



2017



135 MEMBRES INDIVIDUELS
135 EINZELMITGLIEDER

15 ÉVÉNEMENTS
15 VERANSTALTUNGEN

MEMBRES DU COMITÉ VORSTANDSMITGLIEDER

Monsieur Daniel BLANC
Président Präsident
Route Champ de Croix 1
1753 MATRAN

Monsieur Frédéric MENETREY
Chambre fribourgeoise d'Agriculture
Freiburgische Landwirtschaftskammer
Route de Chantemerle 41
1763 GRANGES-PACCOT

Monsieur François BLANC
Association des Maîtres Bouchers-Charcutiers du canton
de Fribourg
Metzgermeisterverband des Kantons Freiburg
Grand-Rue 64
1618 CHÂTEL-ST-DENIS

Monsieur Nicolas SCHMOUTZ
Artisans fromagers romands
Route de Villariaz 1
1684 MÉZIERES

Monsieur Lionel MARTIN
Fédération Patronale et Economique
Rue de la Condémine 56
1630 BULLE

Monsieur Etienne JAVET
Association des Vignerons du Vully
Route du Quart-dessus 8
1789 LUGNORRE

Monsieur Pius Odermatt
Institut Agricole de Grangeneuve
Landwirtschaftliches Institut Grangeneuve
Route de Grangeneuve 31
1725 POSIEUX

ADMINISTRATION

Monsieur Pierre-Alain BAPST
Directeur Direktor

Madame Natacha BLANQUET
Administration/Promotion Administration/Verkaufsförderung

Madame Anne-Sophie ROULIER
Marketing / Communication Marketing / Kommunikation

Madame Jeanne LUTZ-SIMON
Secrétaire générale Bénichon du Pays de Fribourg
Generalsekretärin der Kilbi im Freiburgerland

Monsieur Yannick ETTER
Marketing / Événements
Marketing / Events

Monsieur Hugo WIDMER
Vice-président Vize-Präsident
Association des Artisans Boulangers-Pâtisseries-Confiseurs
du canton de Fribourg
Bäcker-Konditor
1713 ST. ANTONI

Madame Muriel HAUSER
GastroFribourg
Ch. des Primevères 15
Case postale
1701 FRIBOURG

Monsieur Jean-Jacques MARTI
Union Patronale du canton de Fribourg
Arbeitgeberverband des Kantons Freiburg
Rue de l'Hôpital 15
1701 FRIBOURG

Monsieur Thierry GRAND
Association des Artisans Boulangers-Pâtisseries-Confiseurs
du canton de Fribourg
Route des Alpettes 43
1623 Semsales

Monsieur Gabriel YERLY
Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie
Freiburgischer Milchverband
La Croix 43
1680 BERLENS

Monsieur Pascal KRAYENBUHL
Service de l'Agriculture du canton de Fribourg
Amt für Landwirtschaft des Kantons Freiburg
Route Jo Siffert 36
1762 GIVISIEZ

Madame Lisa Trimigliozi-Burri
Fédération Romande des consommateurs, Section Fribourg
Rue de l'Hôpital 2
1700 Fribourg

PRÉSIDENT D'HONNEUR EHRENSPRÄSIDENT

Monsieur Jean-Nicolas PHILIPONA

Association pour la promotion
des Produits du Terroir du Pays de Fribourg
Vereinigung zur Förderung der Produkte aus dem Freiburgerland
Route de Chantemerle 41
1763 GRANGES-PACCOT

www.terroir-fribourg.ch
www.facebook.com/TerroirFribourg
www.linkedin.com/company/terroir-fribourg/
Instagram @terroirfribourg

SOMMAIRE

INHALT



Le mot du Président Das Wort des Präsidenten	5
Rapport de gestion 2017 Geschäftsbericht 2017	7
Calendrier 2018 Kalender 2018	9
L'année 2017 en résumé 2017 Im Rückblick	10
Rétrospective des projets 2017 Rückblick auf die Projekte 2017	15
Communication 2017 Kommunikation 2017	20
A la découverte de nos artisans Unsere handwerklichen Produzenten	24
Le Label « certifié Terroir Fribourg » Das Label «zertifiziert Terroir Fribourg»	32
Pays Romand-Pays Gourmand Pays Romand-Pays Gourmand	35
Les enjeux des produits régionaux Die Herausforderung regionaler Produkte	36
Matériel professionnel en location Professionelles Material zum Mieten	37
La Bénichon du Pays de Fribourg 2018 Die Kilbi im Freiburgerland 2018	38

LE MOT DU PRÉSIDENT
DAS WORT DES PRÄSIDENTEN

Daniel Blanc Président Terroir Fribourg

LE TERROIR, C'EST VOTRE TALENT

FREIBURGER PRODUKTE STEHEN FÜR IHR TALENT



Daniel Blanc Président | Präsident
Terroir Fribourg

Depuis près de vingt ans, les produits du Terroir sont en vogue auprès de nos consommateurs. Ces derniers prennent conscience petit à petit de l'importance de la nourriture dans leur quotidien. De son côté, Terroir Fribourg continue à promouvoir vos excellents produits et à faire prendre conscience à l'ensemble de la population de ces aliments exceptionnels, malgré une évolution économique pas toujours facile et un commerce d'achat transfrontalier de plus en plus élevé.

Mais il y a divers éléments que le consommateur ne connaît pas suffisamment dans le cadre du produit qu'il vous achète... Il s'agit principalement de votre talent, de votre passion et de votre professionnalisme.

Le talent, il est en vous. Le talent, c'est une chose qui n'est pas donnée que dans votre berceau, il s'apprend, il se découvre, il s'invente, il se travaille, il n'est pas transmis à tout le monde, mais il est là, chez vous, au bord de votre cuve, de votre pétrin, de votre table de travail, à regarder, sentir, goûter, toucher, écouter comment travaille votre produit, comment il lève, rassit, mûrit, caille, pousse... Ce TALENT, il est à vous, et celui-ci personne ne vous le prendra car il est en vous et il ne s'exporte pas et même la 4^e révolution intelligente n'y fera rien. Et c'est le rôle de Terroir Fribourg de le mettre en avant et de faire comprendre à nos chers consommateurs qu'ils sont privilégiés d'avoir de tels talents près de chez eux et qu'il faut continuer à faire vivre ces talents.

Seit nahezu zwanzig Jahren sind die Produkte aus dem Freiburgerland bei unseren Konsumenten äusserst beliebt. Die Bedeutung der Ernährung im Alltag wird ihnen immer bewusster. Terroir Fribourg fördert ihrerseits fortlaufend Ihre hervorragenden Produkte und macht die Bevölkerung auf diese einzigartigen Lebensmittel aufmerksam, trotz der nicht immer einfachen wirtschaftlichen Entwicklung und des zunehmenden Einkaufstourismus.

Es gibt jedoch gewisse Dinge, welche die Konsumenten im Rahmen ihres Produktkaufs nicht kennen... Das sind in erster Linie Ihr Talent, Ihre Leidenschaft und Ihre Professionalität.

Talent steckt in Ihnen. Talent wird einem nicht nur in die Wiege gelegt. Es lässt sich auch erlernen, entdecken, erfinden und erarbeiten. Es ist nicht jedem gegeben, aber bei Ihnen spürt man es am Kessi, an der Knetmaschine oder am Arbeitstisch, wenn Sie Ihr Produkt beobachten, riechen, probieren, berühren und ihm zuhören wie es arbeitet. Es geht auf, trocknet, reift, gerinnt, wächst. Dieses TALENT gehört Ihnen und niemand kann es Ihnen wegnehmen, weil es in Ihnen steckt und sich nicht übertragen lässt. Selbst die Vierte industrielle Revolution Digitalisierung wird nichts daran ändern. Und es ist die Aufgabe von Terroir Fribourg, dies in den Vordergrund zu stellen und unseren Kundinnen und Kunden zu vermitteln, dass sie privilegiert sind, solche Talente in ihrer Nähe zu haben, und dass diese weiterhin unterstützt werden müssen.

La passion, et bien, c'est ce qui vous fait vous lever chaque matin, sans rechigner, souvent avec le sourire, toujours avec l'envie, l'envie de faire encore mieux que hier, l'envie de faire plaisir à vos clients, vos amis, vos collègues et vos partenaires. La passion, c'est ce qui vous pousse à aller toujours découvrir plus loin votre métier, d'apprendre pourquoi votre fromage, vin, jambon, pain, fruit et légume continuent à évoluer chaque jour, avec vous car tout est vivant autour de vous et ceci grâce à vous.

Et le professionnalisme, et bien c'est ce que vous êtes, et qui fait que votre entreprise, ferme, boulangerie, boucherie, fromagerie continuent à exister, là, au milieu de votre village, de votre quartier ou encore dans une grande surface. Et chaque jour, vous luttez pour continuer à faire d'excellents produits régionaux qui rejoignent l'ensemble des consommateurs de votre région.

Terroir Fribourg est fier de travailler avec Vous, et nous continuerons à tout mettre en œuvre afin que vos merveilleux produits du Terroir du Pays de Fribourg soient reconnus dans notre canton, mais également à l'extérieur. Bravo et félicitations à Vous.

Au terme de ce rapport, j'aimerais encore vous remercier toutes et tous pour votre implication durant cette année 2017 au sein de Terroir Fribourg et plus particulièrement l'ensemble de notre bureau à savoir, Jeanne, Natacha, Yannick, Ilario, Anne-Sophie et surtout Pierre-Alain pour leur immense travail réalisé durant cette magnifique année 2017.

Leidenschaft ist das, was Sie morgens dazu bewegt aufzustehen, ohne Widerwillen, oft mit einem Lächeln und immer mit Lust. Mit der Lust, es heute noch besser zu machen als gestern, mit der Lust, Ihren Kunden, Freunden, Arbeitskollegen und Partnern eine Freude zu machen. Leidenschaft ist das, was Sie antreibt, im Beruf immer wieder Neues zu entdecken, zu lernen, warum Ihr Käse, Wein, Schinken, Brot, Obst und Gemüse sich Tag für Tag mit Ihnen zusammen wandelt, weil alles um Sie herum und dank Ihnen lebendig ist.

Und Professionalität ist das, worüber Sie verfügen und was dafür sorgt, dass Ihr Betrieb, Ihr Hof, Ihre Bäckerei, Metzgerei und Käserei in Ihrem Dorf, in Ihrem Quartier oder auch in einem Supermarkt bestehen bleibt. Und Sie setzen sich weiterhin Tag für Tag dafür ein, ausgezeichnete regionale Produkte herzustellen, die den Konsumenten in Ihrer Region Freude bereiten.

Terroir Fribourg ist stolz, mit Ihnen zusammenzuarbeiten. Wir werden uns weiterhin engagieren, damit Ihre hervorragenden Produkte aus dem Freiburgerland in unserem Kanton, aber auch ausserhalb der Kantonsgrenze wertgeschätzt werden. Bravo und herzlichen Glückwünsch!

An dieser Stelle danke ich Ihnen noch einmal sehr für Ihren Einsatz für Terroir Fribourg im Lauf des Jahres 2017. Ein besonderer Dank gilt unserem Sekretariat, Jeanne, Natacha, Yannick, Ilario, Anne-Sophie und vor allem Pierre-Alain, für die enorme Arbeit, die sie im hervorragenden Jahr 2017 geleistet haben.



RAPPORT DE GESTION 2017

GESCHÄFTSBERICHT 2017



Pierre-Alain Bapst Directeur | Direktor
Terroir Fribourg

UNE ANNÉE RICHE ET INTENSE

Parmi les cantons suisses, Fribourg occupe la 8^e place en termes de superficie. En ce qui concerne la gastronomie et ceci sans être trop chauvin, j'ose prétendre que notre canton occupe une place de choix. En effet, nous pouvons être fiers de notre patrimoine gastronomique. Nous avons la chance de compter dans les différentes branches alimentaires et dans les différentes régions des spécialités à nulles autres pareils. Comme vous avez pu le découvrir en couverture de ce rapport, nous avons défini un nouveau visuel qui va nous aider à communiquer de manière plus ciblée sur 12 produits traditionnels fribourgeois. Bien sûr, nous n'oublions pas les autres produits, puisque ceux-ci seront mis en évidence à l'aide de notre label «certifié Terroir Fribourg», qui a lui aussi été relooké. A ce propos, vous en découvrirez davantage sous la rubrique «Certification».

En 2017, la tendance à la consommation de produits locaux a continué à se développer. Différents débats autour de la question de savoir s'il est préférable de consommer des denrées alimentaires régionales issues d'une agriculture conventionnelle ou s'il est préférable de consommer des aliments bio importés ont eu lieu dans les différents médias.

Afin de pouvoir répondre à cette question, il est tout d'abord important de rappeler plusieurs éléments. En premier lieu, il est nécessaire de répéter que nous parlons de deux thématiques différentes. Les produits régionaux labélisés attestent l'origine et le lieu de transformation des produits, tandis que le label bio certifie un mode de production agricole. Vous l'aurez compris, il est possible de consommer local et bio. Un autre élément fondamental est le besoin et l'attente du consommateur. Ici nous rencontrons différentes typologies. Une part toujours plus importante des consommateurs souhaite favoriser les circuits courts ainsi qu'une agriculture et une économie de proximité. D'autres personnes sont plus sensibles aux problématiques du mode de production ; cette préoccupation s'est accrue suite aux différents épisodes médiatiques qui ont animé l'année 2017.

Nous ne le répèterons jamais assez, l'utilisation d'un herbicide total comme le glyphosate est soumise à des règles radicalement différentes en Suisse ou chez nos voisins.

EIN EREIGNISREICHES UND INTENSIVES JAHR

In Bezug auf die Fläche belegt Freiburg unter den Schweizer Kantonen den achten Rang. In Bezug auf die Gastronomie wage ich ohne Lokalpatriotismus zu behaupten, dass unser Kanton eine Vorrangstellung einnimmt. Wir können wirklich stolz sein auf unser gastronomisches Kulturgut. Wir haben das grosse Glück, in den verschiedenen Lebensmittelbereichen und Regionen über einzigartige Spezialitäten zu verfügen. Wie Sie dem Deckblatt dieses Geschäftsberichts entnehmen konnten, haben wir einen neuen visuellen Auftritt, dank dem wir gezielter über zwölf traditionelle Freiburger Produkte kommunizieren können. Selbstverständlich vergessen wir die anderen Produkte nicht. Diese werden mittels unserem Label «zertifiziert Terroir Fribourg», das ebenfalls einen neuen Look erhalten hat, in Szene gesetzt. Mehr darüber erfahren Sie in der Rubrik «Zertifizierung».

