette. Fin 2018, l'association comptait ainsi 25 membres.

ORGANISATION

(état: mars 2019)



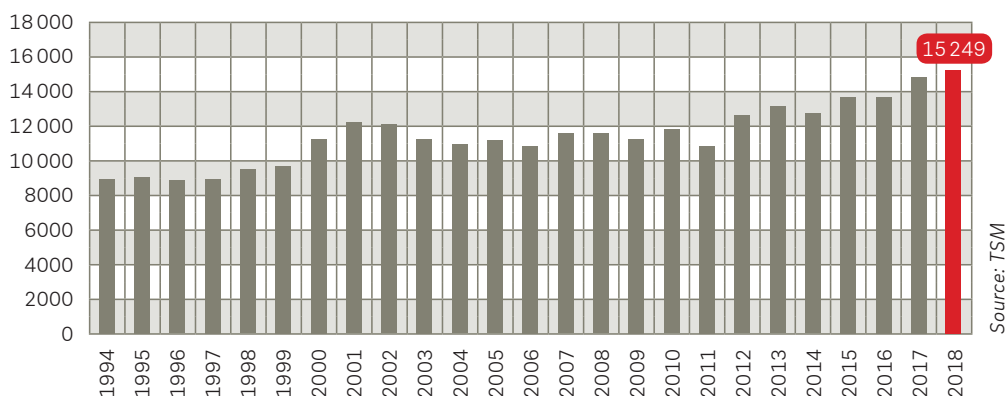
Produit

Le 28 juillet 1994, l'Union centrale des producteurs suisses de lait (UCPL) déposait la marque Raclette Suisse®. En même temps, l'Association Raclette Suisse voyait le jour. Depuis, les quantités produites n'ont cessé d'augmenter, passant de 8943 tonnes à 15 249 tonnes en 2018 (+6306 t / +70,5 %). Un volume qui permet à Raclette Suisse de se hisser à la troisième place du podium des interprofessions fromagères.

PRODUCTION

de fromage à raclette suisse

Volume de production, en tonnes



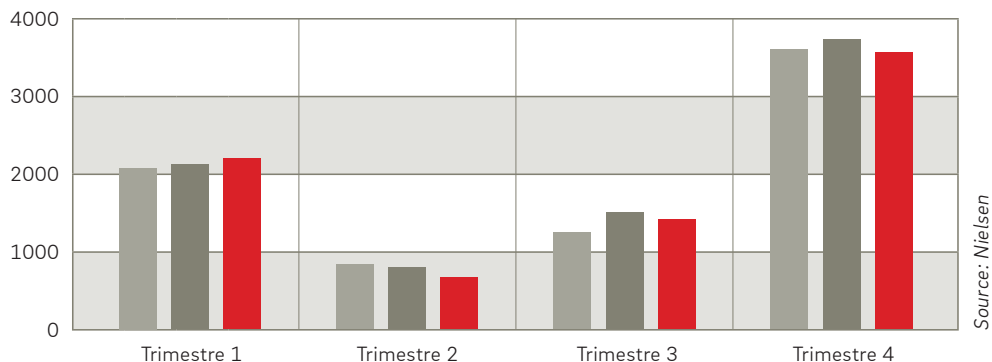
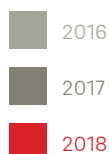
L'assortiment se compose de fromage à raclette produit à partir de lait pasteurisé, de lait cru, de lait thermisé, de lait de montagne, de lait de chèvre et de lait de brebis. Raclette Suisse propose en outre un grand assortiment de fromage à raclette aromatisé, affiné avec des ingrédients soigneusement sélectionnés. Depuis des années, les variantes les plus populaires sont celles au poivre, à l'ail et au paprika.

De nombreuses années durant, la raclette a été vantée comme étant un plat à consommer pendant la saison froide. Aujourd'hui encore, c'est pendant cette période de l'année que les ventes se portent le mieux. En raison des fluctuations saisonnières et du temps d'affinage (habituellement de 90 à 120 jours), la production est plus faible de décembre à février. À partir de mars, le volume de production augmente continuellement pour atteindre ses plus hautes valeurs de juin à octobre.

CONSOMMATION TOTALE

de raclette par les ménages

Consommation en tonnes



En 2018, par rapport à 2017, la consommation de raclette des ménages a diminué, passant de 8092 à 7876 tonnes (-216 t / -2,7 %). Or, par rapport à 2016, la consommation par les ménages a augmenté de 145 tonnes (+1,8 %).

Histoire



Des tranches de fromage préparées sans difficulté grâce au coupe-raclette professionnel.

