Rapport annuel 2022

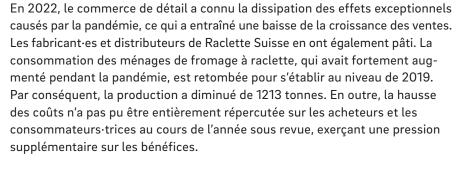


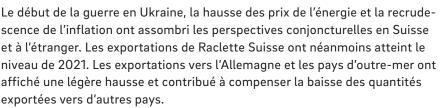


Éditorial

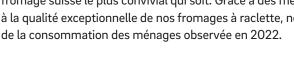


Jürg Simon Président





Nous remercions vivement nos client·es, nos partenaires et nos collaborateurs· trices pour la confiance qu'ils nous témoignent depuis de nombreuses années, pour leur fidélité et pour leur précieux soutien. Dans les années à venir, Raclette Suisse continuera de s'investir pleinement dans l'acquisition de parts de marché pour le fromage suisse le plus convivial qui soit. Grâce à des mesures marketing ciblées et à la qualité exceptionnelle de nos fromages à raclette, nous compenserons la baisse



Cordiales salutations,





Jürg Kriech Directeur

Daniela Pachali Assistante de direction

Jürg Kriech

Directeur de Raclette Suisse

SOMMAIRE

Situation économique		Histoire	6	Publicité	
Rétrospective 2022	2			Perspectives 2023	14
Perspectives 2023	3	Stratégie	7		
				Membres	16
Organisation	4	Activités en 2022			
		Campagnes	8	Secrétariat	18
Produit	5	Réseaux sociaux, sponsoring sportif	12		
		Exportation	12		

Situation économique

Rétrospective 2022

En Suisse, l'économie a fait preuve de résilience en 2022 malgré des incertitudes conjoncturelles croissantes. Les chiffres d'affaires du commerce de détail suisse ont toutefois reculé cette année-là, en dépit de la robustesse du marché du travail et de l'augmentation de l'immigration. Cette perte de croissance a surtout touché les segments qui avaient profité des effets de la pandémie. Dans l'ensemble, 2022 a été une année plutôt décevante. Le début de la guerre en Ukraine, la hausse des prix de l'énergie et la détérioration des perspectives économiques ont pesé sur le moral des consommateurs-trices. Bien que les coûts élevés de l'énergie n'aient eu qu'un impact limité sur les ménages en raison de la force du franc suisse et de la régulation des prix, la hausse des prix des produits pétroliers et des biens importés a entraîné une inflation de 2,8 % en 2022. Le taux d'inflation a ainsi atteint son plus haut niveau depuis 15 ans. Le renchérissement a toutefois été nettement plus faible dans notre pays qu'à l'étranger.

CLIMAT DE CONSOMMATION 9 8 Évolution de la consommation 7 privée en % 6 - Points d'indice 5 50 4 40 3 20 2 0 1 -20 <mark>0</mark> -40 **-1** -60 <mark>-2</mark> SECO -80 -3 Source: -100 -4 -120 <mark>-5</mark> -10.4

Les hausses de prix ont été beaucoup plus importantes dans les pays voisins qu'en Suisse. De ce fait, les prix fixés à l'étranger se sont rapprochés de ceux pratiqués en Suisse. L'appréciation du franc suisse a toutefois eu un effet inverse et a plus que compensé l'effet de la hausse des prix à l'étranger. Dans l'ensemble, l'attrait des achats à l'étranger a donc augmenté. Les estimations relatives aux chiffres d'affaires du tourisme d'achat stationnaire montrent qu'après un net recul pendant la pandémie, ces derniers ont progressivement augmenté.