Der Trend hin zum Konsum lokaler Produkte entwickelte sich 2017 weiter. Es gab in verschiedenen Medien Debatten rund um die Frage, ob der Konsum von regionalen Lebensmitteln aus konventioneller Landwirtschaft oder der Konsum von importierten Biolebensmitteln vorzuziehen sei.

Um diese Frage beantworten zu können, ist es wichtig, sich mehrere Punkte in Erinnerung zu rufen. In erster Linie muss wiederholt werden, dass es sich dabei um zwei unterschiedliche Themen handelt. Die regionalen Labelprodukte bezeichnen die Herkunft und den Verarbeitungsort der Produkte, während das Biolabel eine landwirtschaftliche Produktionsweise zertifiziert. Wie Sie sehen ist es möglich, lokal und bio zu konsumieren. Ein anderes wichtiges Element sind das Bedürfnis und die Erwartung des Konsumenten. In diesem Bereich gibt es verschiedene Typologien. Immer mehr Konsumenten möchten kurze Transportwege sowie eine regionale Landwirtschaft und Wirtschaft fördern. Andere achten stärker auf die Produktionsweise. Seit den verschiedenen medialen Berichterstattungen im Jahr 2017 hat sich dieses Anliegen verstärkt.

Wir können gar nicht genug oft wiederholen, dass der Einsatz von Totalherbiziden wie Glyphosat in der Schweiz ganz anderen Regelungen untersteht als in unseren Nachbarländern.

Dans notre pays, l'utilisation pour faire mourir des plantes en les sulfatant de glyphosate deux semaines avant la récolte est, contrairement à nos voisins, formellement interdite. Les agriculteurs sont formés afin d'utiliser les produits phytosanitaires de manière précise et professionnelle, en appliquant une législation très stricte. Cette méconnaissance de l'utilisation des produits phytosanitaires par la population suisse est fortement influencée par des reportages réalisés dans des pays voisins comme la France et l'Allemagne, qui eux travaillent avec une **législation** beaucoup plus permissive que la nôtre.

Rappelons aussi que le cahier des charges et les directives pour la production bio sont différents en Suisse et à l'étranger. Citons par exemple les exigences de base d'une exploitation agricole PER (Prestations écologiques requises) qui constitue plus de 95% des exploitations agricoles suisses. Ces exploitations dites conventionnelles produisent avec des directives plus sévères que celles de nos voisins en ce qui concerne la détention des animaux, les mesures pour réduire l'érosion du sol, préserver la biodiversité ou encore l'interdiction de la monoculture. Ces exemples permettent de démontrer qu'une exploitation agricole suisse dite conventionnelle produit des matières premières d'excellente qualité tout en préservant l'environnement.

Après analyse de ces différents paramètres, notre association a pris la décision d'associer les avantages d'une production régionale et du mode de production. Nous encourageons la consommation de denrées alimentaires locales et rappelons aux amateurs de produits bio qu'il est tout à fait possible de consommer du local bio.

Durant l'année écoulée, un autre événement a significativement marqué notre action : il s'agit de l'arrivée à la HEG de Fribourg d'une filiale de Subway. Alors que des discussions sont en cours depuis 2016 sur le plan politique pour réglementer l'approvisionnement de la restauration collective en denrées alimentaires fribourgeoises, il nous est apparu très important de réagir à cette décision en raison du fait que Subway élabore des sandwiches avec du pain importé. Terroir Fribourg ne remet pas en cause le côté entrepreneurial et le dynamisme du gérant de la filiale mais reste persuadé qu'une solution avec une entreprise fribourgeoise produisant avec des matières premières locales aurait pu être trouvée. Cette annonce est d'autant plus douloureuse en sachant qu'environ 100'000 tonnes de céréales panifiables se sont retrouvées en excédent sur le marché en raison d'une récolte 2017 très abondante.

L'année 2017 a également été celle de la signature d'un partenariat avec un ambassadeur de renom en la personne d'Alain Baechler, Chef étoilé du Restaurant Des Trois Tours à Bourguillon. Nul doute que l'inventivité ainsi que les prodigieuses connaissances gastronomiques d'Alain Baechler, qui peut faire valoir 18 points au guide Gault & Millau, permettront d'augmenter la lumière sur les produits du terroir fribourgeois et ainsi de les faire rayonner à l'intérieur et à l'extérieur du canton de Fribourg.

Finalement, je souhaite remercier tous les membres de notre association pour la fructueuse et agréable collaboration, la Direction des Institutions, de l'Agriculture et des Forêts (DIAF) pour

In unserem Land ist der Einsatz von Glyphosat zur Unkrautvernichtung zwei Wochen vor der Ernte im Gegensatz zu unseren Nachbarländern ausdrücklich untersagt. Die Landwirte werden so ausgebildet, dass sie Pflanzenschutzmittel entsprechend einer sehr strengen Gesetzgebung präzise und professionell einsetzen. Diese Verknennung des Einsatzes von Pflanzenschutzmitteln durch die Schweizer Bevölkerung wird stark beeinflusst von Berichterstattungen aus Nachbarländern wie Frankreich und Deutschland, die einer bedeutend freizügigeren Gesetzgebung unterstehen als wir.

Es sei auch daran erinnert, dass das Pflichtenheft und die Richtlinien für die Bioproduktion in der Schweiz anders sind als im Ausland. So zum Beispiel die Grundanforderungen an einen landwirtschaftlichen ÖLN-Betrieb (Ökologischer Leistungsnachweis), den 95 % der landwirtschaftlichen Betriebe in der Schweiz erfüllen. Diese so genannten konventionellen Betriebe produzieren unter viel strengeren Richtlinien als jene in unseren Nachbarländern, was Tierhaltung, Massnahmen zur Reduzierung von Bodenerosion, Erhaltung der Biodiversität oder Verbot von Monokultur betrifft. Anhand dieser Beispiele kann aufgezeigt werden, dass ein so genannt konventioneller schweizerischer landwirtschaftlicher Betrieb Rohstoffe von hervorragender Qualität produziert und gleichzeitig die Umwelt schützt.

Nach Prüfung der verschiedenen Parameter hat unsere Vereinigung beschlossen, die Vorteile einer regionalen Produktion mit der Produktionsweise zu verbinden. Wir fördern den Konsum von lokalen Lebensmitteln und erinnern die Liebhaber von Bioprodukten daran, dass es absolut möglich ist, lokal und bio zu konsumieren.

Im vergangenen Jahr hat ein anderes Ereignis unsere Arbeit geprägt: die Eröffnung der Subway-Filiale in der HSW-FR. Während seit 2016 auf politischer Ebene über die Reglementierung der Versorgung der Gemeinschaftsgastronomie mit Lebensmitteln aus Freiburg diskutiert wird, erschien uns eine Reaktion auf diese Entscheidung wichtig. Dies aufgrund der Tatsache, dass Subway Sandwiches mit importiertem Brot zubereitet werden. Terroir Fribourg stellt die unternehmerische Seite und das Engagement des Filialleiters nicht in Frage, ist aber weiterhin der Überzeugung, dass eine Lösung mit einem Freiburger Unternehmen, das lokale Rohstoffe verwertet, hätte gefunden werden können. Diese Nachricht ist umso schmerzhafter, als es auf dem Markt aufgrund einer sehr reichen Ernte 2017 einen Überschuss von rund 100'000 Tonnen Brotgetreide gab.

Im Jahr 2017 kam auch die Partnerschaft mit einem renommierten Botschafter in der Person von Alain Bächler, Sternekoch des Restaurants Des Trois Tours in Bürglen, zustande. Die Kreativität sowie die ausserordentlichen gastronomischen Fähigkeiten von Alain Bächler, der 18 Gault-Millau-Punkte für sich beanspruchen kann, werden die Produkte aus dem Freiburgerland noch mehr in den Fokus stellen und sie im Kanton Freiburg und auch über die Kantons Grenzen hinaus erstrahlen lassen.

Nun bedanke ich mich bei allen Mitgliedern unserer Vereinigung für die konstruktive und angenehme Zusammenarbeit, der Direktion der Institutionen und der Land- und Forstwirtschaft

leur soutien et leur implication, notre Président Daniel Blanc et les membres du comité directeur pour leur confiance et leur engagement pour la promotion de nos magnifiques produits du terroir. Je ne pourrais bien sûr pas terminer ce rapport sans remercier chaleureusement l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs, permanents et temporaires, pour leur travail et leur volonté de faire encore mieux connaître nos merveilleux produits du Pays de Fribourg.

ILFD für ihre Unterstützung und ihr Mitwirken, und unserem Präsidenten, Daniel Blanc, und den Mitgliedern des Direktionsvorstands für ihr Vertrauen und ihr Engagement für die Verkaufsförderung der ausgezeichneten Produkte aus dem Freiburgerland. Bevor ich zum Schluss komme, möchte ich es nicht versäumen, allen festangestellten und temporären Mitarbeitenden für ihre Arbeit und ihre Motivation zu danken, um die herrlichen Produkte aus dem Freiburgerland noch breiter bekannt zu machen.

CALENDRIER 2018

KALENDER 2018

MANIFESTATIONS / VERANSTALTUNGEN

DATE / DATUM

LIEU / ORT

Exposition Suisse des petits animaux	5 - 7 janvier	Fribourg / Forum
Salon International de l'Agriculture	24 fév. - 4 mars	France / Paris
Slow Food Market	2 - 4 mars	Berne / BEA
Tour de Romandie	24 et 25 avril	Ville de Fribourg
Fête du Fromage	6 mai	Gruyères
Assemblée annuelle	7 mai	Sarine
Journée du Terroir (visite, conférence de presse, brunch)	24 mai	Broye / Marché des Chandines
Wake up an Run	7 - 8 juin	Fribourg ville
Formation sur l'emballage des produits alimentaires	18 juin	Glâne / La Poularde Romont Marché
Marché Concours Saignelégier	10 - 12 août	Jura / Saignelégier
Bénichon du Pays de Fribourg	24, 25, 26 août	Broye / Estavayer-le-Lac
Semaine du Goût	13 - 23 sept.	Canton de Fribourg
Salon Suisse des Goûts et Terroirs	31 oct. - 4 nov.	Bulle / Espace Gruyère
20 ^e anniversaire cave à fromages de la Tzintre	30 nov. - 1 déc.	Charmey
Apéros Fribourgeois (3 événements)	dates à définir	

L'ANNÉE 2017 EN RÉSUMÉ

2017 IM RÜCKBLICK



Anne-Sophie Roullet Marketing et Communication
Terroir Fribourg

La Promotion des Produits du Terroir du Pays de Fribourg est organisée en bonne partie lors de diverses manifestations qui ont lieu au sein du canton de Fribourg, dans différents cantons en Suisse et également en France.

Die Förderung der Produkte aus dem Freiburgerland erfolgt zu einem grossen Teil an verschiedenen Veranstaltungen, die im Kanton Freiburg, in anderen Kantonen der Schweiz und auch in Frankreich stattfinden.

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

Paris | 25.02 au 07.03.2017

Mandaté par Switzerland Cheese Marketing, Terroir Fribourg a organisé pour la 15^e année consécutive la promotion des fromages suisses au Salon International de l'agriculture. Le salon a accueilli plus de 600'000 visiteurs durant les neuf jours de manifestation. Quant au bilan du stand suisse, deux tonnes de fondue moitié-moitié ont été vendus dans les vitrines, 30'000 bâtonnets de dégustation fondue ont été distribués et 780kg de fondue ont été utilisés au restaurant. Comme point fort de la semaine, la visite du Conseiller fédéral Johann N. Schneider-Ammann le samedi 4 mars.

Im Auftrag von Switzerland Cheese Marketing hat Terroir Fribourg zum 15. Jahr in Folge die Förderung der Schweizer Käse am Salon International de l'Agriculture organisiert. Der Salon zählte während der neuntägigen Veranstaltung 600'000 Besucher. Der Schweizer Stand verzeichnete einen Verkauf von zwei Tonnen Fondue moitié-moitié an der Theke, 30'000 verteilte Fondue-Degustationsstäbchen sowie einen Konsum von 780kg Fondue im Restaurant. Den Schwerpunkt der Woche bildete der Besuch von Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann am Samstag, 4. März.



PROMOTION GARE DE FRIBOURG VERKAUFSFÖRDERUNG AM BAHNHOF FRIBURG

Fribourg | Freiburg | 17.03.17

Le 17 mars, dans sept gares principales de Suisse romande, les pendulaires ont reçu gratuitement un jus de pomme artisanal. Terroir Fribourg a distribué 4'800 doypack de jus de pomme sur un total de plus de 30'000 pour l'ensemble des sept gares. Cette action avait pour but de faire redécouvrir un produit local aux consommateurs romands. Les jus ont été très appréciés par les personnes de passage à la gare ce jour-là.

Am 17. März erhielten die Pendler an den sieben grössten Bahnhöfen der Westschweiz einen handwerklich hergestellten Apfelsaft. Terroir Fribourg verteilte in Freiburg 4'800 Standbodenbeutel mit Apfelsaft. Für alle sieben Bahnhöfe belief sich das Total auf über 30'000 Apfelsaftbeutel. Ziel dieser Aktion war es, die Westschweizer Konsumenten ein regionales Produkt wiederentdecken zu lassen. Die Säfte wurden von den Bahnhofspassanten an jenem Tag sehr geschätzt.

TOUR DE ROMANDIE 2017 | TOUR DE ROMANDIE 2017

Tour de Romandie – Pas de coup de pompe pour nos artisans ! | Tour de Romandie – Kein Durchhänger für unsere handwerklichen Produzenten!

Du 25 au 30 avril dernier, la crème double du cyclisme mondial s'était donné rendez-vous sur les routes de la Suisse romande. La neige, fidèle compagne du Tour, obligea les forçats de la route à pédaler dans le yogourt durant les premières étapes à Aigle, Champéry et Bulle, qui se déroulèrent dans des conditions dantesques. C'est paradoxalement dans la Broye, à Payerne, que le soleil fit sa première incursion, avant 2 dernières arrivées d'étapes idylliques à Leysin et Lausanne.

Terroir Fribourg, à l'invitation des organisateurs de l'étape bulloise, a pu disposer tout au long du Tour d'un stand dans le village d'arrivée, s'assurant ainsi une belle exposition et de nombreux contacts intéressants.

