

# Rapport annuel 2019





## Éditorial



Jürg Simon  
Président



Jürg Kriech  
Directeur



Daniela Pachali  
Assistante de direction

L'exercice 2019 aura été une bonne année pour l'Association Raclette Suisse. Les exportations ont augmenté de plus de 800 tonnes. Les ventes de fromage à raclette à l'étranger étaient en hausse chaque mois. Nous devons continuer à promouvoir la tendance à consommer de la raclette toute l'année, d'autant plus que les hivers sont de moins en moins enneigés et que les températures augmentent. Les ventes sur le marché intérieur sont restées stables et se situent toujours à un haut niveau. La mozzarella et le Gruyère AOP sont les seuls fromages dont la consommation annuelle par habitant en Suisse est plus élevée, alors même que, traditionnellement, le fromage à raclette n'est consommé que durant les mois froids de l'année.

Le fromage suisse compte parmi les meilleurs au monde. Ce succès, nous le devons en grande partie à des fromagers chevronnés et appliqués à la tâche, à une matière première d'excellente qualité et à des cultures bactériennes de pointe. Afin de conserver notre longueur d'avance et de sans cesse renforcer l'image positive des produits laitiers suisses, l'IP Lait a introduit le standard sectoriel pour le lait durable suisse le 1er septembre 2019. Cette norme de durabilité comprend, entre autres, la participation à des programmes favorisant le bien-être animal, la composition d'un fourrage durable ainsi que des prestations dans le domaine de la biodiversité. D'autres exigences concernent la formation professionnelle et la réduction des antibiotiques.

L'Association Raclette Suisse s'engage depuis 25 ans avec succès pour promouvoir le plat national par excellence. Nous remercions nos clients, nos partenaires et nos collaborateurs pour la confiance qu'ils nous témoignent depuis de nombreuses années 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!

Jürg Kriech  
Directeur de Raclette Suisse

## SOMMAIRE

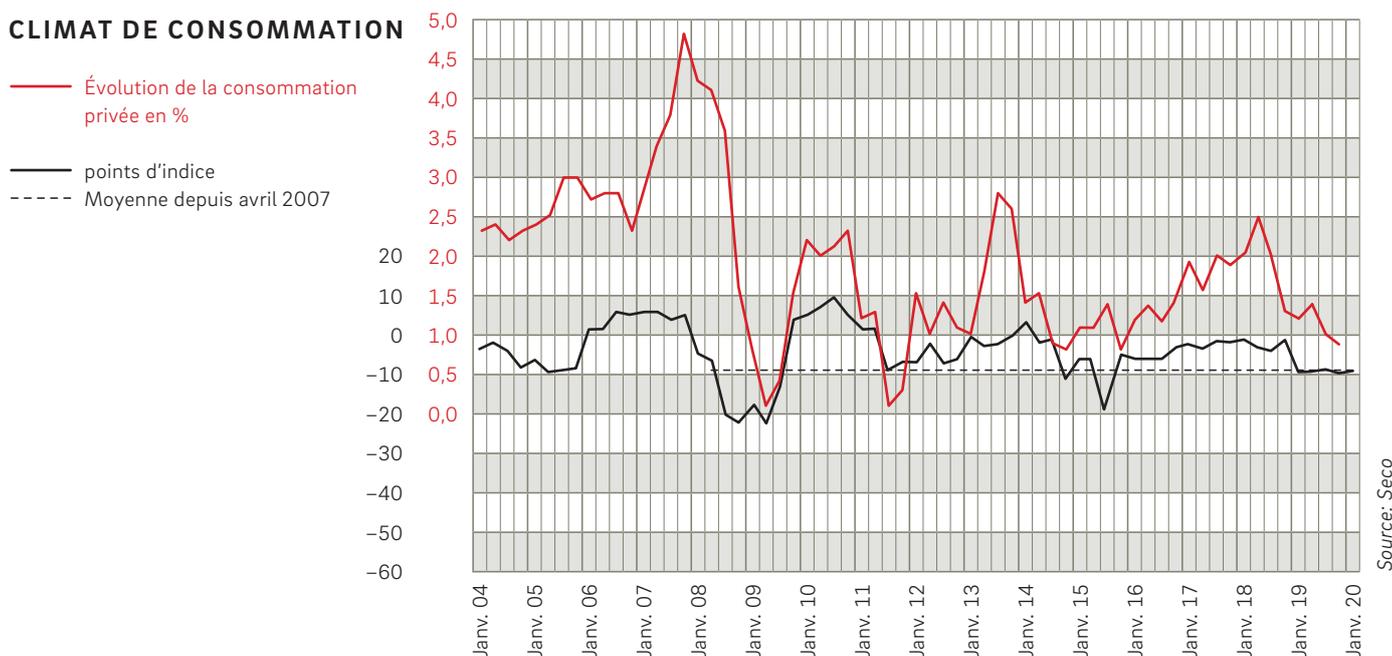
<b>Situation économique</b>		
Rétrospective 2019 .....	2	
Perspectives 2020 .....	3	
<b>Organisation</b> .....	4	
<b>Produit</b> .....	5	
<b>Histoire</b> .....	6	
<b>Stratégie</b> .....	7	
<b>Activités 2019</b>		
Campagnes TV .....	8	
Campagnes en ligne, réseaux sociaux, marketing e-mail .....	9	
Promotion on-pack, promotion des ventes ....	10	
Sponsoring .....	12	
Exportations .....	13	
<b>Publicité</b>		
Perspectives 2020 .....	14	
<b>Membres</b> .....	16	
<b>Secrétariat</b> .....	18	