La littérature spécialisée fait parfois remonter la raclette au Moyen Âge déjà. De fait, un écrit de l'ancien monastère de Muri (AG) mentionne une production de fromage dans la région d'Unterwald au XII^e et au XIII^e siècle. Le document en question contiendrait même des récits de l'économie alpestre évoquant un fromage que l'on fait fondre à la chaleur de la braise. Pour ce faire, les bergers mettaient une demi-meule de fromage près du feu afin de la faire fondre, couche après couche. En Valais, les premières traces écrites de ce mode de préparation du fromage datent de l'an 1574. On retrouve aussi ce plat typique dans les aventures de «Heidi» racontées par Johanna Spyri. Dans ces régions, le fromage a longtemps été le principal aliment de base des habitants des alpages. Il a toutefois fallu attendre le XX^e siècle pour que la raclette descende dans les vallées et se mue en plat national suisse. C'est en 1909 en Valais que le fromage à rôtir a été rebaptisé «raclette», le raclette servant à préparer la raclette, à savoir la dégustation du fromage fondu raclé directement de la meule. À cette époque, un nombre croissant de coopératives fromagères sont créées en plaine, ce qui permet à la production de fromage à raclette de s'établir de plus en plus sur le Plateau.

Aujourd'hui encore, les producteurs de raclette suisse sont influencés, tant culturellement que socialement, par la tradition de production laitière et fromagère de la Suisse. La fabrication du raclette est devenue une véritable culture où chaque fabricant met son savoir-faire et toute sa fierté professionnelle à créer un produit exceptionnel.

Stratégie

La stratégie de marketing présente la raclette comme un repas traditionnel que l'on savoure chez soi, dans une ambiance chaleureuse et conviviale. Un mix de mesures équilibré vise à atteindre en premier lieu les personnes tenant ménage de la tranche d'âge de 20 à 59 ans. Le mix marketing comporte de la publicité TV classique, du sponsoring et un accompagnement de tournée, des campagnes en ligne, un shop en ligne, un site web et une page Facebook dédiés, des dégustations, des concours, des annonces et la tenue de stands. Si ces mesures sont réalisées toute l'année, elles se focalisent principalement sur la saison froide.

L'accent est également mis sur la consommation en plein air, ce qui encourage à la consommation aussi pendant la saison chaude. Pour ce faire, des recettes sont élaborées et des campagnes mettent en scène le poêlon à gril et le mini-four à emporter avec ses bougies à réchaud.



Grillades pour enfants.
Avec les copains, c'est encore meilleur.

Activités 2018

En 2018, l'Association Raclette Suisse a visé les amateurs du fromage fondu avec ses mesures de communication. S'agissant de la consommation de fromage à raclette, les principaux groupes cibles importants ont été atteints via de nombreux canaux, de la publicité télévisée classique comme les spots TV aux publications sur les réseaux sociaux.



Pub TV.

Une raclette entre amis est non seulement délicieuse, mais assure aussi la bonne humeur.

Campagnes TV

En tout, Raclette Suisse a réalisé quatre campagnes télévisées en 2018. En été, un spot sur le poêlon à gril, qui met en scène la préparation de la raclette sur le gril, a été diffusé. Afin d'élargir sa portée, le spot a été diffusé de mi-mai à fin août, avec une rotation plus intense les semaines précédant la Fête nationale. De plus, une vidéo de sept secondes a été placée avant, pendant et après la fenêtre de diffusion du soap-opéra de RTL «Au rythme de la vie (Gute Zeiten, Schlechte Zeiten)». Ce sponsoring, d'une durée de deux semaines, a permis une meilleure atteinte du groupe cible. Les spots montraient le sentiment de communauté qui naît lorsqu'on prépare une raclette entre amis et encourageaient les téléspectateurs à déguster eux-mêmes une raclette avec leurs proches.

En hiver 2018 a lieu la première diffusion du nouveau spot publicitaire avec la star alémanique Marc Trauffer (TRAUFFER), le sculpteur sur bois et musicien qui chante en dialecte. On l'y voit partager une raclette en plein air avec un groupe de jeunes gens, devant des montagnes enneigées. Un après-ski savoureux, préparé en un tournemain grâce au four à raclette Racly. Le spot appelle à faire de même.

De nombreuses publications photo et vidéo placés sous la devise «Une raclette entre amis, c'est toujours bon » ont été affichées sur Facebook, en tant qu'annonces, sous la forme de bannières ou sur l'écran de transports publics.

Campagnes en ligne

La communication dans les médias numériques s'est faite sous la forme de publicités Google Ads, de display programmatique et de vidéos. Des idées de recettes, des modèles de four à raclette, des concours et des vidéos actuelles y ont été mis en avant afin de renforcer les attributs «Convivialité & Plaisir» de la marque Raclette Suisse®.