La présence d'un artisan à chaque étape a été très appréciée par les suiveurs du Tour et les fins gourmets de divers horizons, qui pouvaient ainsi garnir leur musette pour éviter toute fringale! Trois producteurs membres de Terroir Fribourg se sont succédés derrière le comptoir, à savoir la Laiterie Moderne de Bulle, la Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'alpage et le Marché des Chandines de Delley.

Les produits fribourgeois les plus typiques, soit jambon de la borne, fondue, poire à botzi ou encore meringue et crème double étaient offerts en dégustation et pouvaient également être achetés par les nombreux badauds, qui recevaient en bonus une planchette en bois gravée « Terroir Fribourg ». L'aspect visuel du stand a été soigné avec la première sortie de notre « stand parapluié » et de son petit comptoir de dégustation. Un concours a également été mis sur pied, où les gens devaient deviner quel produit fribourgeois, parmi ceux proposés, bénéficiait d'une AOP. Le premier prix, un week-end en Gruyère offert par notre partenaire Gruyère Tourisme, a été gagné du côté du Chablais.

Cette expérience, très enrichissante pour notre association, a permis de constater que les produits du terroir fribourgeois bénéficient plus que jamais d'une très bonne cote en Suisse romande!

Vom 25. bis 30. April gab sich die Crème de la Crème des weltweiten Radrennsports auf den Westschweizer Strassen ein Stelldichein. Der Schnee war auf der Rundfahrt als ständiger Begleiter mit von der Partie und die Radrennfahrer kämpften sich während der ersten Etappen in Aigle, Champéry und Bulle bei dantischen Verhältnissen vorwärts. Paradoxerweise zeigte sich die Sonne im Broyebezirk bei Payerne zum ersten Mal, vor den letzten beiden idyllischen Etappenzielen Leysin und Lausanne.

Auf Einladung der Organisatoren der Etappe von Bulle hin konnte sich Terroir Fribourg während der ganzen Tour im Ankunfts-dorf mit einem Stand präsentieren und zahlreiche interessante Kontakte zu knüpfen.

Die Anwesenheit eines handwerklichen Produzenten an jedem Etappenziel wurde von den Zuschauern der Tour und den Feinschmeckern aller Art geschätzt. So konnten die Taschen gefüllt und Heiss hunger vermieden werden! Drei Produzentenmitglieder von Terroir Fribourg wechselten sich hinter der Theke ab: die Laiterie Moderne aus Bulle, la Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'alpage und der Marché des Chandines aus Delley.

Die typischsten Freiburger Produkte, d. h. Jambon de la borne (Chämischinken), Fondue, Poire à Botzi oder auch Meringue mit Doppelrahm, wurden zur Degustation angeboten und konnten von den vielen Schaulustigen auch gekauft werden. Als Geschenk gab es ein Holzbrett mit der Gravur «Terroir Fribourg». Für das Erscheinungsbild sorgte der erste Auftritt unseres «Faltdisplays» mit der kleinen Degustationstheke. Ausserdem wurde ein Wettbewerb angeboten, bei dem die Leute raten mussten, welches der angebotenen Freiburger Produkte ein AOP-Gütesiegel trägt. Der erste Preis, ein Wochenende in Greyerz, offeriert von unserem Partner Gruyère Tourisme, ging an einen Teilnehmer aus dem Chablais.

Diese für unsere Vereinigung sehr bereichernde Erfahrung hat gezeigt, dass die Produkte aus dem Freiburgerland in der Westschweiz mehr denn je geschätzt werden.



WAKE UP AND RUN WAKE UP AND RUN

Fribourg | 02.06.2017

Wake Up and Run est une course à pied de 5 km qui se déroule chaque année à travers la Ville de Fribourg, à 5h30 le matin. Après l'effort, les participants reçoivent un petit déjeuner pour les récompenser de leur jogging matinal. Cette année, Terroir Fribourg a offert une petite cuchaule à tous les participants de la course pour les sensibiliser à consommer des produits de la région. Les sportifs ont été enchantés et ont dégusté la cuchaule avec appétit. Certains coureurs ont même dit s'être inscrits à la course dans le seul but de recevoir la cuchaule à l'arrivée!

Wake up and run ist ein 5-km-Lauf, der einmal im Jahr um 5.30 Uhr morgens in der Stadt Freiburg losgeht. Nach der Anstrengung werden die Teilnehmer für ihr morgendliches Jogging mit einem Frühstück belohnt. Dieses Jahr schenkte Terroir Fribourg allen Teilnehmern am Lauf eine Mini-Cuchaule, um sie für den Konsum von Produkten aus der Region zu sensibilisieren. Die Sportler waren begeistert und liessen sich die Cuchaule schmecken. Einige Läufer sagten sogar, sie hätten sich nur für den Lauf eingeschrieben, weil am Ziel eine Cuchaule wartete!



BÉNICHON DU PAYS DE FRIBOURG / GORDON BENNETT KILBI IM FREIBURGERLAND / GORDON BENNETT

Gordon Bennett 2017 – La Bénichon prend de la hauteur ! Die Kilbi geht hoch hinaus!

On pourrait caractériser la Bénichon du Pays de Fribourg par sa polyvalence ! En effet, après des éditions couronnées de succès à Fribourg, Bulle, Planfayon et Romont, un nouveau défi lui était proposé en 2017 : devenir le partenaire gastronomique de la Coupe aéronautique Gordon Bennett !

Ce projet, né de la passion de Nicolas Tièche et Laurent Sciboz, aérostiers du Team Fribourg/Freiburg Challenge, a réuni durant 3 jours plus de 23'000 personnes sur l'aérodrome d'Epagny. La manifestation, organisée principalement par les 4 Piliers de l'économie fribourgeoise, a pris une telle ampleur que c'était du jamais-vu dans l'histoire de la Coupe Gordon Bennett. Le côté populaire des festivités a particulièrement marqué les équipages et hôtes étrangers, pour un événement qui attire généralement un cercle restreint de passionnés. On peut affirmer sans fausse modestie que la Bénichon y a contribué à sa façon, proposant un programme authentique, varié et divertissant.

Was die Kilbi im Freiburgerland charakterisiert, ist ihre Vielseitigkeit! Nach den erfolgreichen Ausgaben in Freiburg, Bulle, Plaffeien und Romont wartete 2017 eine neue Herausforderung auf sie. Die Kilbi im Freiburgerland wurde als gastronomischer Partner für den Gordon-Bennett-Weltcup angefragt!

Das aus der Leidenschaft der beiden Ballonfahrer Nicolas Tièche und Laurent Sciboz aus dem Team Fribourg/Freiburg Challenge entstandene Projekt führte während drei Tagen rund 23'000 Personen auf den Flughafen von Epagny. Die hauptsächlich von den 4 Pfeilern der Freiburger Wirtschaft organisierte Veranstaltung erreichte ein nie dagewesenes Ausmass im Gordon-Bennett-Weltcup. Vor allem die volkstümliche Seite der Veranstaltung für einen Anlass, der in der Regel einen kleinen Kreis von Begeisterten anzieht, erzielte eine grosse Wirkung auf die Teams und die ausländischen Gäste. Man darf ohne falsche Bescheidenheit sagen, dass die Kilbi mit

Le vendredi, c'est la désormais traditionnelle Bénichon des entreprises qui a ravi un chiffre encore inégalé de convives, soit plus de 900! La collaboration en cuisine avec Norbert Tinguely, de la boucherie de Marsens, a été exemplaire et a permis aux hôtes de déguster de savoureux plats élaborés avec des matières premières régionales. Le service, impeccable, était pour sa part confié à La Passion Traiteur, Grégory Braillard à Epagny. Ce repas représentera à coup sûr une excellente carte de visite pour les prochaines éditions !

Le point fort des festivités se tenait le vendredi soir déjà, avec le décollage des 21 équipages représentant 13 nations différentes. Divers événements tant officiels que populaires avaient été mis en place avec notamment un show lumineux sur le Moléson et divers concerts tant modernes que traditionnels. La météo radieuse aidant, le public ne s'y est pas trompé puisque 16'000 personnes ont afflué, provoquant quelques sueurs froides aux responsables des parkings et de la subsistance. Mais heureusement, le dispositif prévu par la Bénichon a tenu bon et la grande majorité des visiteurs ont pu se régaler soit d'une fondue, soit d'un plat de Bénichon, soit des divers mets du terroir proposés par les stands en extérieur.

Samedi et dimanche, les animations aéronautiques prévues ont quelque-peu souffert de l'arrivée précoce des frimas de l'hiver. On pourra surtout souligner le courage des artisans venus braver le froid au marché de la Bénichon. L'Interprofession du Gruyère AOP était également présente avec son chalet de dégustation, ce qui a permis à de nombreux touristes de connaître (une partie) des secrets de notre noble pâte dure. Après un petit tour sur la grande balançoire, les visiteurs se sont rabattus sur la cantine chauffée, où ils ont pu déguster le menu de Bénichon au son de la Schwytzoise et des chœurs de l'Intyamon. La Pinte à fondue, confiée aux bons soins de notre ami André Currat, n'a pas désempli du week-end !

Si les esprits taquins diront que c'était « gonflé » de s'adosser à une telle manifestation, nul doute que la Bénichon du Pays de Fribourg a trouvé sa place et a justifié sa raison d'être en séduisant un nouveau public !



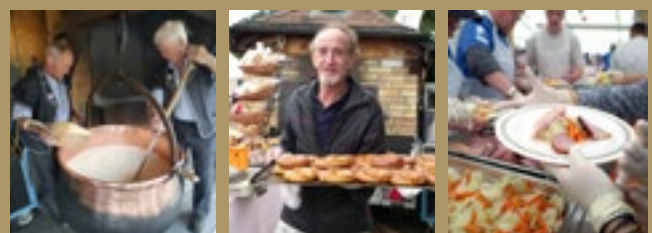
einem authentischen, abwechslungsreichen und unterhaltsamen Programm das ihre dazu beigetragen hat.

Am Freitag begeisterte die inzwischen traditionelle Kilbi der Unternehmen mit über 900 Besuchern mehr Gäste als je zuvor. Die Zusammenarbeit mit Norbert Tinguely von der Metzgerei Marsens im Bereich der Gastronomie war vorbildlich. Die Gäste hatten die Möglichkeit, köstliche Gerichte mit Rohstoffen aus der Region zu probieren. Der Partyservice La Passion unter der Leitung von Grégory Braillard aus Epagny funktionierte einwandfrei. Dieses Essen ist ganz sicher ein ausgezeichnetes Aushängeschild für zukünftige Ausgaben der Kilbi.

Mit dem Abflug von 21 Teams aus 13 verschiedenen Nationen war bereits der Freitagabend der Höhepunkt der Festlichkeiten. Es wurden verschiedene offizielle wie auch volkstümliche Programmpunkte geboten, unter anderem eine Lichtshow auf dem Moléson und verschiedene moderne sowie traditionelle Konzerte. Das herrliche Wetter zog 16'000 Besucher an, was bei den Verantwortlichen für das Parking und die Verpflegung für kalten Schweiß sorgte. Doch glücklicherweise hielt das von der Kilbi geplante Dispositiv allem stand. Die Mehrheit der Besucher konnte ein Fondue, ein Hauptgericht des Kilbi-Menüs oder verschiedene Gerichte aus der Region, die an den Aussenständen angeboten wurden, geniessen.

Die für Samstag und Sonntag vorgesehenen Flugshows wurden teilweise vom frühzeitigen winterlichen Frost beeinträchtigt. Besonders zu erwähnen ist der Mut der handwerklichen Produzenten, die der Kälte auf dem Kilbi-Markt trotzten. Auch die Sortenorganisation Gruyère AOP war anwesend mit ihrem Chalet für Degustationen. So hatten zahlreiche Touristen die Gelegenheit, (manche) Geheimnisse unseres edlen Hartkäses zu entdecken. Nach kurzem Vergnügen auf der grossen Kilbi-Schaukel zogen sich die Besucher jeweils wieder in das geheizte Festzelt zurück, wo sie zu Klängen des Schwyzerörgeli und der Chöre von Intyamon das Kilbi-Menü geniessen konnten. Das Fondue-Stübli unter der Leitung unseres Freundes André Currat war das ganze Wochenende über voll!

Neckische Stimmen mögen es als « tollkühn » erachten, dass die Kilbi im Freiburgerland sich einer solchen Veranstaltung anzunehmen wagte. Es hat sich jedoch erwiesen, dass sie ihren Platz gefunden und eine Daseinsberechtigung hat, nachdem es gelungen ist, ein neues Publikum in ihren Bann zu ziehen!



SALON SUISSE DES GOÛTS ET TERROIRS SCHWEIZER GASTROMESSE «GOÛTS ET TERROIRS»

Bulle | 29.11 - 03.12.2017

Le Salon Suisse des Goûts et Terroirs s'est déroulé, en 2017, un mois plus tard que les précédentes années, pour cause de comptoir Gruérien. Une baisse de la fréquentation s'est fait ressentir avec 7'500 visiteurs en moins par rapport à 2016. Malgré cette baisse, les artisans fribourgeois ont été, dans l'ensemble, satisfaits de leur présence. Quant au restaurant de la Pinte fribourgeoise, le résultat montre également une baisse du chiffre d'affaires sans pour autant être alarmante. Le bilan général du salon est tout de même positif pour Terroir Fribourg qui a présenté un espace convivial et chaleureux, des stands bien aménagés, un restaurant proposant un service et des mets de qualité. Sur les cinq jours, environ 1'700 fondues ont été servies au restaurant.

Die Schweizer Gastromesse «Goûts et Terroirs» fand 2017 wegen des Comptoir Gruérien einen Monat später als in den vorhergehenden Jahren statt. Die Anzahl der Besucher ging gegenüber dem Vorjahr um 7'500 zurück. Trotz dieses Rückgangs waren die Freiburger Gewerbler mit ihrem Auftritt insgesamt zufrieden. Der Umsatz der Freiburger Pinte war ebenfalls rückläufig, aber nicht alarmierend. Insgesamt zieht Terroir Fribourg für diese Messe trotz allem eine positive Bilanz. Es herrschte eine gesellige, warme Atmosphäre, die Stände waren gut eingerichtet und der Service und die Gerichte im Restaurant waren von hoher Qualität. Während der fünf Tage wurden im Restaurant rund 1'700 Fondues serviert.