# Situation économique

## Rétrospective 2019

L'année 2019 a été marquée par un contexte géopolitique difficile. Les différends commerciaux entre les États-Unis et les Chine se sont plusieurs fois aggravés, ébranlant les marchés financiers. Les manifestations à Hong-Kong, en Asie, et les tergiversations dans les négociations du Brexit, en Europe, ont fait peser de grandes incertitudes sur les relations commerciales. Par conséquent, la demande étrangère en produits d'exportation suisses a ralenti dans la plupart des secteurs. Toutefois, les exportations de fromage n'ont pas été touchées, enregistrant même sur l'année une hausse de 4,5 %. Contrairement à l'année précédente, les secteurs Food et Near Food n'ont pas progressé de manière fulgurante, mais leur chiffre d'affaires nominal a tout de même augmenté de 0,5 %. Dans le domaine alimentaire, cette hausse pourrait s'expliquer en partie par des taux de croissance assez bons sur le marché des discounters, à savoir Denner, Aldi et Lidl. Elle s'explique aussi par la multiplication des shops de station-service et points de vente de convenience food, dont le chiffre d'affaires a augmenté de plus de 36 % depuis 2010.

### CLIMAT DE CONSOMMATION



Source: Seco

Le ralentissement de l'économie européenne durant l'année a entraîné une nouvelle dépréciation de l'euro vis-à-vis du franc suisse. Le taux de change EUR/CHF s'élevait à environ 1.13 en début d'année, avant de descendre à 1.10. Il est ainsi resté constamment plus bas que l'année précédente, augmentant le pouvoir d'achat des Suisses à l'étranger. D'après les économistes de Crédit Suisse, c'est en Allemagne que la différence de prix (taux de change compris) reste la plus élevée pour un panier d'achats typique: en 2019, les Suisses ont payé 48 % de plus que les Allemands, 41% de plus que les Français et 42 % de plus que les Italiens. Le tourisme d'achat est donc resté attractif et a pénalisé le commerce de détail suisse.

## Perspectives 2020

La force du franc suisse pourrait bien empêcher une croissance dynamique en 2020. La croissance démographique (pronostic: 0,9 %) et la légère hausse du pouvoir d'achat, favorisée par l'augmentation anormalement basse des primes des caisses maladie, devraient influencer positivement sur le chiffre d'affaires nominal du commerce de détail et lui permettre d'augmenter légèrement (pronostic: 0,4 %). Le commerce stationnaire en Suisse et à l'étranger devra peut-être de nouveau faire face à une légère baisse de la demande. En revanche, la vente en ligne/par correspondance devrait une nouvelle fois gagner quelques points de pourcentage.

La promotion des ventes gagne en importance. Cette évolution est très fortement influencée par les fabricants. D'après Crédit Suisse, 34 % des acteurs industriels comptent investir davantage dans les activités en point de vente. La comparaison des différents secteurs sur le marché révèle avant tout que les représentants du secteur Food et Near Food consacrent un peu plus de moyens au budget publicitaire, tandis que les acteurs du secteur non-alimentaire ont tendance à procéder à des coupes.