Perspectives 2023

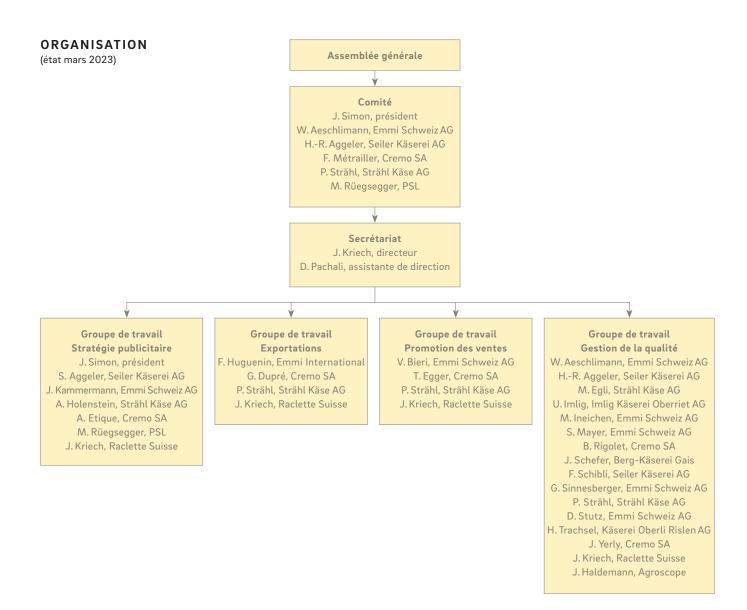


Fin 2022, les perspectives économiques se sont dégradées et elles continueront de marquer l'année en cours. Le risque de récession dans la zone euro et aux États-Unis s'est considérablement accru. Le ralentissement général de la croissance à l'étranger assombrit les perspectives pour le secteur de l'exportation; en particulier dans la zone euro, importante pour la Suisse, il faut s'attendre à une baisse de la demande. Selon l'enquête de Fuhrer & Hotz menée auprès d'expert·es, seuls 57 % des participant·es s'attendent à une hausse de leur chiffre d'affaires en 2023 par rapport à 2022. Le secteur alimentaire/para-alimentaire est le plus optimiste. Les expert·es s'attendent à un nouveau transfert de chiffre d'affaires du canal hors ligne au canal en ligne. Environ 80 % des détaillants interrogés prévoient en outre d'adapter leurs surfaces de vente. Le segment alimentaire/para-alimentaire prévoit d'agrandir les surfaces de vente, notamment pour augmenter l'offre de produits, tandis que le segment non alimentaire envisage quelques fermetures.

L'inflation devrait avoir atteint son pic en janvier 2023 et rester inférieure à 2 % en moyenne annuelle. Les ménages sont toutefois confrontés à une hausse des primes d'assurance maladie (+6,6 %), ce qui devrait créer un impact négatif sur le revenu disponible. L'augmentation des coûts du logement, tels que les charges et les intérêts hypothécaires, devrait également peser sur le budget des ménages en 2023. Dans l'ensemble, le potentiel de consommation en Suisse devrait rester élevé. Les baisses de chiffre d'affaires telles qu'observées en 2022 ne devraient donc pas se produire.

Organisation

En 1994, les producteurs·trices de fromage à raclette suisse ont décidé de se regrouper pour former l'Association Raclette Suisse. Cette dernière a pour but une promotion commune des ventes, une protection efficace de la marque et une assurance-qualité permanente du Raclette Suisse[®]. Fin 2022, elle comptait 39 membres. Le secrétariat est une petite structure qui compte 2,5 postes. Pour mener à bien l'ensemble des tâches, il collabore avec différents groupes de travail et prestataires externes. Le comité est composé du président, de quatre représentants des fromagers·ères et d'un représentant de la fédération des Producteurs Suisses de Lait. Il détermine et contrôle l'utilisation du budget ainsi que la réalisation des objectifs dans le cadre de la stratégie marketing.



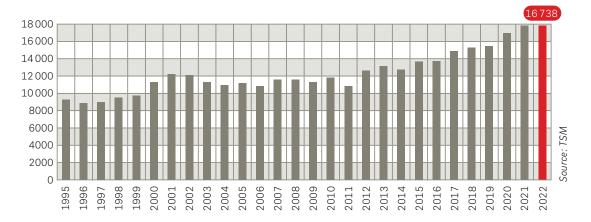
Produit

Depuis 28 ans, l'Association Raclette Suisse s'engage pour maintenir la raclette, plat national par excellence, à un haut niveau de qualité et augmenter les ventes. Avec le temps, la production annuelle est passée de 8943 tonnes en 1994 à 16 738 tonnes en 2022. Durant l'année sous revue, la quantité de fromage produite a néanmoins baissé de 1213 tonnes (–6,8 %) par rapport à 2021, ce qui reflète la baisse de la consommation due à la disparition des effets liés à la pandémie.