RÉTROSPECTIVE DES PROJETS 2017

ÜBERSICHT DER PROJEKTE 2017

APÉRO FRIBOURGEOIS

Pour faire suite à la promotion organisée en 2016, le concept de l'apéro-fribourgeois a été modifié et adapté pour se tourner vers des événements „Apéro-fribourgeois“. En 2017, deux soirées ont été organisées. Le premier „After Work“ s'est déroulé au Moderne à Bulle et a rencontré un beau succès. La seconde soirée, au Talk Wine à Fribourg, s'est avérée de haute qualité et les retours ont été très positifs. Les promotions se déroulent de la manière suivante: présence d'un artisan fromager, d'un boucher ainsi que d'un vigneron et dégustation des produits du Terroir sous forme de planchette apéro. Une animation musicale est proposée durant la soirée et un photographe est présent afin d'alimenter les réseaux sociaux. L'objectif principal de ces promotions est d'institutionnaliser l'apéro fribourgeois auprès des restaurateurs et des bars dans le but de renforcer et développer la consommation des produits fribourgeois au moment de l'apéro.

PASSEPORT TERROIR FRIBOURG

Pour la deuxième année consécutive, les membres de Terroir Fribourg ont pu s'inscrire gratuitement au Passeport Terroir Fribourg, un carnet regroupant une soixantaine d'offres et pourcentages dans les points de vente des artisans. Le but du Passeport Terroir est de faire connaître les produits et magasins des artisans du canton. Pour faire connaître le Passeport Terroir, Terroir Fribourg a mis en place différentes actions de communication sur le site internet www.terroir-fribourg.ch, sur les réseaux

FREIBURGER APÉRO

Als Fortsetzung des im Jahr 2016 zur Verkaufsförderung organisierten Freiburger Apéros wurde das Konzept angepasst und auf «Freiburger Apéro»-Events ausgerichtet. 2017 wurden zwei Abendveranstaltungen organisiert. Die erste, «After Work», fand im Restaurant Le Moderne in Bulle statt und fand grossen Anklang. Die zweite Veranstaltung im Talk Wine in Fribourg war von hoher Qualität und erhielt sehr positive Rückmeldungen. Die Promotionen gestalten sich folgendermassen: Anwesenheit eines gewerblichen Käasers, eines Metzgers sowie eines Winzers und Degustation der auf Apéro-Brettchen präsentierten Produkte aus dem Freiburgerland. Der Anlass wird musikalisch untermalt und ein Fotograf ist vor Ort, um die sozialen Netzwerke zu bedienen. Die Hauptabsicht hinter diesen Verkaufsförderungsmassnahmen ist die Institutionalisierung des Freiburger Apéros in den Freiburger Restaurants und Bars mit dem Ziel, den Konsum von Produkten aus dem Freiburgerland beim Apéro zu stärken und zu fördern.

PASSEPORT TERROIR FRIBOURG

Zum zweiten Jahr in Folge konnten die Mitglieder von Terroir Fribourg sich gratis in den Passeport Terroir Fribourg eintragen lassen. Es handelt sich dabei um ein Gutscheinheft mit rund 60 Angeboten und Rabatt-Gutscheinen für Verkaufspunkte der handwerklichen Produzenten. Die Idee hinter dem Passeport Terroir ist, die Produkte und Läden der handwerklichen Produ-



sociaux, par l'envoi de newsletters ou encore par deux promotions et dégustation en Ville de Fribourg, l'une dans la boutique Angéloz Mode, et la deuxième, dans le centre commercial Fribourg Centre. Un courrier pour les cadeaux de fin d'année a également été envoyé à 200 entreprises du canton. Quant à la distribution et la vente, vingt-cinq membres ont joué le jeu et revendent le carnet dans leur commerce. Enfin, la FNAC Fribourg vend également le Passeport Terroir au rayon librairie pour les cadeaux de Noël. Le bilan des ventes sera effectué au mois de mai 2018.

CRÈME DOUBLE

Le groupe de travail relatif au projet d'une éventuelle Crème Double de la Gruyère AOP a été constitué en novembre 2016. Composé de deux représentants des producteurs de lait, deux représentants des fromagers, trois représentants des fabricants de crème, il s'est réuni à 5 reprises durant cette année 2017, sous la houlette de Terroir Fribourg avec le soutien de M. Jacques Chavaz, consultant. Un travail conséquent a été fourni, soit l'analyse de l'ensemble des possibilités de protection et de promotion de la Crème Double fribourgeoise, avec leurs risques et avantages. Il a été mentionné à plusieurs reprises que le mot Crème Double ne peut pas être protégé car il s'agit d'une locution générique. Par la suite, le groupe s'est penché plus spécifiquement sur la quantité de Crème Double produite ainsi que sur l'analyse d'une éventuelle AOP, afin de connaître les possibilités de faisabilité de cet outil de protection. Pour ce faire, deux sondages ont été réalisés; le premier auprès des producteurs par le biais d'un questionnaire de recensement envoyé par Terroir Fribourg et le deuxième auprès des consommateurs, mené par l'Institut de sondages MIS-Trend. Au terme de cette année 2017 qui a été très productive au niveau de ce projet, Terroir Fribourg a réalisé un rapport intermédiaire et proposé les étapes futures du projet. Ce document a été envoyé aux membres du groupe de travail afin de pouvoir informer les différentes filières et parties prenantes directement liées à ce projet. Terroir Fribourg est favorable à continuer ce projet d'une éventuelle Crème Double de la Gruyère AOP. Il est important d'analyser l'ensemble des solutions afin de mettre encore davantage en valeur ce magnifique produit qu'est la Crème Double de la Gruyère.



DOPPELRAHM

Die Arbeitsgruppe für das Projekt zur Erlangung einer eventuellen AOP-Zertifizierung für den Doppelrahm aus dem Greyerzerland wurde im November 2016 eingesetzt. Die Gruppe aus zwei Vertretern der Milchproduzenten, zwei Vertretern der Käser und drei Vertretern der Rahmproduzenten hat sich unter der Leitung von Terroir Fribourg und mit der Unterstützung von Herrn Jacques Chavaz als Berater im Laufe des Jahres 2017 fünfmal getroffen. Es wurde solide Arbeit geleistet in Form einer Analyse sämtlicher Möglichkeiten zum Schutz und zur Verkaufsförderung des Freiburger Doppelrahms mit ihren Risiken und Vorteilen. Es wurde mehrmals wiederholt, dass das Wort «Doppelrahm» nicht geschützt werden kann, weil es sich um einen Gattungsbegriff handelt.

In der Folge konzentrierte sich die Gruppe konkreter auf die Menge des produzierten Doppelrahms und die Analyse einer eventuellen AOP-Zertifizierung, um die generelle Machbarkeit dieses Schutzinstruments zu ergründen. Zu diesem Zweck wurden zwei Umfragen durchgeführt: die erste mittels eines durch Terroir Fribourg an die Produzenten versandten Fragebogens, und die zweite durch das Forschungsinstitut M.I.S. Trend bei den Konsumenten. Am Ende dieses projektintensiven Jahres 2017 verfasste Terroir Fribourg einen Zwischenbericht und präsentierte die weiteren Schritte in diesem Projekt. Dieses Dokument wurde den Mitgliedern der Arbeitsgruppe zugestellt, damit die verschiedenen Branchen und Stakeholder im Zusammenhang mit diesem Projekt informiert werden konnten. Terroir Fribourg unterstützt die Fortset-

CUCHAULE AOP

Depuis le mois de mai 2014, un groupe de travail s'est engagé pour mettre en place une nouvelle AOP (Appellation d'origine protégée) au sein du canton de Fribourg avec le produit merveilleux qu'est la Cuchaule. Avec le soutien de l'Association Terroir Fribourg et de la Direction des institutions, de l'agriculture et des forêts de l'Etat de Fribourg, ce comité a rédigé le cahier des charges de la Cuchaule AOP et mené à bien l'ensemble du dossier de demande d'enregistrement de la Cuchaule AOP.

Il a présenté ledit dossier auprès des trois familles professionnelles concernées par la Cuchaule AOP, à savoir: les producteurs de céréales représentés par l'Union des Paysans Fribourgeois, les meuniers représentés par l'Association des Moulins Fribourgeois, les boulangers représentés par l'Association des Artisans Boulangers-Pâtisseries-Confitisseurs du Canton de Fribourg. Ces trois familles ont soutenu la démarche et accepté

de faire partie de l'Interprofession de la Cuchaule AOP (IPC) qui a été fondée à Bulle le 31 octobre 2016. En date du 22 avril 2016, le groupe de travail a transmis la demande d'enregistrement de la Cuchaule comme AOP à l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) à Berne. Notre dossier a suivi la procédure normale d'enregistrement. Durant le printemps et l'été 2016, il a été analysé par la Commission fédérale des AOP-IGP qui a rendu un verdict positif. Les instances concernées et les cantons de Fribourg et de Vaud ont également été consultés.

Le 15 février 2017, l'OFAG a mis à l'enquête publique la demande de reconnaissance de la Cuchaule AOP dans de la Feuille officielle suisse du commerce. Cette publication correspond à une première décision de fond positive de l'office responsable du Registre fédéral des AOP et des IGP: selon son analyse, la Cuchaule remplit les critères très exigeants d'une AOP. Durant 3 mois, à savoir jusqu'au 15 mai 2017, toute personne ou institution avait la possibilité de faire opposition contre cette décision, pour autant qu'elle ait des intérêts à faire valoir contre cette demande. En date du 1^{er} juin 2017, l'IPC a été informée qu'une opposition avait été déposée contre sa demande. L'IPC a dû mandater une étude d'avocats de Fribourg pour transmettre ses observations quant à cette opposition. Ces observations ont été communiquées à l'OFAG à fin août et c'est maintenant à cet office de décider si l'opposition est valable ou rejetée. Le comité de l'IPC s'est abstenu jusqu'ici de dévoiler de manière publique le nom de l'opposant

zung des Projekts zur Erlangung einer eventuellen AOP für den Greyerzer Doppelrahm. Es ist wichtig, sämtliche Lösungen zu analysieren, um die Vorzüge dieses hervorragenden Produkts, des Greyerzer Doppelrahms, noch stärker hervorzuheben.

CUCHAULE AOP

Seit Mai 2014 hat sich eine Arbeitsgruppe für die Registrierung des hervorragenden Freiburger Produkts, der Cuchaule, als AOP (Appellation d'origine protégée: geschützte Ursprungsbezeichnung) eingesetzt. Mit der Unterstützung der Vereinigung Terroir Fribourg und der Direktion der Institutionen und der Land- und Forstwirtschaft ILFD hat dieses Gremium das Pflichtenheft der Cuchaule AOP verfasst und das gesamte Dossier für das Gesuch um Eintragung der Cuchaule als geschützte Ursprungsbezeichnung erfolgreich zu Ende gebracht.



Es legte das erwähnte Dossier den drei von der Cuchaule AOP betroffenen Berufsverbänden vor: den Getreideproduzenten, vertreten durch den Freiburger Bauernverband, den Müllern, vertreten durch den Müllermeisterverband des Kantons Freiburg, den Bäckern, vertreten durch den Freiburger Bäcker-, Konditoren- und Confiseurmeisterverband. Diese drei Berufsverbände haben das Vorgehen unterstützt und sich damit einverstanden erklärt, sich der Sortenorganisation Cuchaule AOP anzuschliessen, die am 31. Oktober 2016 in Bulle gegründet wurde. Am 22. April 2016 reichte die Arbeitsgruppe das Gesuch um Eintragung der Cuchaule als geschützte Ursprungsbezeichnung beim Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) in Bern ein.

Unser Dossier durchlief den üblichen Weg der Eintragsverfahren. Im Frühling und Sommer 2016 wurde es von der Eidgenössischen Kommission für Ursprungsbezeichnungen und geografischen Angaben (GUB/GGA) geprüft und gutgeheissen. Die betroffenen Instanzen und die Kantone Freiburg und Waadt wurden ebenfalls konsultiert.

Am 15. Februar 2017 legte das BLW das Gesuch um Anerkennung der Cuchaule als AOP im Schweizerischen Handelsamtsblatt öffentlich auf. Diese Veröffentlichung ist eine erste positive Grundentscheidung des für das Register der Ursprungsbezeichnungen (GUB/AOP) zuständigen Amtes. Gemäss dessen Prüfung erfüllt die Cuchaule die hohen Anforderungen an eine AOP. Während drei Monaten, d. h. bis zum 15. Mai 2017, hatte jede Person oder Institution, die ihr Interesse gegen das Gesuch



afin qu'une relation de confiance puisse être établie entre l'IPC et cet opposant. Les motifs de l'opposition ne semblent pas particulièrement convaincants. La procédure d'opposition retarde l'aboutissement de notre demande mais n'entame pas le potentiel que la Cuchaule se voie attribuer le signe d'excellence qu'est l'AOP. Une nouvelle décision est attendue pour le début 2018.

L'INTERPROFESSION CHARCUTERIE AOP (JAMBON DE LA BORNE ET BOUTEFAS)

Après plusieurs années de pause, le projet de déposer une demande d'appellation d'origine protégée (AOP) pour le Jambon de la Borne et le Boutefas a été relancé. Comme mentionné en titre, le projet d'obtention d'une AOP pour le jambon de la borne est lié avec celui du Boutefas. Ceci s'explique par la volonté de valoriser la plus grande partie possible de la viande de porc qui sera élaborée de manière spécifique pour respecter le cahier des charges.

Lors de l'assemblée générale du 25 avril 2017, Christian Deillon a repris la Présidence de L'Interprofession Charcuterie AOC, aussi connu sous le nom d'ICAOC, avec la ferme intention de relancer le projet. Avec un comité engagé et volontaire, l'ouvrage a été remis sur le métier. Une des premières décisions a été d'attribuer le secrétariat de L'Interprofession Charcuterie AOC à notre association. Terroir Fribourg est très heureux de pouvoir s'engager avec énergie dans ce projet. Nul doute que l'intégration de notre association dans les filières de producteurs de porcs, des transformateurs ainsi que ses contacts avec certains distributeurs et autres parties prenantes permettra d'apporter un soutien important à la réussite de ce projet. Durant l'automne, les commissions ; production de porcs, jambon de la borne et boutefas ont travaillées sur la rédaction des différents cahiers de charges afin de pouvoir les présenter à la prochaine assemblée des délégués qui s'est déroulée le mardi 16 janvier 2018.

geltend machen konnte, die Möglichkeit, Einsprache gegen diesen Entscheid zu erheben. Am 1. Juni 2017 wurde die Sortenorganisation darüber informiert, dass eine Einsprache gegen ihr Gesuch eingereicht wurde. Die Sortenorganisation musste eine Freiburger Anwaltskanzlei mit einer Stellungnahme zu dieser Einsprache beauftragen. Diese Stellungnahme wurde dem BWL Ende August unterbreitet, und es obliegt nun diesem zu entscheiden, ob die Einsprache gültig ist oder zurückgewiesen wird. Der Vorstand der Sortenorganisation hat den Namen der Einsprache erhebenden Person bisher nicht öffentlich bekanntgegeben, damit zwischen ihr und der Sortenorganisation ein Vertrauensverhältnis hergestellt werden kann. Die Gründe für die Einsprache scheinen nicht besonders überzeugend zu sein. Das Einspruchsverfahren verzögert den Entscheid zu unserem Gesuch, gefährdet jedoch die Möglichkeit einer Auszeichnung der Cuchaule mit dem Gütesiegel AOP nicht. Per Anfang 2018 wird ein neuer Entscheid erwartet.