Depuis le début de l'année, le nouveau coronavirus (SARS-CoV-2) apparu en Chine se répand dans le monde entier. Plus de 3200 personnes en sont déjà décédées et plus de 95 000 cas de contamination ont été recensés dans 78 pays à l'heure d'écrire ces lignes (état au 5 mars 2020). Du fait de la situation actuelle et de la propagation du virus, le Conseil fédéral a décrété, le 28 février 2020, l'état de «situation particulière» conformément à la loi sur les épidémies. Il a notamment interdit les rassemblements publics de plus de 1000 personnes dans un premier temps jusqu'au 15 mars 2020. Par conséquent, de grandes manifestations telles que le carnaval de Bâle, le Salon de l'automobile de Genève et diverses rencontres sportives ont dû être annulées. Il est encore impossible de prévoir quand la situation va s'améliorer et à quel point l'économie mondiale en sortira affectée.



Un climat de consommation en hausse.

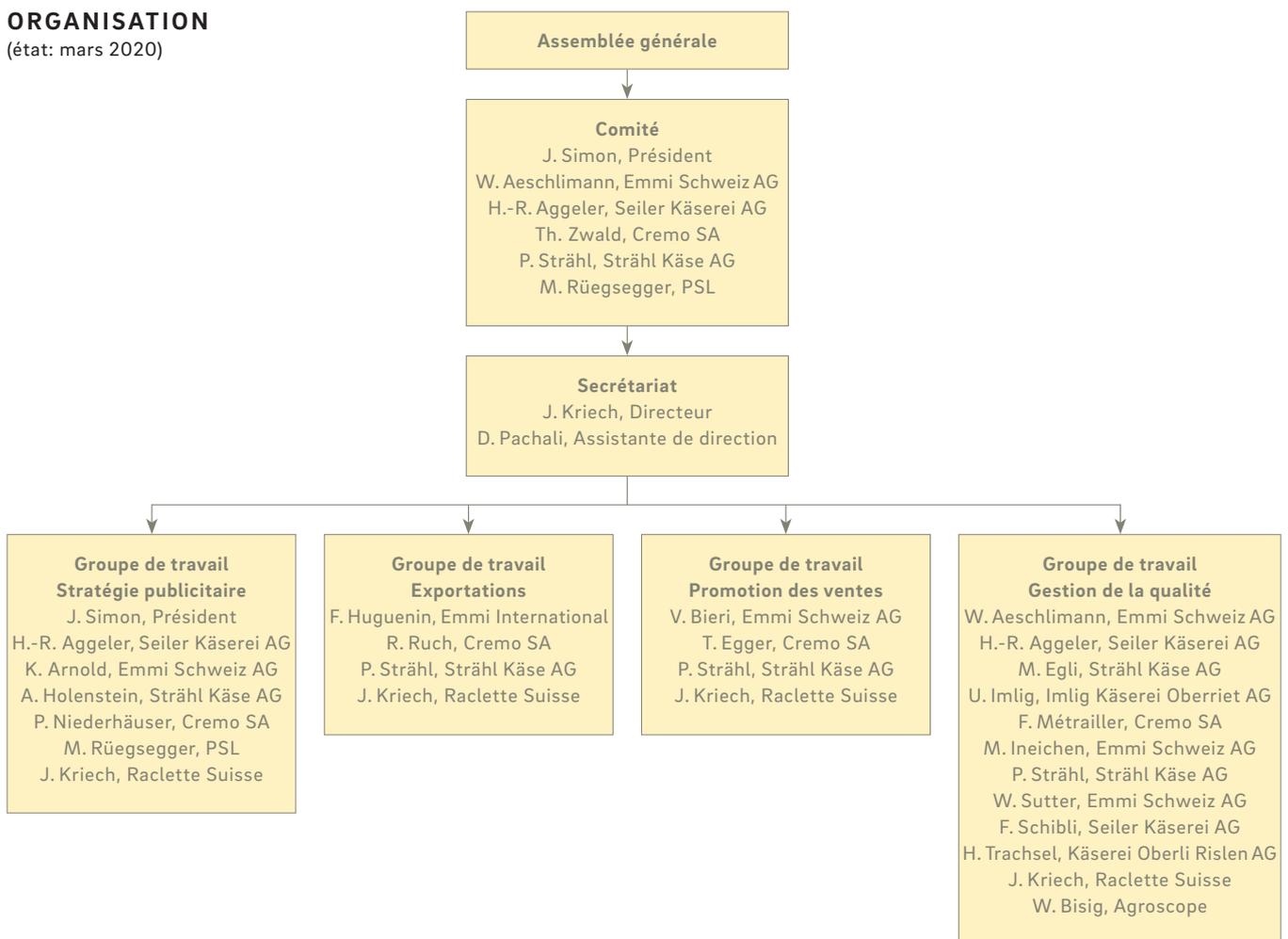
# Organisation

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 qui compte 1,5 poste. Pour mener à bien l'ensemble des tâches, il collabore avec différents groupes de travail et groupes de projet spécifiques, ainsi que des prestataires externes.