Au second semestre, sur le portail d'excursions à l'intention des familles loisirs.ch, Raclette Suisse a lancé des campagnes mettant en scène tant à l'intérieur qu'à l'extérieur le fromage le plus convivial de Suisse, et ce, de manière ludique. En octobre, les utilisateurs de loisirs.ch ont reçu comme mission de dénicher 10 poêlons à raclette qui avaient été disséminés sur le site. Les gagnants ont remporté des prix attrayants.

Réseaux sociaux

Raclette Suisse a publié de nombreux posts spécifiques sur Facebook. Jusqu'à fin 2018, une base de 24 500 fans a ainsi pu être formée. Outre les vidéos de raclette, les recettes, les conseils de préparation et les promotions, des concours ont aussi été publiés afin de renforcer la portée et la visibilité sur les réseaux sociaux. À noter un jeu de cache-cache sous la forme d'un panorama à 360° dans lequel il fallait trouver TRAUFFER avant de le nommer en commentaire. En un très bref laps de temps, la publication a atteint plus de 80 000 personnes, a été commentée 2460 fois et partagée plus de 120 fois.

Marketing e-mail

S'agissant du marketing par e-mail, six newsletters personnalisées ont été envoyées à plus de 115 000 abonnés en 2018. Le taux d'ouverture moyen s'est situé à 30 % et a nettement augmenté le nombre de visiteurs sur le site www.raclette-suisse.ch.



Campagne d'automne.
Avec des bannières ciblées, les clients potentiels sont rendus attentifs à l'offre diversifiée de Raclette Suisse.

Promotion on-pack

En mai et en juin 2018, dans les rayons de Coop, quelque 300 000 auto-collants ont fleuri sur l'assortiment de fromage à raclette. L'achat d'un emballage de fromage à raclette donnait droit à participer à un concours qui mettait en jeu 250 x 2 tickets de cinéma pour la saison open-air 2018. Plus de 16 000 participations ont été enregistrées.



La promotion a été annoncée le 22 mai 2018 dans Coopération et Coopzeitung.

Promotion des ventes

En hiver (semaines 4 à 6) et en automne (semaines 46 à 48), des promotions se sont déroulées dans 50 hypermarchés Coop et filiales Coop City dans toute la Suisse, à des fins de dégustation, de démonstration et de distribution d'échantillons. 500 contacts clients ont été générés dans chaque point de vente, pour deux journées d'activités. La clientèle a pu y déguster plusieurs sortes de fromage à raclette accompagnées de légumes au vinaigre de l'entreprise partenaire Chirat.



La recette du succès!
Fromage à raclette fondu de Raclette Suisse® avec pommes de terre et légumes au vinaigre de Chirat. Cette affiche a été placardée 1450 fois de la semaine 3 à la semaine 6 à proximité des centres commerciaux et des domaines skiables.

Sponsoring TRAUFFER – En tournée avec l'artiste

De mi-mars à fin-mai 2018, Raclette Suisse a accompagné la tournée helvétique du populaire «alpentainer» TRAUFFER lors de 16 concerts. L'association a profité de divers canaux de communication dans le cadre de cette tournée fortement médiatisée, procédant à la publication de newsletters, de posts sur les réseaux sociaux et tirant au sort de convoités sésames permettant un «meet & greet» avec la star alémanique. Les 75 000 spectateurs ont eu l'occasion de se délecter non seulement d'une production scénique musicale distrayante, mais aussi d'une savoureuse raclette, pendant et après les concerts.

Le 23 novembre, TRAUFFER a fait monter sur scène deux invités de marque – DJ Bobo et Gölä – pour enflammer les 14 000 fans présents au Hallenstadion de Zurich à l'occasion d'un concert à guichet fermé. Raclette Suisse était de la partie, avec des stands proposant de la raclette et de nombreux supports publicitaires.



Grand spectacle de TRAUFFER.
Dans l'ambiance détendue d'un village d'alpage pittoresque, les spectateurs reprennent des forces avec une savoureuse raclette.

Sponsoring Raclette au grand air

En automne, TRAUFFER s'est engagé une nouvelle fois comme ambassadeur de l'association en montrant les avantages du poêlon à gril dans les activités au grand air. Quand on part en vadrouille en Suisse, en général on trouve sans difficulté des espaces spécialement aménagés pour les grillades, si bien qu'avec un poêlon à gril, des tranches de fromage à raclette, quelques accompagnements et un peu de pain, on peut se ragaillardir au grand air d'une façon sympathique.