INTERPROFESSION DE LA CHARCUTERIE AOP (JAMBON DE LA BORNE [CHÄMISCHINKEN] UND BOUTEFAS)

Nach einer mehrjährigen Pause ist das Projekt zur Einreichung eines Gesuchs um Eintragung des Jambon de la Borne (Chämischinken) und des Boutefas als geschützte Ursprungsbezeichnung wieder aufgenommen worden. Wie im Titel zum Ausdruck kommt, hängt das Projekt für eine AOP-Zertifizierung des Jambon de Borne mit jenem für den Boutefas zusammen. Dahinter steckt der Wunsch, einen möglichst hohen Anteil Schweinefleisch auf die im Pflichtenheft festgelegte spezifische Art zu verwerten.

Anlässlich der Generalversammlung vom 25. April 2017 übernahm Christian Deillon das Präsidium der Interprofession de la charcuterie AOC, auch bekannt unter dem Namen ICAOC, mit der festen Absicht, das Projekt neu zu lancieren. Mit einem engagierten und entschlossenen Vorstand wurde die Arbeit wieder aufgenommen. Eine der ersten Entscheidungen war es, unsere Vereinigung mit dem Sekretariat der Interprofession de la charcuterie AOC zu beauftragen. Terroir Fribourg freut sich sehr darauf, sich diesem Projekt mit viel Elan zu widmen. Die Einbindung unserer Vereinigung in die Schweinefleischbranche, die Verarbeiter sowie ihre Kontakte zu bestimmten Verteilern und anderen wichtigen Stakeholdern stellt zweifellos eine wichtige Unterstützung für den Erfolg dieses Projekts dar. Im Herbst erarbeiteten die Kommissionen der Schweinefleischproduzenten, des Jambon de la Borne und Boutefas die verschiedenen Pflichtenhefte, um diese anlässlich der Delegiertenversammlung, die am 16. Januar 2018 stattfand, präsentieren zu können.

VITRINE DU TERROIR

Le projet de «Vitrine du Terroir» a pour objectif de développer un outil permettant de mettre en valeur les produits du terroir fribourgeois dans des contextes divers et avec des modèles d'affaires différents. Les études ont également pour but de valoriser le fort potentiel gastronomique, touristique et culturel lié aux produits du terroir fribourgeois. En 2017, le projet «Vitrine du Terroir» a pris une nouvelle orientation. Celui-ci a été divisé en deux parties ou sous-projets. Le premier sous-projet, sous la direction de l'Institut Agricole de Grangeneuve, consiste à élaborer une étude afin de modifier l'infrastructure existante de Grangeneuve en «Maison du Terroir». Le mandat d'étude a été attribué à la HES Valais – Wallis afin qu'ils élaborent différents modèles d'affaires et de business plan. Parallèlement à cette étude, un groupe de travail a été constitué afin de représenter les avis et préoccupations de toutes les parties prenantes au projet. Le second sous-projet est conduit par Terroir Fribourg. Il est divisé en deux parties qui sont :

1. Espace Terroir dont l'objectif sera de trouver des points de ventes existants (p. ex. stations services, restoroutes, magasins spécialisés) dans lesquels des linéaires de vente de produits du Terroir fribourgeois pourront être intégrés (prioritairement avec des produits certifiés Terroir Fribourg).
2. Vitrine de promotion mobile qui servira d'instrument pour des promotions de courtes durées (p. ex. : Tour de Romandie, Wake up and Run, promotion en ville, ...). Cet outil sera modulable et permettra une présentation du Terroir fribourgeois de manière dynamique mais en restant très générale. L'objectif de l'outil sera de renvoyer les clients/visiteurs vers les points de ventes des artisans dans le canton de Fribourg. Cette infrastructure pourra être louée aux membres de l'association.

Les trois projets (Maison du Terroir / espace Terroir et outil de promotion mobile) sont interconnectés. Le travail se fait en réseau entre les différents groupes afin de gagner en impact.



VITRINE DER PRODUKTE AUS DEM FREIBURGERLAND

Ziel des Projekts «Vitrine der Produkte aus dem Freiburgerland» ist die Entwicklung eines Instruments, mit dem die Produkte aus dem Freiburgerland in verschiedenen Kontexten und mit verschiedenen Geschäftsmodellen zur Geltung gebracht werden können. Die Studien zielen auch darauf ab, das hohe Potenzial der Produkte aus dem Freiburgerland im Bereich der Gastronomie, des Tourismus und der Kultur auszuschöpfen. 2017 wurde das Projekt «Vitrine der Produkte aus dem Freiburgerland» neu ausgerichtet. Es wurde in zwei Teile oder Unterprojekte aufgeteilt. Beim ersten Unterprojekt, unter der Leitung des Landwirtschaftlichen Instituts Grangeneuve, geht es um die Ausarbeitung einer Studie zur Umgestaltung der vorhandenen Infrastruktur von Grangeneuve in eine «Maison du Terroir». Die HES Valais-Wallis wurde mit der Studie einschliesslich der Ausarbeitung verschiedener Geschäftsmodelle und eines Businessplans beauftragt. Gleichzeitig wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, welche die Ansichten und Anliegen aller am Projekt beteiligten Stakeholder vertritt.

Dem zweiten Unterprojekt nimmt sich Terroir Fribourg an. Es gliedert sich in folgende zwei Teile:

1. Bereich Freiburgerland, das zum Ziel hat, bereits bestehende Verkaufspunkte (z. B. Tankstellen, Autobahn-Raststätten, Fachgeschäfte) zu finden, in denen es Regalflächen gibt, die für den Verkauf von Produkten aus dem Freiburgerland genutzt werden können.
2. Mobile Verkaufsförderungsvitrine, die als Instrument für kurze Promotionen (z. B. Tour de Romandie, Wake up and Run, Verkaufsförderung in der Stadt ...) eingesetzt wird. Diese Vitrine lässt sich anpassen und ermöglicht eine dynamische und trotzdem sehr allgemeine Präsentation des Freiburgerlands. Ziel dieses Instruments ist es, Kunden/Besucher zum Besuch der Verkaufsstellen der handwerklichen Produzenten im Kanton Freiburg anzuregen. Diese Infrastruktur kann von den Mitgliedern der Vereinigung gemietet werden.

Die drei Projekte (Maison du Terroir / Bereich Freiburgerland und mobiles Verkaufsförderungsinstrument) sind miteinander verbunden. Ein Netzwerk aus den verschiedenen Gruppen kümmert sich um die Projekte, um ihnen grösseres Gewicht zu verleihen.



COMMUNICATION 2017

KOMMUNIKATION 2017

SITE INTERNET

Le site internet www.terroir-fribourg.ch est une plateforme qui permet aux membres de l'Association de bénéficier d'une page de présentation de leur entreprise et leurs produits. Le site propose entre autres des recettes traditionnelles, les adresses et points de vente des artisans, les actualités et manifestations en lien avec la gastronomie ou tout simplement une balade gourmande virtuelle. La plateforme www.terroir-fribourg.ch a été visitée par plus de 102'000 visiteurs uniques en 2017, soit environ 30% de plus qu'en 2016. Le site est également très bien référencé sur le moteur de recherche Google et est régulièrement mis à jour.



MÉDIAS (PRINT ET RADIO)

Tout au long de l'année, Terroir Fribourg soigne ses relations avec la presse écrite. Des communiqués de presse sont régulièrement envoyés afin d'informer les consommateurs à propos des activités de l'Association et d'actualités en lien avec le terroir. En 2017, sept grands thèmes ont été abordés par Terroir Fribourg. Les communiqués ont été relayés avec succès dans la presse écrite fribourgeoise et même romande. Idem pour la radio, Pierre-Alain Bapst, le directeur de Terroir Fribourg, a été l'invité de différentes émissions radios où la résonance et l'impact ont été positifs pour notre association.

NEWSLETTER

Depuis avril 2017, un nouvel **instrument** est utilisé par Terroir Fribourg pour l'envoi d'une newsletter. Sur l'ensemble de l'an-

WEBSITE

Die Website www.terroir-fribourg.ch ist eine Plattform, auf der die Mitglieder der Vereinigung ihr Unternehmen und ihre Produkte präsentieren können. Unter anderem findet der Besucher auf der Website traditionelle Rezepte, die Adressen und Verkaufspunkte der handwerklichen Produzenten, Informationen zu Aktualitäten und Veranstaltungen im Zusammenhang mit der Gastronomie oder einfach einen virtuellen Gourmet-Rundgang. Die Plattform www.terroir-fribourg.ch verzeichnete allein im Jahr 2017 102'000 Besucher, rund 30 % mehr als 2016. Die Website verfügt über ein gutes Suchmaschinenranking von Google und wird regelmässig aktualisiert.

MEDIEN (PRINT UND RADIO)

Terroir Fribourg pflegt ihre Beziehungen zur Presse das ganze Jahr über. Es werden regelmässig Pressemitteilungen verschickt, um die Konsumenten über die Aktivitäten der Vereinigung und die Aktualitäten im Zusammenhang mit der Region zu informieren. 2017 nahm Terroir Fribourg zu sieben grossen Themen Stellung. Die Mitteilungen wurden von den Freiburger und sogar den Westschweizer Printmedien aufgenommen. Auch im Radio wurde darüber berichtet. Pierre-Alain Bapst, Direktor von Terroir Fribourg, war Gast in verschiedenen Radiosendungen, die positive Resonanzen und Auswirkungen für unsere Vereinigung nach sich zogen.



née, dix e-mailing ont été envoyés à plus de 2'200 contacts (par envoi). La base de données est sans cesse actualisée et complétée par des inscriptions depuis le site internet. Les membres de Terroir Fribourg ont la possibilité d'utiliser cet outil pour relayer leurs actualités et nouveautés. Les statistiques de la newsletter sont bonnes puisqu'en moyenne 30% des contacts ouvrent le mail et cliquent sur les liens (moyenne pour une newsletter d'environ 10%).

FACEBOOK

Afin de toucher un public plus large, Terroir Fribourg est actif sur le réseau social Facebook. En 2017, pas moins de 192 publications ont été créées pour informer et divertir les adeptes du Terroir. Les personnes abonnées à la page Terroir Fribourg sont très demandeuses d'informations. La communauté aime participer à la vie de l'Association et la page est un excellent moyen d'entrer en contact avec ces personnes. Les artisans ont la possibilité d'envoyer leurs informations afin que Terroir Fribourg les relaie sur la page qui dénombre, à la fin 2017, 4'484 abonnés.



YOUTUBE

Pour assurer une bonne visibilité de l'association sur la toile, Terroir Fribourg a créé un compte sur Youtube, la célèbre plateforme pour regarder, entre autres, des vidéos en ligne. A l'avenir, le but de Terroir Fribourg sera d'offrir aux internautes différentes vidéos sur des recettes traditionnelles ou à base de produits du Terroir. A la fin 2017, trois vidéos étaient en ligne, soit la présentation de l'association, de ses membres et des produits phares fribourgeois, une vidéo sur la Bénichon du Pays de Fribourg ainsi qu'une vidéo de 30 secondes sur la fabrication des bricelets fribourgeois.

NEWSLETTER

Seit April 2017 wird der Newsletter von Terroir Fribourg über ein neues Tool versendet. Über das gesamte Jahr hinweg wurden zehn E-Mails an über 2'200 Kontakte (pro Versand) geschickt. Die Datenbank wird entsprechend den Anmeldungen auf der Website laufend aktualisiert und ergänzt. Die Mitglieder von Terroir Fribourg haben die Möglichkeit, auf diesem Weg ihre Aktualitäten und Neuheiten zu verbreiten. Die Statistiken des Newsletters sind positiv. Durchschnittlich 30% der Kontakte öffnen die E-Mail und klicken auf die Links (Durchschnitt für einen Newsletter rund 10 %).



FACEBOOK

Um ein grösseres Publikum anzusprechen, ist Terroir Fribourg auf dem sozialen Netzwerk Facebook aktiv. 2017 wurden nicht weniger als 192 Posts erstellt, um die Fans des Terroirs zu informieren und zu unterhalten. Informationen sind bei Anwendern, die der Seite von Terroir Fribourg folgen, sehr gefragt. Die Community nimmt gerne am Leben der Vereinigung teil und die Seite ist ein ausgezeichnetes Mittel, um mit diesen Personen in Kontakt zu kommen. Die handwerklichen Produzenten können Terroir Fribourg ihre Informationen zustellen, damit diese auf der Seite, die Ende 2017 4'484 Abonnenten zählte, veröffentlicht werden können.

YOUTUBE

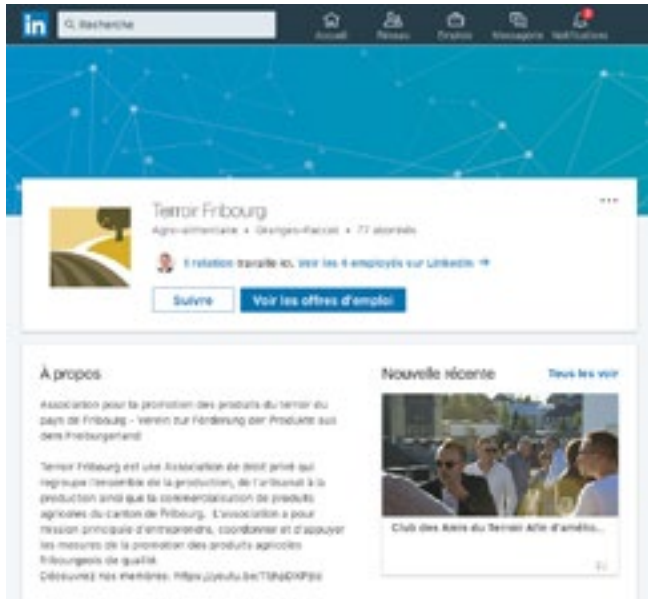
Um der Vereinigung im Netz eine gute Sichtbarkeit zu verleihen, hat Terroir Fribourg ein YouTube-Konto erstellt. Auf der bekannten Plattform können unter anderem Videos online geschaut werden. In Zukunft möchte Terroir Fribourg den Internet-Surfern verschiedene Videos zu traditionellen Rezepten oder Rezepten auf der Basis von Produkten aus dem Freiburgerland zur Verfügung stellen. Ende 2017 waren drei Videos aufgeschaltet: die Präsentation der Vereinigung, ihrer Mitglieder und den Freiburger Vorzeigeprodukten, ein Video über die Kilbi im Freiburgerland und ein 30-sekündiges Video über die Herstellung der Freiburger Bretzeli.