En 2019, six fabricants de fromage à raclette ont rejoint l'association. Une fromagerie a cessé sa production. À la fin de l'année, l'Association Raclette Suisse comptait au total 30 membres.

## ORGANISATION

(état: mars 2020)



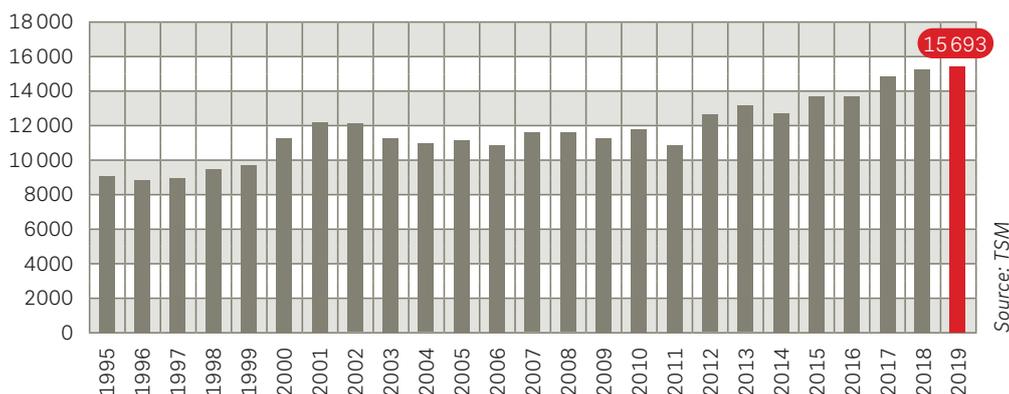
# Produit

Depuis 25 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 1995 à 15 693 tonnes en 2019 (+6750 t / +75 %). Durant l'année sous revue, la quantité de fromage produite a augmenté de 444 tonnes par rapport à 2018 (+2,9 %).

## PRODUCTION

de fromage à raclette suisse

Volume de production, en tonnes



Bonne humeur, bonne ambiance, accompagnements variés et moments conviviaux: la raclette a beaucoup à offrir, et les différentes variétés de fromage de Raclette Suisse en sont la clé. En outre, ce fromage possède une qualité non négligeable: il est naturellement exempt de lactose, et ce, qu'il soit fabriqué à base de lait pasteurisé ou de lait cru ou qu'il soit agrémenté de poivre, de paprika, de truffe, d'ail ou de lard. Les personnes qui souffrent d'une intolérance au lactose et donc chez qui le sucre du lait provoque habituellement des troubles digestifs peuvent ainsi savourer une raclette sans hésitation.

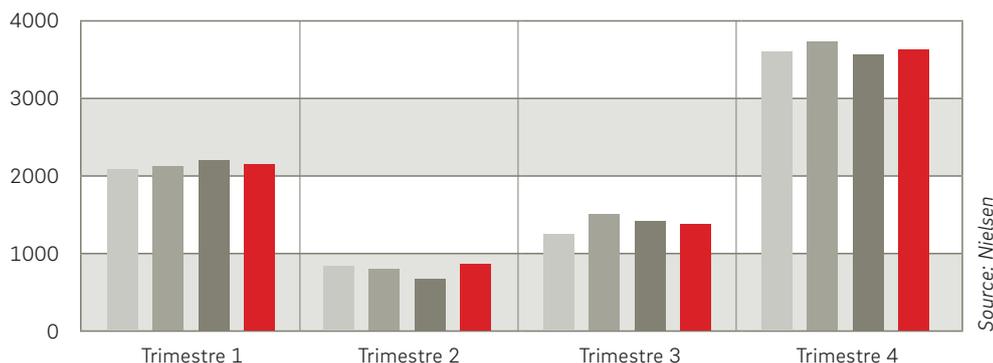
Pour quelles raisons le fromage à raclette est-il exempt de lactose?