Poêlon à gril pour raclette.
TRAUFFER montre l'exemple pour savourer une excellente raclette même en vadrouille.

Parrainage de cinémas open air

En été 2018, plus de 190 000 personnes ont profité des divertissements proposés par les cinémas open air de Coop dans 14 localités de Suisse. À côté des temps forts sur grand écran, une offre gastronomique riche permettait aux visiteurs de se restaurer avant la projection ou pendant l'entracte. Quelque 21 000 portions de raclette ont été écoulées dans une ambiance conviviale.



Coop Open Air Cinema.
Expérience cinématographique estivale en couple ou entre amis, avec une raclette à ciel ouvert.

Sponsoring Le village de Heidi à Maienfeld

En août, dans le cadre du parrainage du village de Heidi, une autre projection cinématographique en plein air s'est déroulée pour les gagnants d'un concours.



Nouveau cinéma open air.
Dès 2019, Coop Open Air Cinema élargit son offre au village de Heidi à Maienfeld.

Exportations

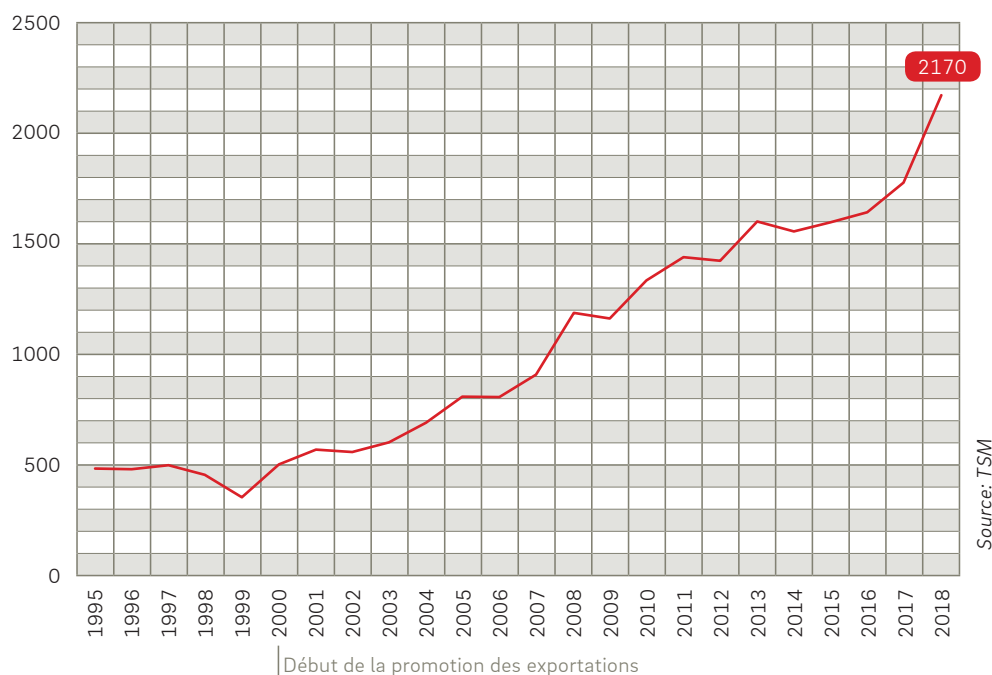
Sur les principaux marchés à l'exportation que sont l'Allemagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg, la demande a été stimulée au moyen d'une campagne de collecte de points, d'autocollants sur les emballages, de produits publicitaires, de flyers de recettes, de divers articles de blogueurs et d'une émission radio diffusée en Allemagne sur le thème des grillades végétariennes. Plus d'un million d'emballages ont également attiré l'attention de la clientèle sur un microsite de Raclette Suisse dédié au produit naturel qu'est le Raclette Suisse®, et qui permettait de trouver bien d'autres informations à ce sujet.

Les exportateurs ont soutenu les ventes de fromage à raclette par des activités d'exportation ciblées. Aujourd'hui, le fromage à raclette suisse est exporté dans le monde entier. En 2018, le volume total d'exportation a augmenté de 400 tonnes (+22,6 %) par rapport à l'année précédente, établissant ainsi un nouveau record de 2170 tonnes.

EXPORTATIONS

de fromage à raclette suisse

en tonnes



En 2018, les exportations ont atteint un nouveau sommet, s'établissant à 2170 tonnes. (+400 t / +22,6 %).

Publicité

Perspectives 2019

De nouvelles mesures de communication ciblées dans les médias traditionnels et numériques sont prévues en 2019 afin d'informer les clients potentiels et les clients fidèles des actualités et des nouvelles tendances concernant le fromage à raclette, de les divertir et de faciliter leurs décisions d'achat. L'accent continuera d'être mis sur un contact personnalisé et adapté aux besoins.