PRODUCTION

de fromage à raclette suisse

Volume de production en tonnes



Le Raclette Suisse® est le fromage à pâte mi-dure le plus célèbre de Suisse. L'assortiment comprend des fromages à base de lait pasteurisé, de lait cru, de lait thermisé, de lait de montagne et de lait de brebis. Raclette Suisse propose également un grand choix de fromages aromatisés, affinés avec des ingrédients de choix. Depuis des années, le poivre, l'ail et le paprika figurent parmi les ingrédients les plus appréciés. Notre fromage est produit sans additifs et sans présure obtenue par recours au génie génétique. Ainsi, même la croûte peut être consommée sans risque.

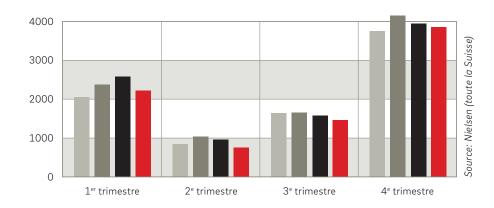
Le fromage à raclette est naturellement riche en bonnes protéines, en acides aminés essentiels, en calcium et en phosphore. Il est en outre une bonne source de vitamines A, D, B2 et B12 et ne contient pas de lactose (moins de 0,1 g / 100 g). Pendant de nombreuses années, la raclette a été promue au rang de repas hivernal par excellence. Aujourd'hui encore, c'est à cette période que les ventes et l'assortiment sont les plus conséquents.

CONSOMMATION TOTALE

de raclette par les ménages

Consommation en tonnes





Par rapport à 2021, la consommation des ménages suisses a reculé, passant de 9069 tonnes à 8271 tonnes (-798 t/-8,8%). En comparaison à la consommation annuelle d'avant la pandémie (2019), on enregistre une hausse de 18 tonnes (+0,2%).

Histoire



Aux XIIIe et XIVe 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 XXe 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.

De nos jours, la raclette fait partie des plats nationaux les plus appréciés et sa popularité dépasse les frontières. Aujourd'hui encore, les producteurs·trices 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·e met son savoir-faire et toute sa fierté professionnelle à créer un produit exceptionnel. Les consommateurs·trices associent la raclette à quelque chose d'agréable, à une atmosphère conviviale, à un repas savoureux. On trouve à nouveau le temps de se réunir autour d'un repas, en phase avec la tendance du retour aux valeurs éprouvées.

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 à la fois traditionnelles et modernes contribuent à la popularité croissante de la raclette, ce plat typiquement suisse au goût unique.



Activités en 2022

Durant l'année sous revue, les activités ont ciblé les amateurs·trices de fromage fondu ainsi que les familles et les jeunes adultes. Nous avons également continué à nous focaliser sur les personnes à la tête d'un ménage ou aimant simplement cuisiner en leur proposant des recettes et des vidéos culinaires. Les potentiels client·es ont pu être atteints grâce à des moyens publicitaires classiques, tels que des spots TV et des annonces, mais aussi par des dégustations, des applications de liste de courses, des mesures sur les réseaux sociaux et le web, et de la publicité à l'extérieur du domicile (out of home).



En 2022, Raclette Suisse a franchi une nouvelle étape en termes de présence télévisuelle. Ainsi, les spots TV existants ont été diffusés plus de 16 300 fois pendant 31 semaines au total, et ce au fil des saisons.

Le spot de l'été «spot à raclette» a été diffusé à la télévision pour mettre en avant les nombreuses possibilités de consommation de la raclette. Un grand concours, de nombreuses mesures en ligne et à l'extérieur du domicile (out of home), des envois de newsletters ainsi que des publications sur les réseaux sociaux et des annonces à la radio ont encadré la campagne. S'agissant de la radio, des bandes-annonces divertissantes ont été produites et de nombreuses interviews de passant·es ont été diffusées.