La loi autorise un fromage à porter la mention «sans lactose» lorsque celui-ci contient moins de 0,1 gramme de lactose pour 100 grammes. Les cultures utilisées dans la fabrication du fromage ont la particularité de dégrader le lactose. Au bout de vingt-quatre heures, la plus grande partie du sucre du lait est déjà transformée en acide lactique. Après un temps de maturation d'au moins trois mois, le lactose restant a lui aussi complètement disparu.

## CONSOMMATION TOTALE

de raclette par les ménages

Consommation en tonnes



En 2019, par rapport à 2018, la consommation de fromage à raclette des ménages suisses a augmenté, passant de 7804 à 7830 tonnes (+26 t / +0,3 %).

## Histoire



En juin, Raclette Suisse a célébré ses 25 ans d'existence.

Selon d'anciens écrits, les bergers de la Suisse primitive partageaient déjà des repas revigorants à base de fromage fondu au XIIe siècle. Pour ce faire, ils mettaient une demi-meule de fromage à fondre près du feu. Au Moyen Âge, ce repas de fête rustique n'avait pas encore de nom. Du fait de son mode de préparation, les gens de l'époque ont fini par parler de «fromage rôti». Cette tradition conviviale est longtemps restée l'apanage des paysans ou des gens modestes de la campagne. On servait ce plat de fête à des amis ou à des visiteurs de haut rang lors d'événements heureux. Ce n'est qu'au XXe siècle qu'il est descendu des montagnes dans les vallées, où il est rapidement devenu un plat classique et populaire. Le nom de «raclette», terme dérivé du verbe «racler», s'est alors imposé. Afin de satisfaire aux besoins des consommateurs, les fours à raclette avec poêlons ont été introduits dans les années 1970. La production de meules carrées était lancée. Aujourd'hui encore, le fromage à raclette est fabriqué avec les meilleurs ingrédients naturels de chaque producteur, qui investit toutes ses connaissances, son savoir-faire et sa passion dans son travail. La raclette est associée au plaisir: elle rassemble, régale et crée une atmosphère chaleureuse. Elle est ainsi en phase avec la tendance du retour aux valeurs authentiques.

Fondée en 1994, l'Association Raclette Suisse a célébré ses 25 ans durant l'été 2019. L'événement a eu lieu au château de Wyher, à Ettiswil, en présence de nombreux invités. Nous remercions tous les membres de Raclette Suisse ainsi que nos partenaires commerciaux pour leur collaboration tout au long de ces années.

## Stratégie

Nous nous attachons à promouvoir la consommation de fromage à raclette en été au moyen de campagnes ciblées. Nous organisons des promotions avec des poêlons à gril en cadeau, et menons des campagnes en ligne sur YouTube, Instagram, Facebook et différents réseaux partenaires. En été, les actions menées à l'échelle nationale sont appuyées par des spots télévisés. Par ailleurs, Raclette Suisse participe à diverses manifestations de cinéma open air. Notre visibilité est assurée toute l'année grâce à différents partenariats: parmi eux, notre ambassadeur de marque TRAUFFER, le village de Heidi à Maienfeld, les raclettes dans une grotte avec InCave et, depuis 2020, les remontées mécaniques de la Jungfrau. Néanmoins, l'essentiel du travail de marketing se concentre encore sur les mois d'hiver.



Partager une raclette est toujours un plaisir.  
Un repas qui réchauffe les cœurs et crée des liens.

## Activités 2019

En 2019, l'Association Raclette Suisse a axé ses mesures de communication sur les jeunes adultes et les familles, qui, en matière d'alimentation, accordent de l'importance aux repas conviviaux et aux plats savoureux. 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 promotions, des mesures sur les réseaux sociaux et le web, et de la publicité à l'extérieur du domicile (out of home).



**Médias out of home:**  
lorsqu'ils vont faire les courses, se rendent à une fête de famille ou partent en randonnée, les consommateurs reçoivent des messages sympathiques sur la raclette.

## Campagnes

### TV

En 2019, trois campagnes classiques de Raclette Suisse différentes selon la saison ont été de nouveau diffusées à la télévision. Outre l'utilisation de formes publicitaires particulières, comme le sponsoring par billboard de la série «Au rythme de la vie», qui permet d'atteindre un vaste public, nous avons informé les téléspectateurs sur les actions spéciales dans le commerce de détail au moyen de tag ons.