Première vague

- Diffusion de spots TV sur les chaînes du groupe Goldbach, du 14 janvier au 24 février 2019, y compris format billboard pour le feuilleton «Au rythme de la vie» en Suisse alémanique, les semaines 3 et 4
- Puis, contrôle de l'efficacité publicitaire
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Envoi de newsletters, avec concours aux semaines 4 et 12
- Annonces dans le Tagesanzeiger en semaine 4, publireportage dans le magazine «La Tavola» en semaine 2
- Publications et campagnes en continu sur Facebook
- Projet pilote: production d'une vidéo sur la raclette et les dialectes, en collaboration avec Radio Energy pour la communauté en ligne
- Pour la première fois, production de 6 clips culinaires
- Concours et article de blog à propos du «petit four à raclette à emporter» sur le site wegwandern.ch, en janvier et en février 2019
- Parrainage du village de Heidi de mi-mars à mi-novembre 2019



Vous trouverez nos «poivrons farcis au fromage à raclette» et d'autres appétissantes recettes sur www.raclette-suisse.ch/fr/recettes.

Deuxième vague

- Diffusion de spots TV sur les chaînes du groupe Goldbach, du 1^{er} juillet au 11 août 2019, y compris format billboard pour le soap-opéra de RTL «Au rythme de la vie»
- Campagnes d'animation en fonction de la météo, sur les écrans des transports publics et, le cas échéant, distributions d'échantillons dans des stations-service
- Production vidéo en collaboration avec TRAUFFER sur le thème de la randonnée et de l'utilisation du poêlon à gril
- Production vidéo de deux blogueurs du site loisirs.ch sur le plaisir de la raclette en randonnée
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Promotions on-pack en mai et juin avec insert dans Coopération et Coopzeitung, envoi de newsletters et concours mettant en jeu 500 tickets de cinéma open air
- Sponsoring de Coop Open Air Cinema avec raclette sur place et diffusion du spot «poêlon à gril» à 14 emplacements de début juillet à fin août 2019, ainsi que pour deux semaines supplémentaires au village de Heidi à Maienfeld, mi-août 2019
- Organisation du concours d'été et du concours lié au village de Heidi, avec l'envoi de newsletters
- Campagnes d'annonces et de vidéos sur les réseaux sociaux, Google et les réseaux partenaires
- Annonces dans le magazine La Tavola en juillet 2019

Troisième vague

- Diffusion de spots TV en octobre et novembre 2019
- Diffusion de vidéos sur les écrans de transports publics, sur le web et les réseaux sociaux; bannières publicitaires sur Google
- Dégustations dans le commerce de détail aux niveaux régional et national
- Envois de newsletters avec les concours d'automne et de Noël
- Réalisation d'un compte-rendu vidéo par TRAUFFER de la raclette dans une grotte
- Mise en œuvre d'autres idées en collaboration avec Radio Energy

Membres

Appenzeller Milchspezialitäten AG

Hauptstrasse 48
9105 Schönengrund

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

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

Berg-Käserei Gais

Forren 22
9056 Gais

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

Fromagerie Friesenheid

Friesenheid 157
3185 Schmitten

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

Käserei Aeschlimann

Stockentalstrasse 60
3647 Reutigen

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

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

Käserei Hüpfenboden

Hüpfenboden
3555 Trubschachen

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

Cremo SA

Case postale 167
1701 Fribourg

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

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

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

Emmi Schweiz AG

Landenbergstrasse 1
6005 Luzern

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

Käserei Rüegg GmbH

Neueggstrasse 2
8340 Hinwil-Ringwil

Téléphone 079 457 31 37
Fax 044 937 47 46
kaesereiruegg19@bluewin.ch

Käse Thurgau AG

Landstrasse 9
8580 Hagenwil b. Amriswil

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

Säntis Käserei Linden

Linden 4
9300 Wittenbach

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

Küssnachter Dorfkäserei GmbH

Greppenstrasse 57
6430 Küssnacht

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

Seiler Käserei AG

Industriestrasse 45
6074 Giswil

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

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

Sepp Brülisauer Käse AG

Unterdorf 6
5444 Küntén

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

Strähl Käse AG

Bahnhofstrasse 1
8573 Siegershausen

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



Shop en ligne

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

Location de fours à raclette

www.raclette-suisse.ch/fr/location-de-fours
Téléphone 031 359 57 86
Hotline 031 359 57 85

www.raclette-suisse.ch