Raclette Grill Challenge

Organisé pour la troisième fois, le #RacletteGrillChallenge a également eu un effet mobilisateur en été. TRAUFFER, ambassadeur de la marque, a une nouvelle fois appelé les internautes à se mesurer à lui dans un duel de grillades en direct. De nombreux utilisateurs-trices se sont inscrits en laissant des commentaires ou publiant des photos. Au cours des quatre semaines qui ont suivi, les huit candidat-es sélectionnés se sont affrontés en montrant leurs compétences au barbecue (immortalisées dans des vidéos divertissantes) pour gagner les points de sympathie de la communauté et, finalement, l'une des deux places convoitées en duel face à TRAUFFER. Après une finale captivante, un jury d'expert-es a remis à la gagnante le trophée exclusif du Raclette Grill Challenge 2022 ainsi que d'autres prix prestigieux.

Entre le 6 mai et le 19 juillet 2022, la campagne a atteint une portée de plus de 3,7 millions d'utilisateurs·trices (+12 % par rapport à l'année précédente), plus de 11 millions d'impressions (+98 % par rapport à 2021) et plus de 43 000 interactions, ce qui représente une hausse de 36 % par rapport à 2021. Face à ce succès, nous prévoyons d'organiser à nouveau un challenge à l'été 2023.



Pour la première fois de son histoire, la Coupe du monde de football a eu lieu en novembre et en décembre. L'association en a profité pour lancer un nouveau spot TV. Ce dernier montre une «soirée football» entre ami·es autour d'une bonne raclette. En amont de cet événement sportif majeur, Raclette Suisse a lancé un vaste concours destiné à faire gagner 150 sets pour fans de foot et de raclette. Des annonces pour des actions dans le commerce de détail ajoutées au spot TV, les mesures mises en place sur le web, sur les réseaux sociaux et pour le DOOH ainsi que la diffusion de messages dynamiques de Raclette Suisse sur un liveticker, relatant les événements du match, ont complété l'action de communication.



«Une raclette entre ami∙es, ça fait toujours plaisir!»

Parrainage de cinéma open air

Durant la saison estivale 2022, l'offre de Coop Open Air Cinema répartie dans 14 lieux aux quatre coins de la Suisse a attiré près de 160 000 personnes. Outre une programmation soigneusement sélectionnée, les visiteurs euses ont profité des offres variées de restauration avant le film ou pendant l'entracte et ont savouré plus de 21 000 portions de raclette en bonne compagnie. De plus, l'association a une nouvelle fois saisi l'occasion pour s'adresser aux spectateurs trices grâce à la diffusion d'un film publicitaire sponsorisé et a fourni des talons pour participer au grand concours de l'été.



Record du monde

Le 1^{er} octobre 2022, les anciennes mines de Gonzo se sont transformées en un véritable spot à raclette. L'objectif était d'accueillir au moins 444 personnes pour déguster une délicieuse raclette à la lueur des bougies des petits fours. Les participant·es ont ainsi pris part à la plus grande dégustation de raclette jamais organisée au cœur d'une montagne. Les expert·es du Guinness World Records (GWR) ont vérifié que les critères requis étaient respectés et ont finalement compté 480 participant·es lors de cette tentative réussie de record du monde.

Outre la présentation des divers sponsors de l'événement, les chanteurs TRAUFFER, ambassadeur de la marque Raclette Suisse, et Ben Berg ont contribué à la bonne ambiance. Les médias se sont emparés de ce sympathique record du monde, qui a également fait l'objet d'une couverture médiatique très positive sur les réseaux sociaux.



480 personnes ont dégusté une raclette en même temps dans une mine, établissant ainsi un record mondial.



Un vélo équipé d'un caisson publicitaire présentant une action Raclette Suisse, à Lucerne sur le pont de la Reuss.

Working Bicycle

En 2022, la campagne Working Bicycle a duré du 21 mai au 4 juin. Au total, 180 vélos ont diffusé l'action «deux poêlons à gril pour le prix d'un» sur 8500 kilomètres de manière propre dans les cantons de Berne, de Zurich et de Lucerne.

Un concours séduisant et des publications ont accompagné la mesure publicitaire sur les réseaux sociaux afin d'accroître l'attention portée à cette action au-delà des villes participantes.