### Contrôle de l'efficacité publicitaire

Le dernier contrôle de l'efficacité publicitaire a porté sur le spot d'hiver. D'une manière générale, le spot a été apprécié par les sondés et a atteint des valeurs entre 78 % et 85 % pour les dimensions centrales que sont l'acceptation, l'adéquation et la sympathie. La reconnaissance du logo est de 78 %, un résultat élevé. TRAUFFER est décrit de manière tout à fait positive et ressenti comme «sympathique» et «cordial». En somme, TRAUFFER est perçu par une grande majorité (top 2: 73 %) comme un bon ambassadeur pour Raclette Suisse.

### Médias out of home (OOH)

Du deuxième au quatrième trimestre, Raclette Suisse a recouru à la publicité sur les écrans d'affichage OOH (de Livesystems) dans les cars postaux et dans des stations-service, essentiellement dans les régions de montagne francophones et germanophones. Les publicités étaient diffusées des jours de semaine fixes et sur la base d'un ciblage météorologique.



Vidéos de recettes: populaires sur facebook, Instagram et YouTube.

## Réseaux sociaux

La segmentation toujours plus marquée des groupes de consommateurs caractérise la communication d'aujourd'hui. C'est pourquoi l'Association Raclette Suisse a décidé, outre le travail fructueux déjà effectué sur Facebook, de se lancer désormais aussi sur Instagram pour atteindre le groupe cible des plus jeunes.

À cette fin, six vidéos de recettes à base de raclette ont été notamment produites. Elles ont donné de bons résultats sur les deux réseaux sociaux ainsi que sur YouTube en termes de portée, de nombre de vues, de likes et d'interactions.

## Marketing e-mail

S'agissant du marketing par e-mail, cinq newsletters personnalisées ont été envoyées à près de 120 000 abonnés en 2019. Les taux d'ouverture se situaient en moyenne à plus de 30 % et ont nettement augmenté le nombre de visiteurs sur les sites web [www.raclette-suisse.ch](http://www.raclette-suisse.ch) et [www.raclette-suisse.ch/fr](http://www.raclette-suisse.ch/fr).

## Promotions on-pack

En mai et en juin 2019, près de 200 000 leporellos ont été apposés sur des produits chez Coop. 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 pour la saison 2019 de cinéma open air. Plus de 20 000 personnes ont participé au concours.



Promotion.  
l'annonce de la promotion a été publiée le 4 juin 2019 dans le Coopzeitung et le Coopération.

## Promotion des ventes

En hiver (semaines 4 à 6) et à l'automne (semaines 43 à 45), Raclette Suisse et Chirat ont organisé des dégustations promotionnelles dans 50 magasins Coop City et hypermarchés Coop de toute la Suisse. Chaque dégustation de deux jours a permis d'établir un contact personnel avec quelque 500 clients et de faire goûter aux acheteurs intéressés différentes variétés de fromage à raclette et de légumes au vinaigre.



Dégustation:  
fromage à raclette fondu de Raclette Suisse® et cornichons au vinaigre de Chirat.

## Fromage à raclette dégusté froid

Pendant la semaine 27, des dégustations en libre-service ont été organisées dans 30 filiales Migros à Neuchâtel et à Fribourg. Migros a testé pour la première fois la dégustation de fromage à raclette froid. En lien avec ces dégustations, nous avons produit du matériel publicitaire à distribuer avec des idées culinaires pour l'été.



Fromage à raclette froid: délicieux, par exemple dans une salade estivale.

## Sponsoring

### **TRAUFFER: la raclette rassemble**

Aux deuxième et troisième trimestres 2019, l'Association Raclette Suisse a réalisé trois projets avec son ambassadeur de marque TRAUFFER. Trois projets, trois décors: la raclette a été mise en scène dans des poêlons à grill lors d'une randonnée, préparée sur un petit four à bougies dans une imposante grotte du Stockhorn et, enfin, dégustée de manière très traditionnelle à la Fête fédérale de lutte suisse et des jeux alpestres, à Zoug.