LINKEDIN

Um die Palette an sozialen Netzwerken zu vervollständigen und stets mit dem Ziel, möglichst viele Konsumenten zu erreichen, hat Terroir Fribourg eine LinkedIn-Seite erstellt. Auf dieser

LINKEDIN

Pour compléter la panoplie des réseaux sociaux et toujours dans le but de toucher un maximum de consommateurs, une page LinkedIn a été créée par Terroir Fribourg. Les thèmes abordés sont en lien avec l'actualité quotidienne. Les communiqués de presse ou interviews radios sont également relayés sur cette plateforme qui cible, principalement, un public professionnel et politique.



FORMATION FACEBOOK

La communication sur la toile étant de plus en plus conséquente, notre association trouvait nécessaire de donner l'opportunité aux artisans d'apprendre à utiliser Facebook, réseau social le plus important dans le monde. En ce sens, une formation d'une journée sur «les outils Facebook» a été organisée pour tous les membres qui souhaitent participer et à un prix favorable. Quinze membres ont répondu présents à la journée et les retours ont été très positifs.

JOURNÉE PHOTO MEMBRES

Pour la deuxième année consécutive, une journée photo a été organisée pour les membres de l'association avec un photographe professionnel. Plus de vingt membres se sont prêtés à l'exercice et sont venus, avec un ou plusieurs produits phares, se faire immortaliser. Ces photos sont libres de droit pour les membres et permettent à Terroir Fribourg d'actualiser le site internet et d'alimenter les réseaux sociaux.

AMBASSADEUR

Pour finir l'année 2017 en beauté, Terroir Fribourg a le plaisir de communiquer sa future collaboration avec Alain Baechler, Chef étoilé du Restaurant des Trois Tours à Bourguillon, qui

Plattform werden aktuelle Themen abgedeckt. Die Pressemitteilungen oder Radiointerviews werden ebenfalls auf dieser Plattform veröffentlicht, die sich grundsätzlich an ein Fachpublikum und politisches Publikum richtet.

FACEBOOK-AUSBILDUNG

Da die Kommunikation im Web immer bedeutender wird, erachtet es unsere Vereinigung als notwendig, den handwerklichen Produzenten die Möglichkeit zu bieten, den Umgang mit Facebook, dem weltweit wichtigsten sozialen Netzwerk, näherzubringen. In diesem Sinne wurde eine eintägige Ausbildung über «Facebook-Tools» organisiert, an der alle Mitglieder zu einem vorteilhaften Preis teilnehmen konnten. Die Rückmeldungen der 15 Teilnehmenden waren sehr positiv.

FOTOSHOOTING FÜR MITGLIEDER

Zum zweiten Jahr in Folge wurde für die Mitglieder der Vereinigung ein Fotoshooting mit einem professionellen Fotografen organisiert. Mehr als 20 Mitglieder folgten der Einladung und liessen sich mit einem oder mehreren Vorzeigeprodukten verewigen. Diese Fotos stehen den Mitgliedern zur freien Verfügung und ermöglichen es Terroir Fribourg, ihre Website zu aktualisieren und die sozialen Netzwerke zu bedienen.

BOTSCHAFTER

Als krönender Abschluss des Jahres 2017 hatte Terroir Fribourg das Vergnügen, die künftige Zusammenarbeit mit Alain Bächler bekannt zu geben. Der Sternekoch des Restaurants Des



jouera le rôle d'ambassadeur de l'association dès le 1er janvier 2018. Pour Terroir Fribourg, la collaboration avec le Chef Alain Baechler permettra de renforcer sa notoriété d'organe de promotion en s'associant avec l'image dynamique et novatrice d'un restaurateur de renom qui peut faire valoir 18 points au très renommé Guide Gault & Millau. La collaboration avec Alain Baechler se fera principalement au travers de campagnes d'images, d'ateliers avec la mise en scène de produits du terroir, de petites vidéos de recettes ou encore de présence lors d'événements et promotions.

Trois Tours in Bürglen wird ab 1. Januar 2018 die Rolle des Botschafters für die Vereinigung übernehmen.. Die Zusammenarbeit mit dem dynamischen, innovativen Chefkoch, der mit 18 Gault Millau Punkten ausgezeichnet wurde, stärkt den Bekanntheitsgrad von Terroir Fribourg als Vereinigung zur Förderung regionaler Produkte. Die Zusammenarbeit mit Alain Bächler findet hauptsächlich über Imagekampagnen, Workshops mit der Inszenierung regionaler Produkte, kleine Rezeptvideos und die Präsenz an Veranstaltungen und Verkaufsförderungsanlässen statt.





À LA DÉCOUVERTE DE NOS ARTISANS

ENTDECKEN SIE UNSERER HANDWERKER

Christelle Guex

Si le pays de Fribourg bénéficie d'une identité gastronomique depuis longtemps établie et reconnue, c'est grâce à son terroir d'une étonnante diversité et grâce à son terreau fertile de producteurs et d'artisans. Chaque produit naît de la synergie entre ces deux acteurs. Dans une société où le secteur agroalimentaire de masse connaît une sérieuse crise, le consommateur recherche de plus en plus la traçabilité. Comme il est indispensable de pouvoir se fier à un savoir-faire de qualité, nous avons choisi de vous présenter quelques-uns de ces producteurs afin de vous faire découvrir qui se cache derrière une belle pièce de bœuf ou une boîte de six œufs.

Die Tatsache, dass das Freiburgerland über eine fundierte und anerkannte gastronomische Identität verfügt, verdankt es seinem erstaunlich vielfältigen Terroir sowie seinen zahlreichen Produzenten und Gewerblern. Jedes Produkt entspringt der Synergie zwischen diesen beiden Akteuren. In einer Gesellschaft, in welcher der auf die breite Masse ausgerichtete Agrar- und Lebensmittelsektor eine ernsthafte Krise durchläuft, gewinnt die Rückverfolgbarkeit für den Konsumenten immer mehr an Bedeutung. Da es unerlässlich ist, dass man sich auf qualitativ hochstehendes Know-how verlassen kann, möchten wir Ihnen einige unserer Produzenten vorstellen. Auf diese Weise werden Sie sich ein Bild davon machen können, wer hinter einem guten Stück Rindfleisch oder einem halben Dutzend Eiern steht.



« SOYONS FIERS DE CONSOMMER
FRIBOURGEOIS ! »

« SEIEN WIR STOLZ DARAUF, PRODUKTE AUS
DEM FREIBURGERLAND ZU KONSUMIEREN ! »

CÉDRIC GUILLOD

Vigneron | Winzer, Praz (Vully)



Depuis quelques années, le Vully recèle un noyau de jeunes artisans vigneron dynamiques travaillant de concert afin de promouvoir leur production. Ils mettent un point d'honneur à défendre ce terroir unique à la signature gustative exceptionnelle. Cédric Guilloid fait partie de ces producteurs prometteurs qui ont su s'allier et se soutenir pour porter haut les couleurs du Vully face aux autres régions viticoles.

« LE VIN, C'EST LA TERRE... »

Soucieux de préserver son domaine et de l'inscrire dans une éthique de durabilité, Cédric Guilloid effectue une reconversion bio débutée en février 2017, processus qui verra son entreprise établie à Praz labellisée « Le Bourgeon » à fin 2018. « En fait, je reprends les livres de mon arrière-grand-père, et j'applique ce qui se faisait dans les années 30. Avec l'aide de quelques machines ! », explique le Vullerain. Si ce changement vers une agriculture écologique lui demande quelque 30% de main d'œuvre supplémentaire, le jeune vigneron est persuadé que la qualité obtenue est supérieure aux millésimes précédents. La culture traditionnelle et son lot de pesticides met les sols à rude épreuve, les épuise. « Les racines des pieds de vigne s'enfoncent à 1,5 m dans le sol et captent les nutriments. Le passage en bio demande un abandon complet des produits chimiques. Ménager la terre favorise sa fertilité, renforce son identité. Le terroir se voit immanquablement amplifié ! », se réjouit-il.

Sur ce domaine de 3,8 hectares partagés entre Praz et Nant, 25'000 bouteilles sont produites chaque année. Les incontournables chasselas et pinot noir partagent l'affiche avec le traminer, le pinot gris, le sauvignon blanc et le merlot. Planté récemment, le freiburger complètera dans quelques temps l'assortiment pour le bonheur d'une clientèle de plus en plus attirée par la découverte de spécialités.

Les étiquettes choisies par Cédric Guilloid annoncent fièrement la couleur. Lors de la reprise du domaine en 2014, ce jeune trentenaire, quatrième génération à exploiter le domaine viticole de Praz, a souhaité apporter une identité vitaminée propre à chacun de ses vins. Un esprit festif qui se retrouve dans les différents crus de sa production que l'on peut déguster toute l'année, en groupe ou individuellement, à la Cave Guilloid.

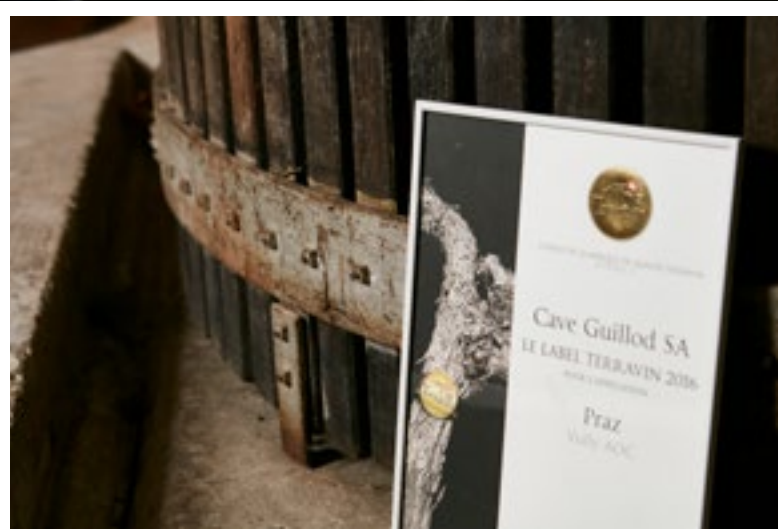
Seit einigen Jahren gibt es im Vully eine kleine Gruppe junger, dynamischer Weinbauern, die zusammenarbeiten, um ihre Produktion zu fördern. Sie erachten es als Ehrensache, diese einzigartige Region mit ihrem aussergewöhnlichen Markenzeichen in Sachen Kulinarik zu vertreten. Cédric Guilloid gehört zu diesen vielversprechenden Produzenten, die sich zusammengeschlossen haben und sich gegenseitig darin unterstützen, die Werte des Vully gegenüber den anderen Weinbauregionen zu hochzuhalten.

DER WEIN IST DAS PRODUKT SEINES BODENS

Cédric Guilloid ist darauf bedacht, seinen Gutsbetrieb zu erhalten und ihn einer Ethik der Nachhaltigkeit zu verschreiben. Deshalb hat er im Februar 2017 mit der Umstellung auf Bio begonnen. Sein Unternehmen in Praz wird in der Folge Ende 2018 mit der Marke « Knospe » ausgezeichnet. « Ich habe die Bücher meines Urgrossvaters wieder hervorgeholt und wende seine Methode aus den 30er-Jahren an. Mit einigen Maschinen als Hilfsmittel ! », erklärt der junge Weinbauer aus dem Vully. Die Umstellung auf eine ökologische Landwirtschaft erfordert zwar 30% zusätzliche Arbeitskraft, aber er ist überzeugt, dass die so erzielte Qualität jene der vorhergehenden Jahrgänge übertrifft. Der traditionelle Anbau und der damit einhergehende Anteil an Pflanzenschutzmitteln strapazieren den Boden und laugen ihn aus. « Die Wurzeln der Rebstöcke dringen 1,5m tief in den Boden und nehmen die Nährstoffe auf. Die Umstellung auf Bio erfordert einen vollkommenen Verzicht auf Chemikalien. Die Schonung des Bodens fördert seine Fruchtbarkeit und verstärkt seine Identität. Der Boden wird zwangsläufig besser ! », freut er sich.

Auf diesem Gutsbetrieb mit einer Fläche von 3,8 Hektaren, die zwischen Praz und Nant liegen, werden jährlich 25'000 Flaschen hergestellt. Zu den unvermeidlichen Chasselas und Pinot Noir gesellen sich Traminer, Pinot Gris, Sauvignon Blanc und Merlot. Die kürzlich angepflanzten Freiburger werden das Sortiment in geraumer Zeit vervollständigen. Sehr zur Freude der Kundschaft, die immer mehr auf das Entdecken von Spezialitäten steht.

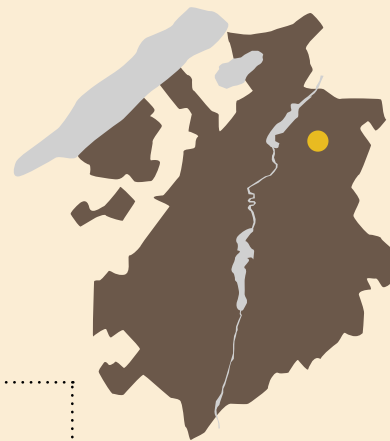
Die Etiketten, die Cédric Guilloid ausgewählt hat, bekennen Farbe. Bei der Übernahme des Gutsbetriebs im Jahr 2014 wünschte sich der junge Mann in den Dreissigern, der die Weinbauregion Praz in vierter Generation bewirtschaftet, eine ausgeprägte Identität für jeden seiner Weine. Dieser festliche Charakter findet sich in den verschiedenen Weinen seiner Produktion, die man das ganze Jahr über als Gruppe oder auch individuell in der Cave Guilloid degustieren kann.



LA BOULANGERIE EN FAMILLE, UN BONHEUR CROISSANT ! ANHALTENDE FRISCHE IN DER FAMILIENBÄCKEREI!