Promotions aux POS

L'association a planifié deux promotions de grande ampleur au printemps et à l'automne 2022 en coopération avec Chirat (Unilever), le fabricant de légumes au vinaigre. Durant les semaines 5 et 44, des stands de dégustation ont été placés pendant trois jours dans 64 points de vente dans les Coop City et les Mégastores de Suisse romande et alémanique et des équipes ont été formées pour s'adresser aux client·es.

Les analyses qui ont suivi ont démontré une nette hausse des ventes indexées sur l'ensemble des produits promus.

Chez Migros, des dégustations ont été organisées tout au long de l'année dans les différentes coopératives. Ainsi, pendant près de 300 jours en 2022, la clientèle a pu déguster de la raclette et obtenir au point de vente de délicieuses recettes ainsi que des informations sur Raclette Suisse.





Un personnel accueillant lors des dégustations de raclette et de légumes au vinaigre chez Coop.

Réseaux sociaux

Marketing d'influenceurs-euses et de blogueurs-euses food

Tout au long de l'année, l'association a bénéficié de la contribution d'influenceurs et influenceuses, sous contrats depuis 2020/2021, postant de nombreux contenus chaque mois. Les publications sous forme de vidéo ou de photo ont couvert les domaines de la famille, la convivialité, le sport, les activités en plein air, la création de recettes et les plaisirs gustatifs.

Début juillet 2022, l'association a organisé son premier atelier créatif avec les influenceurs·euses passionnés de raclette. Outre un programme varié, ce laboratoire d'idées s'est rapidement transformé en un échange d'expériences engagé et ouvert. L'atelier a permis de discuter de nouvelles approches créatives pour les campagnes ainsi que des bases juridiques, et de publier de nombreuses publications sur les réseaux sociaux.



En septembre 2022, la recette de couscous au fromage à raclette de l'influenceuse Belinda a généré plus de 223 000 impressions, rien que sur son compte Instagram.

Sponsoring sportif

Depuis 2021, l'association collabore avec la jeune Steffi Häberlin, célèbre double championne suisse, vice-championne d'Europe de marathon en VTT (MTB XCM) et participante à la Coupe du monde de cross-country (MTB XCO). Elle est une authentique ambassadrice de la marque Raclette Suisse et véhicule l'attachement à la marque par l'esprit d'équipe et le plaisir dans les sports populaires, ainsi qu'à chaque compétition.







Sympathique et sportive, Steffi Häberlin, ambassadrice de Raclette Suisse, s'y connaît en terrains difficiles.

Exportation

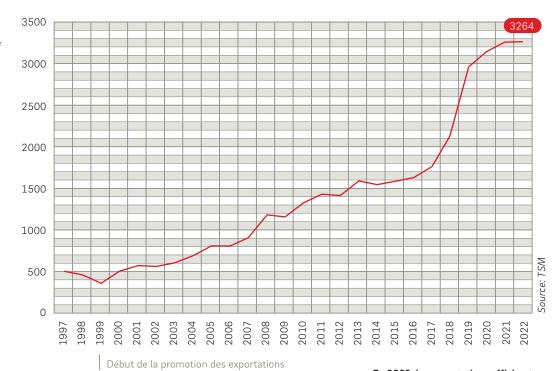
L'Association Raclette Suisse soutient ses membres en menant des activités de promotion des ventes sur les marchés d'exportation que sont l'Allemagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg. Elle s'investit aussi de plus en plus sur le marché américain. Depuis 2022, des promotions sont organisées en Italie par SCM Italie.

Nos exportateurs se chargent eux-mêmes d'investir le marché asiatique, mais Raclette Suisse finance leurs activités dans la mesure où ils respectent les directives d'exportation.

EXPORTATIONS

de fromage à raclette suisse

Exportations en tonnes



En 2022, les exportations affichent une légère hausse pour atteindre 3264 tonnes (+5 t / +0,2 %).

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

- Monde entier: campagne générique en collaboration avec Switzerland Cheese Marketing SA et promotions spécifiques avec les membres.
- Allemagne: promotions des poêlons à gril, campagne avec l'application d'achat Bring!, collaboration avec des blogueurs euses food, promotion des spatules, campagnes print, 500 000 leporellos pour un concours avec code gagnant, 2 300 000 autocollants «Geniessen wie die Schweizer» avec concours.
- États-Unis: campagnes en ligne, dégustations et promotions des poêlons à gril.
- Italie: dégustations, articles additionnels.