**La raclette rassemble:**  
une raclette entre amis pour se régaler  
n'importe quand et n'importe où.

## Parrainage de cinémas open air

Durant l'été 2019, l'offre de Coop Open Air Cinema répartie dans 14 lieux aux quatre coins de la Suisse a attiré plus de 190 000 visiteurs. Outre une programmation des plus variées, les spectateurs ont pu profiter d'une offre de restauration diversifiée avant la projection. Quelque 26 000 portions de raclette ont été consommées.



**Coop Open Air Cinema:**  
le plaisir du cinéma en été, à ciel ouvert et  
en savourant une délicieuse raclette.

## Parrainage du village de Heidi, à Maienfeld

Le 22 août, TRAUFFER a inauguré la saison de cinéma open air d'une durée de dix jours au village de Heidi, à Maienfeld. Un riche programme de films suisses s'offrait aux visiteurs, tout comme la possibilité de déguster une raclette pour apprécier pleinement l'ambiance de la soirée.



**Nouveau cadre enchanteur de cinéma  
open air: depuis 2019, le cinéma open air  
de Coop se tient également à Maienfeld.**

## Exportations

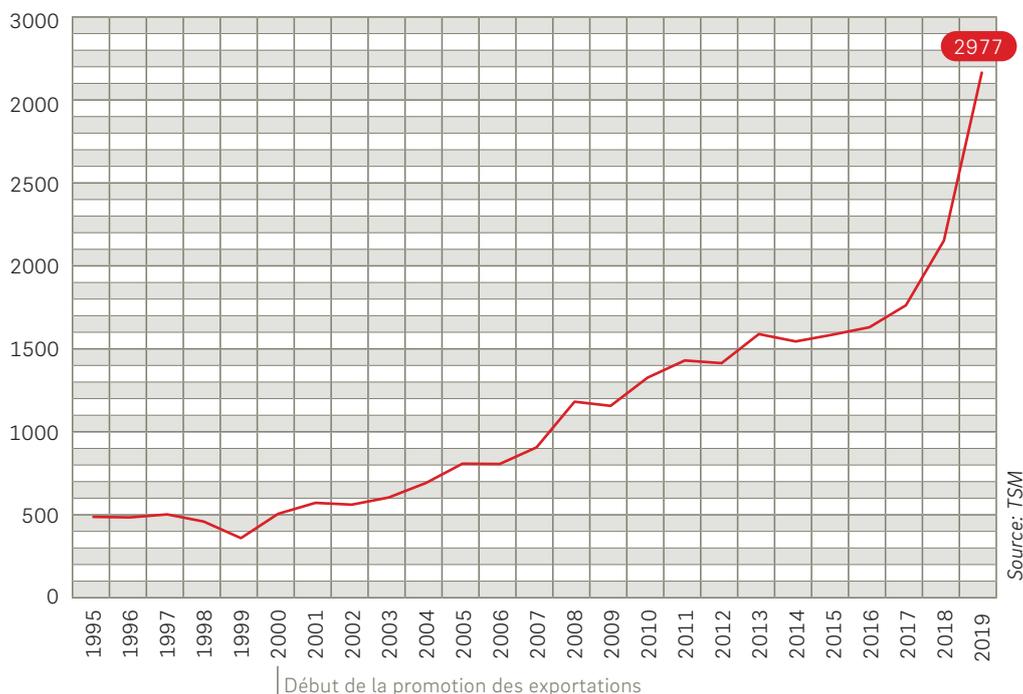
L'Association Raclette Suisse soutient ses membres en menant des activités de promotion des ventes sur les marchés d'exportation que sont l'Allemagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg. Raclette Suisse voit également un fort potentiel sur le continent américain, plus particulièrement aux États-Unis. Le marché du fromage à raclette suisse évolue bien, raison pour laquelle des moyens financiers plus importants y sont investis depuis 2019. Nos exportateurs se déploient également en Asie et en Russie. Par ailleurs, l'exportation de raclette est soutenue par des fonds fédéraux, par le biais de Switzerland Cheese Marketing SA, pour autant que les exigences relatives à la Corporate Identity de cette dernière soient respectées.

Aujourd'hui, le fromage à raclette suisse s'exporte avec succès dans le monde entier. La tendance qui prédominait à l'étranger, avec une consommation de raclette se limitant presque uniquement à la période de Noël, semble évoluer. Ainsi, en 2019, les exportations mensuelles ont chaque fois été supérieures à celles de l'année précédente. Cependant, au moins 60 % du volume continue à être exporté d'octobre à décembre. L'Allemagne, qui a absorbé 1678 tonnes, reste de loin le plus important marché d'exportation.