BOULANGERIE WIDMER | BÄCKEREI WIDMER

Boulangier | Bäcker, St. Antoni



Chez la famille Widmer à St. Antoni, la boulangerie est une histoire de famille, à croire qu'il existerait presque un gène héréditaire incitant chaque génération à régaler la région. Il s'agit réellement d'une dynastie de boulangers qui se sont succédés au fournil de ce village singinois, enchantant les papilles de nombreux gourmets depuis bientôt un siècle. Témoins de ces décennies de fabrication, quelques ustensiles d'époque sont encore employés tous les jours par Hugo Widmer et son fils Frédéric, comme une balance centenaire ou le four datant des années 60.

C'est en 1921 que le grand-père de Hugo arrive de Reiden (LU) à St. Antoni afin de s'occuper du moulin et de la boulangerie laissés vacants. En 1951, c'est son fils Othmar qui reprend l'affaire familiale. Ce dernier établit la boulangerie Widmer à son emplacement actuel, au centre du village, et décide d'annexer un restaurant à son commerce. Pour le fils d'Othmar, Hugo Widmer, se lancer dans la boulangerie s'est toujours présenté comme une évidence. Après son apprentissage et sa maîtrise effectués à Berne, son père, malade, le rappelle à la maison. Avec son épouse Béatrice, Hugo succède donc à son père en 1982 à la tête de la boulangerie Widmer. La passion pour ce métier croustillant et gourmand s'est transmise à son fils Frédéric qui travaille à ses côtés depuis une dizaine d'années.

Hugo Widmer n'a pas seulement communiqué son enthousiasme et ses secrets de boulanger à son fils, il a également formé une trentaine d'apprentis depuis le début des années 80. Tous les jours, sauf le dimanche, les Widmer proposent à leur clientèle une trentaine de sortes de pains, des pâtisseries et des glaces. Mais la spécialité de Hugo Widmer, ce sont les incontournables Seisler Brätzle, bricelets singinois salés cuits un par un au moyen d'un fer traditionnel. Autant dire que façonner les 10'000 Brätzle annuels représente un travail de patience et de précision qui s'est d'ailleurs vu couronné par une médaille d'or au au Swiss Bakery Trophy.

Outre le maintien des traditions et des recettes séculaires, la boulangerie Widmer met un point d'honneur à adapter sa production en fonction des spécificités de sa clientèle. Ainsi, c'est à St. Antoni que sont fabriqués les pains à hamburger consommés dans six restaurants de Fribourg. A chaque établissement sa spécificité, sa recette personnalisée pour les 700 pièces produites et livrées chaque jour.

« Heureusement que je travaille la nuit, il me reste le jour pour m'occuper des associations auxquelles je prends part ! », lance

Bei der Familie Widmer in St. Antoni ist die Bäckerei Teil der Familiengeschichte. Es scheint fast, als würde ein Gen in der Familie Generation um Generation dazu bewegen, die Region mit Köstlichkeiten zu verwöhnen. Es handelt sich tatsächlich um eine Dynastie von Bäckern, die sich in diesem Dorf im Sensebezirk am Ofen ablöst und seit bald einem Jahrhundert die Gaumen zahlreicher Feinschmecker erfreut. Manche Werkzeuge aus jener Zeit, wie eine hundertjährige Waage oder der Ofen aus den 60er-Jahren, werden von Hugo Widmer und seinem Sohn Frédéric bis heute noch täglich verwendet.

Im Jahr 1921 kommt Hugos Grossvater aus Reiden (LU) nach St. Antoni und übernimmt die verwaiste Mühle und die Bäckerei. 1951 geht der Familienbetrieb an seinen Sohn Othmar über. Dieser errichtet die Bäckerei Widmer 1961 an ihrem heutigen Standort im Dorfkern und erweitert sein Geschäft um ein Restaurant. Für Othmars Sohn, Hugo Widmer, stand immer fest, dass er mal Bäcker würde. Nach Abschluss der Lehre und des Meisterdiploms in Bern wird er von seinem erkrankten Vater nach Hause gerufen. Zusammen mit seiner Frau Béatrice löst Hugo seinen Vater 1982 als Geschäftsführer der Bäckerei Widmer ab. Auch sein Sohn Frédéric ist auf den Geschmack dieses Berufs gekommen und sorgt seit rund fünfzehn Jahren an der Seite seines Vaters für anhaltende Frische in der Bäckerei.

Hugo Widmer hat nicht nur seine Leidenschaft und die Bäckergeheimnisse an seinen Sohn weitergegeben, sondern seit Anfang der 1980er-Jahre rund 30 Lehrlinge ausgebildet. Jeden Tag, mit Ausnahme des Sonntags, bietet die Familie Widmer ihrer Kundschaft rund 30 Brotsorten, Patisserie und Glace an. Hugo Widmers Spezialität sind jedoch die unverzichtbaren Seisler Brätzle, salzige Brätzeli, die mit einem traditionellen Bretzeleisen einzeln gebacken werden. Die Herstellung von jährlich 10'000 Brätzle erfordert Geduld und Präzision. Diese Arbeit wurde denn auch an der Swiss Bakery Trophy mit der Goldmedaille gekrönt.

Die Bäckerei Widmer wahrt nicht nur jahrhundertalte Traditionen und Rezepte, sondern legt auch grossen Wert darauf, ihre Produktion den Bedürfnissen ihrer Kunden anzupassen. So werden in St. Antoni Hamburgerbrötchen hergestellt, die in sechs Restaurants in der Stadt Freiburg angeboten werden. Alle 700 täglich ausgelieferten Brötchen werden nach spezifischem Wunsch und persönlichem Rezept für jeden einzelnen Abnehmer hergestellt.

« Zum Glück arbeite ich nachts, so kann ich mich tagsüber den Vereinen widmen, denen ich angehöre! », meint Hugo Widmer



en riant Hugo Widmer. Car le fringant sexagénaire se démène au sein de plusieurs comités, dont celui de l'Association des boulangers-pâtisseries de la Singine, de Terroir Fribourg et de la Cuchaule AOP.

Pour la boulangerie Widmer, le prochain virage s'amorcera dès 2019 avec le début des travaux de grande envergure pour le laboratoire, le restaurant et le magasin. Cette métamorphose de la boulangerie aboutira au passage de témoin entre Hugo et son fils. Un vent nouveau qui soufflera la centième bougie de la boulangerie en 2021.

und lacht. Der rüstige Mittsechziger ist in mehreren Vorständen aktiv, so zum Beispiel im Bäcker- und Konditorenverein des Sensebezirks, im Kantonal- und Zentralvorstand der Bäcker, bei Terroir Fribourg und bei der Cuchaule AOP.

2019 wird für die Bäckerei Widmer mit umfangreichen Umbauarbeiten in der Produktionsstätte sowie im Restaurant und im Laden eine neue Ära beginnen. Diese Neugestaltung der Bäckerei geht einher mit der Übergabe des Betriebs von Hugo an seinen Sohn. Zum 100-Jahr-Jubiläum 2021 wird also ein neuer Wind wehen.



PRODUCTION DIRECTE POUR LES BIQUETTES ! ALLE LIEBE FÜR DIE ZIEGE!

NATHALIE ET THIERRY BEAUD
Eleveur de chèvres | Ziegenzüchter – Albeuve

Lorsque Nathalie et Thierry Beaud décident d'installer dans un pré qui jouxte leur habitation deux chèvres, ils sont loin de s'imaginer que quelques années plus tard, leur troupeau en comptera 130 !

Après un apprentissage de fromager à la laiterie de Montbovon, Thierry Beaud obtient sa maîtrise et son brevet fédéral. Il effectue alors quelques remplacements, l'été à l'alpage, l'hiver en plaine. En 1999, il a l'occasion de reprendre la laiterie d'Hauteville avec son épouse Nathalie. Parallèlement, ils entretiennent un élevage caprin. D'abord modeste, les deux premières chèvres sont vite rejointes par d'autres, si bien qu'après deux ans, le troupeau compte déjà une cinquantaine de têtes et permet la fabrication de fromage de chèvre.

En 2007, tout se bouscule. L'envie de concentrer leur activité sur la chèvre avait déjà fait du chemin dans la tête du couple quand le père de Nathalie, agriculteur, prend la décision d'arrêter son activité. Ce dernier confie l'alpage qu'il exploite depuis de nombreuses années sur les hauts du village de Lessoc à Nathalie et Thierry qui voient là une opportunité de se consacrer à l'élevage et à la fabrication de fromage de chèvre dont la demande ne cesse de croître. «La Fromachèvre» est née! Ils installent leur chèvreserie dans une grange située sur la route des Sciernes à Albeuve ayant appartenu au grand-père de Thierry. Les chèvres restent en plaine d'octobre à mai, puis montent à l'alpage des Chaudzes pour l'été. Aidé par son épouse, Thierry s'occupe des 130 chèvres adultes qui composent son troupeau.

Depuis le mois de mars, Thierry fabrique du fromage mi-dur. Ces meules de 1 à 3 kilos sont affinées dans une cave creusée dans la roche logée sous la grange. Entre Pâques et la Bénichon, l'essentiel de sa production se focalise sur la confection de tommes fraîches vendues dans une trentaine de commerces du canton de Fribourg que Nathalie livre plusieurs fois par semaine. Quelques bûches et crottins viennent compléter l'assortiment, ainsi que des «carrés», apparentés au reblochon, produit en exclusivité pour un marchand de fromages.

Afin d'augmenter leur surface de travail, Nathalie et Thierry ont conçu un outil de choix: une fromagerie mobile totalement aménagée, les accompagnant en plaine comme en montagne. En 2008, cette construction en bois de 3m sur 6m se voit récompensée par le prix de l'innovation du canton de Fribourg et par l'agroPrix, délivré par l'Union Suisse des Paysans.

Als Nathalie und Thierry Beaud beschliessen, auf einer an ihr Wohngebäude angrenzenden Wiese zwei Ziegen weiden zu lassen, ahnen sie nicht, dass ihre Herde einige Jahre später aus 130 Ziegen bestehen wird!

Nach einer Käserlehre in der Molkerei Montbovon erlangt Thierry Beaud sein eidgenössisches Diplom als Käsermeister. In der Folge übernimmt er einige Vertretungen. Im Sommer arbeitet er auf der Alp, im Winter im Tal. 1999 kann er zusammen mit seiner Frau Nathalie die Käserei Hauteville übernehmen. Dazu kommt die Ziegenzucht. Zu den anfänglichen zwei Ziegen gesellen sich schon bald weitere, sodass die Herde zwei Jahre später bereits rund 50 Ziegen zählt und die Herstellung von Ziegenkäse ermöglicht.

2007 geht alles Schlag auf Schlag. Das Ehepaar hegt schon länger den Gedanken, ihre Arbeit ganz auf die Ziegen auszurichten. Nathalies Vater beschliesst, die Arbeit als Landwirt niederzulegen, und überlässt die Alp oberhalb des Dorfes Lessoc, die er seit vielen Jahren bewirtschaftet, Nathalie und Thierry. Für die beiden ist das die Gelegenheit, sich voll auf die Ziegenhaltung und die Herstellung von Ziegenkäse, der sich einer wachsenden Nachfrage erfreut, zu konzentrieren. Das ist die Geburtsstunde von «La Fromachèvre»! Als Ziegenstall dient eine Scheune an der Route Les Sciernes in Albeuve, die Thierry's Grossvater gehörte. Die Ziegen bleiben von Oktober bis Mai im Tal und sind im Sommer auf der Alp Chaudzes. Zusammen mit seiner Frau kümmert sich Thierry um die 130 ausgewachsenen Ziegen seiner Herde.

Seit März stellt Thierry Halbhartkäse her. Die zwischen eins und drei Kilo schweren Laibe reifen in einem in den Fels unterhalb der Scheune gehauenen Keller. Zwischen Ostern und der Kilbi widmet er sich hauptsächlich der Herstellung von frischem Tomme, der in rund dreissig Läden im Kanton Freiburg verkauft wird. Nathalie liefert ihn mehrmals pro Woche aus. Das Sortiment ist inzwischen um einige «Bûches» und «Crottins» sowie «Carrés», die dem Reblochon ähnlich sind, und exklusiv für einen Käsehändler hergestellt werden, erweitert worden.

Um über zusätzlichen Arbeitsraum zu verfügen, konzipierten Nathalie und Thierry ein optimales Hilfsmittel: eine voll ausgerüstete mobile Käserei, die sie sowohl im Tal wie auf der Alp einsetzen können. Die Holzkonstruktion misst 3 auf 6 Meter und wurde 2008 mit dem landwirtschaftlichen Innovationspreis des Kantons Freiburg und mit dem agroPreis, unter dem Patronat des Schweizer Bauernverbands, ausgezeichnet.



LE LABEL « CERTIFIÉ TERROIR FRIBOURG »

DAS LABEL « ZERTIFIZIERT TERROIR FRIBOURG »

UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE ET UN NOUVEAU CONCEPT DE COMMUNICATION

Comme évoqué en introduction du rapport de gestion, le visuel de notre label « certifié Terroir Fribourg » a été relooké. Ce changement a été opéré pour renforcer la clarté et la différence entre le logo de notre association et le logo de notre label.

D'un côté, notre association s'engage pour soutenir et donner des impulsions à de nombreux projets, notamment des processus d'AOP (appellations d'origine protégée) et IGP (indication géographique protégée), mais également des mesures de communication pour augmenter la notoriété de l'association, des promotions sur le terrain, ou, pour ses membres, des activités de formation et de conseils et des aides au développement de nouveaux canaux de distribution. Ces activités sont orientées de manière à mettre en évidence l'authenticité, le savoir-faire, l'origine et la qualité des produits alimentaires fribourgeois dans la gastronomie en général et dans la restauration collective en particulier. L'ensemble de ces actions sont menées par l'Association avec le visuel ci-dessous :



MATIÈRES PREMIÈRES



TRANSFORMATION



PRODUITS

Afin de faciliter la communication auprès des différents publics, trois icônes ont été développées. La première icône représente les matières premières issues de l'agriculture, la seconde, l'étape de transformation et finalement la troisième les produits finis. Avec ces trois icônes, il est possible d'expliquer de manière rapide, efficace et simple sur quels terrains s'engage l'Association Terroir Fribourg.