En 2022, les exportations de fromage à raclette suisse ont pu être maintenues par rapport à 2021, malgré un contexte difficile. Au total, elles se sont chiffrées à 3264 tonnes (+0,2 %), soit une légère hausse de 5 tonnes. L'Allemagne, qui a absorbé 1885 tonnes, reste de loin le plus important marché d'exportation.

Publicité

Perspectives 2023

Nous avons prévu toute une série de mesures de communication pour l'année 2023, qui se déclineront non seulement sur les canaux TV, les réseaux sociaux, sur le web et dans la publicité à l'extérieur du domicile (Digital Out of Home), mais aussi lors des dégustations, des promotions et des manifestations. Ces actions visent à rendre la marque Raclette Suisse® plus visible et plus vivante et à inciter les client-es à acheter nos produits, ainsi qu'à leur montrer un nouveau potentiel de consommation saisonnière.



Première vague

- Diffusion du spot TV d'hiver de la semaine 1 à 8 avec annonces d'actions chez Coop et Migros, et diffusion du spot de 32 secondes dit «de remplissage» de la semaine 1 à 14 environ.
- Lancement de la première campagne contre le gaspillage alimentaire sur les réseaux sociaux de la semaine 1 à 5.
- Accompagnement de la tournée de TRAUFFER du 10 mars au 13 mai 2023 avec une offre de dégustation de raclette sur place. Série de mesures de communication en tant que partenaire de l'ambassadeur de Raclette Suisse, y compris des tirages au sort de billets et des visites guidées des coulisses lors des concerts.
- · Lancement du grand concours d'hiver.
- Envoi de la newsletter avant Pâques.
- Publication de 3 à 4 posts par semaine sur les réseaux sociaux de Raclette Suisse.
- Publication de posts sur Pinterest et TikTok.
- Mise en ligne tout au long de l'année d'annonces Google.
- Diverses publications d'influenceurs euses et de blogueurs euses food pour le compte de Raclette Suisse tout au long de l'année.
- Parrainage du village de Heidi de mi-mars à mi-novembre 2023 avec offre temporaire de raclette et d'articles du shop sur place.



Pour lutter contre le gaspillage alimentaire, nous avons lancé une campagne sur les réseaux sociaux, au début de l'année.

Deuxième vague

- Diffusion à la télévision du spot d'été «spot à raclette» de la semaine 21 à 22 et 25 à 31 dans sa version neutre, sous forme de spot de rappel avec annonces d'actions chez Coop et Migros, sous forme de spot de remplissage et sous forme de mini-spot de 8 secondes avec les différentes histoires.
- Accompagnement de la campagne d'été avec des mesures en ligne et de publicité à l'extérieur du domicile et des spots radio.
- Placement de produits dans cinq productions vidéo loisirs.ch/freizeit.ch.
- Planification de dégustations nationales et régionales dans le commerce de détail.
- Emploi de 185 vélos (Working Bicycle) avec des caissons publicitaires Raclette Suisse à Zurich, Saint-Gall, Lucerne et Genève durant les deux dernières semaines de juillet.
- Promotion on-pack de mai à juin chez le détaillant Coop.
- Sponsoring de 14 sites Coop Open Air Cinema avec offre de raclette sur place et diffusion du spot d'été de début juillet à mi-septembre 2023 environ.
- Réalisation du Raclette Grill Challenge avec TRAUFFER de mai à mi-juillet 2023 environ.
- Envoi de deux newsletters au moins entre mai et août avec concours d'été.
- Campagnes d'annonces et de vidéos sur les réseaux sociaux, Google et les réseaux partenaires afin de prolonger les campagnes médiatiques et d'augmenter la mémorisation de la publicité.
- Production d'un nouveau spot publicitaire début août.