### EXPORTATIONS

de fromage à raclette suisse

en tonnes



**En 2019, les exportations ont augmenté pour atteindre leur record absolu de 2977 tonnes (+807 t / +37 %).**

# Publicité

## Perspectives 2020

Il est prévu pour 2020 de lancer de nombreuses mesures de communication dans les médias traditionnels et numériques. Ces mesures visent à informer les acheteurs potentiels et la communauté Raclette sur les actualités, les actions, les promotions, les manifestations et les recettes tendance dans le segment du fromage à raclette. Il s'agit ce faisant de divertir et de créer des incitations.

### Première vague

- Diffusion du spot TV d'hiver de la semaine 3 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.
- Dégustations nationales et régionales dans le commerce de détail.
- Envoi d'une newsletter avec concours à la semaine 6.
- Publication de contenus en continu sur les réseaux sociaux de Raclette Suisse et de ses partenaires afin d'atteindre un plus vaste public.
- Pushs YouTube pour prolonger les campagnes.
- Le 21 février 2020, inauguration par TRAUFFER de la première télécabine «Carnotzet à raclette» à Grindelwald-First et communication de large portée autour de la manifestation.
- Parrainage du village de Heidi de mi-mars à mi-novembre 2020 avec offre temporaire de raclette sur place et disponibilité permanente d'articles du shop.

Le record du monde de raclette troglodytique, qui devait se tenir le 21 mars 2020 à Gonzen dans le cadre du partenariat avec InCave, en présence de TRAUFFER et de 444 participants, a été repoussé à l'année prochaine en raison du coronavirus.

Pain hérissé: une partie de plaisir et un régal pour toute la famille.



### **Deuxième vague**

- Campagne télévisée avec le spot d'été de la semaine 20 à 35.
- Sponsoring de la série suisse alémanique «Bauer ledig sucht» avec intégration de publicité sous diverses formes spécifiques et placement de produits de la semaine 30 à 53 (on-off).
- Production de vidéos en collaboration avec TRAUFFER pour incarner les messages de Raclette: ambiance chaleureuse, convivialité et plaisir gustatif, à l'intérieur comme à l'extérieur.
- Organisation d'un événement pour l'été 2020 à la Schynige Platte en partenariat avec les remontées mécaniques de la Jungfrau et TRAUFFER; communication en amont dans les médias.
- Placement de produits dans cinq productions vidéo de loisirs.ch / freizeit.ch.
- Dégustations à l'échelle nationale et régionale dans le commerce de détail.
- Promotions on-pack de mai à juin avec annonces dans les magazines Coopération et Coopzeitung, newsletters et concours. 500 places de cinéma open air sont à gagner.
- Sponsoring de 14 sites Coop Open Air Cinema avec offre de raclette sur place et diffusion du spot d'été de début juillet à fin août 2020. Un site supplémentaire sera installé au village de Heidi, à Maienfeld, avec un programme de 10 jours à partir de mi-août.
- Réalisation du concours d'été et du village de Heidi avec newsletter correspondante.
- Campagnes d'annonces et de vidéos sur les réseaux sociaux, Google et les réseaux partenaires.

### **Troisième vague**

- Diffusion des spots d'automne et d'hiver de la semaine 36 à 53 (on-off, y compris spots «de remplissage»).
- Dégustations à l'échelle nationale et régionale dans le commerce de détail.
- Poursuite du sponsoring de la série télévisée «Bauer ledig sucht».
- Publication d'annonces dans le magazine La Tavola.
- Envois de newsletters avec les concours d'automne et de Noël.
- 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

---

## **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 Lucerne

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

---

## **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 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

---

## **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

---

## **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

---

## **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 Friesenheid**

Friesenheid 157  
3185 Schmitten

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

---

**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

---

**Käserei Hüpfenboden**

Hüpfenboden  
3555 Trubschachen

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

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

---

**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

---

**Strähl Käse AG**

Bahnhofstrasse 1  
8573 Siegershausen

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

---

**Käserei Rüegg GmbH**

Neueggstrasse 2  
8340 Hinwil-Ringwil

Téléphone 079 457 31 37  
Fax 044 937 47 46  
roland.rueegg@wildbergkaese.ch  
www.kaesereiruegg.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

---

**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

---

**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



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