Troisième vague

- Diffusion du nouveau spot d'automne de la semaine 38 à 44 et du spot d'hiver de la semaine 46 à 51.
- Planification de dégustations nationales et régionales dans le commerce de détail.
- Réalisation de campagnes de recettes et de produits sur l'application Bring!.
- Publication d'annonces la semaine 40 dans le magazine client de Volg et chez d'autres partenaires.
- Envoi de newsletters avec les concours d'automne et de Noël.

Membres

Appenzeller Milchspezialitäten AG

Hauptstrasse 48 9105 Schönengrund

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

Oberdorfstr. 4 6314 Unterägeri

Téléphone 041 750 96 70 gwerder@chäsladä.ch www. chäsladä.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 AG

Forren 22 9056 Gais

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

Bergkäserei Marbach AG

Dorfstrasse 16 6196 Marbach

Téléphone 034 493 31 44 info@kaeserei-marbach.ch www. kaeserei-marbach.ch

Emmi Schweiz AG

Landenbergstrasse 1 6005 Luzern

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

Fromagerie Moléson SA

1694 Orsonnens

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

Bergkäserei Mühlrüti

Dorf 2 9613 Mühlrüti

Téléphone 041719833677 kuenzle.kaese@bluewin.ch www.bergkaeserei-kuenzle.ch F. & A. Sommer GmbH Wyland Chäsi

Rebbergstrasse 6 8444 Henggart

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

Bergkäserei Oberberg AG

Téléphone 041 484 19 08

Oberberg 1 6170 Schüpfheim

Fax 041 484 19 41 chaesi_oberberg@bluewin.ch www.oberbergkaeserei.ch Fläcke-Chäsi GmbH

Aargauerstrasse 4 6215 Beromünster

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

Brülisauer Käse AG

Unterdorf 6 5444 Künten

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

Route de Lignières 5 2518 Nods

Téléphone 032 751 22 73 Fax 032 751 22 88 admin@fdnsa.ch www.fromagerie-de-nods.ch Käserei Aergera Tentlingen

Käsereistrasse 3 1734 Tentlingen

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

Käserei Hüpfenboden

Hüpfenboden 3555 Trubschachen

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

Waldestrasse 3 8726 Ricken

Téléphone 055 284 51 11 email@liechti-kaese.ch www. liechti-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 info@straehl.ch www.straehl.ch

Käserei Michels AG

Luzernerstrasse 13 6025 Neudorf

Téléphone 041 931 05 05 info@kaeserei-michels.ch www.kaeserei-michels.ch Milco SA

Route André Piller 37 1720 Corminboeuf

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

Urs Preisig Rietwies

8499 Sternenberg

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

Käserei Müller-Thurgau AG

Landstrasse 9 8580 Hagenwil b. Amriswil

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

Molkerei Gstaad

Lauenenstrasse 24 3780 Gstaad

Téléphone 033 744 11 15 info@molkerei-gstaad.ch www.molkerei-gstaad.ch Walker Bergkäserei AG

Furkastrasse 164 3982 Bitsch

Téléphone 027 928 62 62 info@walker.swiss www.walker.swiss

Käserei Oberli Rislen AG

Rislen

9512 Rossrüti-Wil

Téléphone 071 911 14 22 Fax 071 911 62 49 info@bodensee-kaese.ch www.bodensee-kaese.ch Napf-Chäsi AG

Unterdorf 13 6156 Luthern

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

Wildberg Käse AG

Wildbergstrasse 6 8489 Wildberg

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

Kronen Käserei AG

Scanastrasse 12 FL-9494 Schaan

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

Säntis AG Käserei Linden

Linden 4 9300 Wittenbach

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

6074 Giswil

Téléphone 041 660 80 40 Fax 041 660 89 43

Industriestrasse 45

seiler@raclette.ch www.seilerkaese.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 Sennerei Kandersteg

Thomas Aeschlimann Bahnhofstrasse 5 3718 Kandersteg

Téléphone 033 675 12 59 info@sennereikandersteg.ch www.sennereikandersteg.ch

Secrétariat



Raclette Suisse

Weststrasse 10
Case postale
3000 Berne 6
info@raclette-suisse.ch
www.raclette-suisse.ch

Jürg Kriech Directeur Téléphone 031 359 53 25

Daniela Pachali Assistante de direction Téléphone 031 359 54 12

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

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