D'un autre côté, Terroir Fribourg met de l'énergie et des ressources toujours plus importantes pour attester la provenance régionale des produits par le processus de certification « Certifié Terroir Fribourg ». Les lignes directrices concernant la certification sont celles de l'Association suisse des produits régionaux (ASPR). Résumées de manière pragmatique, ces lignes directrices comportent les éléments clés ci-dessous :

NEUES ERSCHEINUNGSBILD UND NEUES KOMMUNIKATIONSKONZEPT

Wie in der Einleitung des Geschäftsberichts erwähnt, wurde das Erscheinungsbild unseres Labels « zertifiziert Terroir Fribourg » neu gestaltet. Diese Anpassung wurde vorgenommen, um noch mehr Klarheit zu schaffen und den Unterschied zwischen dem Logo unserer Vereinigung und dem Logo unseres Labels deutlicher hervorzuheben.

Auf der einen Seite unterstützt unsere Vereinigung zahlreiche Projekte und gibt Impulse dazu, insbesondere beim AOP-Prozess (Appellation d'Origine Protégée: Geschützte Ursprungsbezeichnung) und IGP (Indication Géographique Protégée: Geschützte geografische Angabe). Unsere Vereinigung setzt sich aber auch für Kommunikationsmassnahmen zur Steigerung unseres Bekanntheitsgrads, für die Verkaufsförderung vor Ort oder Weiterbildungen und Beratung sowie Unterstützung zur Entwicklung neuer Absatzkanäle ein. Diese Aktivitäten zielen darauf ab, die Authentizität, das Know-how, die Herkunft und die Qualität der Lebensmittel aus dem Freiburgerland in der Gastronomie allgemein und der Gemeinschaftsgastronomie im Besonderen hervorzuheben. Für die Aktivitäten der Vereinigung wird das nachfolgende Erscheinungsbild verwendet.



ROHMATERIALIEN



VERARBEITUNG



PRODUKTE

Um die Kommunikation mit verschiedenen Zielgruppen zu vereinfachen, wurden drei Icons ausgearbeitet. Das erste Icon steht für Rohstoffe aus der Landwirtschaft, das zweite für die Verarbeitung und das dritte für die Endprodukte. Mit diesen drei Icons kann auf rasche, effiziente und einfache Weise erklärt werden, in welchen Bereichen die Vereinigung Terroir Fribourg sich engagiert.

Auf der anderen Seite investiert Terroir Fribourg vermehrt Energie und Ressourcen für den Nachweis der regionalen Herkunft der Produkte durch die Zertifizierung « zertifiziert Terroir Fribourg ». Die Zertifizierungsrichtlinien sind jene des Vereins Schweizer Regionalprodukte (VSR). Kurz zusammengefasst umfassen diese Richtlinien folgende Kernelemente:

- Pour les produits non-composés (par exemple : lait entier, carottes ou escalope de poulet)
100 % des ingrédients agricoles doit provenir du canton de Fribourg
- Pour les produits composés (par exemple : yogourt, moutarde de bémichon, saucisson)
au minimum 80 % des ingrédients agricoles doivent provenir du canton de Fribourg et l'ingrédient principal doit provenir à 100 % du canton de Fribourg
- Pour tous les produits certifiés, la valeur ajoutée doit être générée à hauteur d'au moins 2/3 dans le canton de Fribourg.
- Bei nicht zusammengesetzten Produkten (z. B. Vollmilch, Karotten oder Pouletschnitzel)
100 % der Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs müssen aus dem Kanton Freiburg kommen
- Bei zusammengesetzten Produkten (z. B. Joghurt, Kilbi-Senf, Saucisson)
mindestens 80 % der Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs müssen aus dem Kanton Freiburg kommen und die Hauptzutat muss zu 100 % aus dem Kanton Freiburg kommen
- Bei allen zertifizierten Produkten muss die Wertschöpfung zu mindestens 2/3 aus dem Kanton Freiburg generiert werden.

Des informations complémentaires concernant les lignes directrices peuvent être consultées sur le site de l'Association suisse des produits régionaux, www.schweizerregionalprodukte.ch.



Les entreprises qui ont fait auditer tout ou partie de leurs produits par un organisme indépendant et qui respectent ces lignes directrices peuvent apposer le visuel ci-dessous sur leur produits :



Afin de renforcer la communication sur les éléments clés des lignes directrices, le visuel ci-dessous a été créé. L'objectif recherché est de pouvoir mieux renseigner les consommateurs dans les différents points de ventes.



Die Betriebe, die all ihre Produkte oder einen Teil davon durch eine unabhängige Stelle auditieren lassen und die Richtlinien respektieren, können das folgende Logo auf ihren Produkten anbringen:

Um die Kommunikation über die Kernelemente der Richtlinien zu stärken, wurde das nachfolgende Logo kreiert. Ziel ist es, die Konsumenten an den verschiedenen Verkaufspunkten besser beraten zu können.

LES PRODUITS FRIBOURGEOIS

NOS PROMESSES

- ☒ Matières premières de la région
- ☒ Elaboré dans la région
- ☒ Traçabilité certifiée par un organisme indépendant
- ☒ Soutien à notre agriculture et à notre économie locale

regio•garantie

Propriétaire de la marque : Terroir Fribourg



LE CARACTÈRE
EN PLUS



DIE FREIBURGER PRODUKTE

UNSERE VERSPRECHEN

- ☒ Rohstoffe aus der Region
- ☒ In der Region hergestellt
- ☒ Rückverfolgbarkeit von einer unabhängigen Stelle überprüft
- ☒ Unterstützt unsere Landwirtschaft und lokale Wirtschaft

regio•garantie

Markeninhaber: Terroir Fribourg



EIN STARKER
CHARAKTER



LES PRODUITS « CERTIFIÉ TERROIR FRIBOURG »

DIE PRODUKTE « ZERTIFIZIERT TERROIR FRIBOURG »

Moulin de Romont | Martin Stern | Imp. de la Maladaire 11 | 1680 Romont
Farine fleur, Farine mi-blanche, Farine bise, Farine bise foncée, Farine bise Extra

Fromagerie de Mézières | Nicolas Schmoutz | Route de Villariaz 1 | 1684 Mézières
Fromage Pavé de Romont, Crème double, beurre

Meringues et Biscuits Domino Sàrl | Sébastien Overney | Rte des Grands Bois 2 | 1663 Epagny
Bricelets, Croquets, Meringues natures, Meringues au vin cuit, Pain d'anis

Käserei Friesenheid | Louis-Alexandre Yerly | Friesenheid 157 | 3185 Schmitten
Gruyère AOP, Vacherin fribourgeois AOP, Mélange fondue, Le Combert, Sérac, Crème double, Crème de fabrication, Lait, Raclette Friesenheid, Tomme lactique, Louis d'Or au poivre, Beurre

Alpage «La Chaux-Dessous» p.a. Ferme des Grands-Bois | Olivier Kolly | Le Pont 23 | 1665 Epagny
Le Petit-Molésou, Lutin du Molésou, Vacherin fribourgeois AOP

Alpage les Invuettes p.a. Fromagerie Artisanale de Pleinvent | Gérard Biland | P.a. Pleinvent 80 | 1726 Farvagny-le-Petit
Tonnelet des Invuettes, Tonnelet de Pleinvent, Tomme à la crème Demoiselle, Sérac à l'ail des ours, Pleinvent, Sérac, Gruyère AOP, Vacherin fribourgeois AOP

Fromagerie de Grandvillard | Laurent Python | Chemin de la Fruitière 11 | 1671 Grandvillard
Fondue moitié-moitié, Sérac, Gruyère AOP, Crème, Lait, Yogourt nature

Fromagerie de Sommentier | Erich Hunkeler | Route du Mottex 7 | 1688 Sommentier
Le Petit Glânois, Vacherin fribourgeois AOP, Gruyère AOP, La Fondue moitié-moitié, Le Sérac, La Crème Double, Le Beurre de fromagerie

Fromagerie d'Ogoz | Nicolas Charrière | Route de Rueyres 8 | 1697 Vuisternens-en-Ogoz
Prince d'Ogoz, Rose d'Ogoz

Fromagerie Molésou SA | Michel Grossrieder | Route de Villarsel 30 | 1696 Orsonnens
Œufs du Gibloux, Fondue au Vacherin fribourgeois AOP Molésou, Crème double Molésou

Fromagerie Montbovon | André Delacombaz | Chemin des Recards 18 | 1835 Montbovon
Fondue de Montbovon, Gruyère AOP, Manguyon, Pré Fleury, Raclette de Montbovon, Vacherin fribourgeois AOP, Crème, Beurre, Lait, Yogourt nature, Sérac

La Prairie SA | Albert Brand | La Prairie 9 | 1784 Cournillens
Œufs

Marché à la ferme | Claudia Piccand | Route St-Claude 26 | 1726 Farvagny-le-Petit
Croquets et bricelets

Marché des Chandines | Anita et Rudy Ruegsegger | Les Chandines 1 | 1572 Delley-Portalban
Confitures de : framboises, framboises aromatisées, pêches-framboises, petits fruits, mûres, mûres à la lavande, fraises aromatisées, fraises et compagnie, fraises-groseille, poire à botzi, courges, mirabelles, bérudge;
Gelée de : framboises, mûres, raisinets, coings, fleurs de tilleul;
Marmelade de : coings, Noël;
Sirop de : fraises, fraises à la menthe, cassis, petit fruits, plantes;
Huile de : colza pressée à froid, noix pressée à l'ancienne;
Nion de noix, tomates séchées à l'huile, pesto, vinaigre à la framboise, cornichons au vinaigre, petit oignon au vinaigre, cornichons à l'aigre-doux, chutney de poire à botzi, tomates séchées, haricots secs, épices sèches, julienne de légumes secs, thé des chandines, fruits secs mélangés, pommes séchées, poires à botzi AOP stérilisées, vin cuit de poire à botzi, eau de vie: bérudge, mirabelle, pruneau, kirsch, poire à botzi, pomme, pomme gravenstein, coing, framboise, mûre, cerises au kirsch, framboises à l'eau de vie, liqueur de framboises, liqueur de mûres

Miel du Gibloux | Jean-Christophe Audemard | Chemin St. Théodule 12 | 1694 Villarsiviriaux
Miel du Gibloux

Rucher.ch | Alexandre Gumy | Route de Chésopelloz 25 | 1782 Belfaux
Miel

PAYS ROMAND – PAYS GOURMAND

PAYS ROMAND – PAYS GOURMAND



Yannick Etter Pays romand – Pays gourmand

La Fédération Pays romand-Pays gourmand (PRPG), dont le siège est à Lausanne, chapeaute les différents organes de promotion du terroir en Suisse romande, en tentant de respecter les spécificités régionales. En effet, si la Suisse romande n'est pas très grande sur la carte du monde, elle recèle une diversité culturelle et culinaire à nulle autre pareille!

La raison d'être de PRPG et de ses partenaires réside dans la valorisation des produits locaux, élaborés à partir de matière première de notre terroir. Il s'agit d'une part de préserver un savoir-faire exceptionnel et d'autre part d'assurer à ces produits de proximité un marché attrayant, autrement dit, d'inciter les consommateurs à privilégier les produits indigènes et de saison. Le nouveau label national pour les produits régionaux regio. garantie, entré en vigueur l'année dernière, s'inscrit dans cette logique et permet à chaque producteur de faire certifier ses produits auprès de chaque association régionale et d'ainsi les positionner idéalement dans la petite et grande distribution.

Outre le fait de pouvoir mettre en commun des compétences ou échanger des visions, l'intérêt de cette collaboration intercantonale est de pouvoir élaborer des actions de promotion communes. En cette année 2017, les marques ont ainsi assuré la distribution de 6'000 litres de jus de pommes dans les gares romandes et PRPG a coordonné la présence romande sur son stand du SlowFood Market à Berne, où 12 producteurs avaient pris place.

2018 sera sport! En effet, dans le cadre de ces mesures communes, PRPG soutiendra les courses Wake up and run en proposant un petit-déjeuner du Terroir sur chaque étape romande, et sera partenaire gourmand du Tour de Romandie. N'hésitez pas à participer ou à venir encourager vos favoris au bord des routes!

Die Vereinigung «Pays romand - Pays gourmand» (PRPG) mit Sitz in Lausanne steht den verschiedenen Verkaufsförderungsorganen in der Westschweiz vor. Ihr Ziel ist es, den regionalen Eigenheiten Rechnung zu tragen. Auch wenn die Westschweiz auf der Weltkarte nicht besonders gross ist, verfügt sie über eine einzigartige kulturelle und kulinarische Vielfalt.

Der Zweck der PRPG und ihrer Partner liegt in der Verwertung lokaler Produkte auf der Grundlage von Rohstoffen aus unserer Region. Zum einen geht es darum, ein aussergewöhnliches Know-how zu erhalten, zum anderen soll für diese regionalen Produkte ein attraktiver Markt geschaffen werden. Das heisst, die Konsumenten sollen dazu angeregt werden, einheimischen und saisonalen Produkten den Vorzug zu geben. Das neue nationale Label für regionale Produkte «regio.garantie», das seit letztem Jahr besteht, hat sich dieser Idee verschrieben und gibt jedem Produzenten die Möglichkeit, seine Produkte zertifizieren zu lassen und sie so auf bestmögliche Weise im Detailhandel und bei den Grossverteilern zu positionieren.

Das Label bietet die Möglichkeit, Kompetenzen zu vereinen oder Visionen auszutauschen. Gleichzeitig besteht das Interesse dieser interkantonalen Zusammenarbeit darin, gemeinsame Verkaufsförderungsmassnahmen durchführen zu können. Im Jahr 2017 sorgten die Marken für die Verteilung von 6'000 Litern Apfelsaft an den Westschweizer Bahnhöfen. Zudem koordinierte die PRPG die Präsenz der Westschweiz an ihrem Stand am Slow Food-Market in Bern, an dem zwölf Produzenten teilnahmen.

2018 steht unter dem Motto Sport! Im Rahmen dieser gemeinsamen Massnahmen wird die PRPG den Lauf «Wake up and run» unterstützen und an jeder Westschweizer Etappe ein regionales Frühstück anbieten. Zudem tritt sie als Gourmet-Partner der Tour de Romandie auf. Kommen Sie und nehmen Sie teil oder feuern Sie Ihre Favoriten vom Strassenrand aus an!

LE RÔLE EXEMPLAIRE DE LA RESTAURATION COLLECTIVE PUBLIQUE POUR LA VALORISATION DES PRODUITS RÉGIONAUX

DIE BEISPIELHAFTE ROLLE DER ÖFFENTLICHEN GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE ZUR FÖRDERUNG REGIONALER PRODUKTE

Pius Odermatt

Un nombre croissant de consommateurs souhaitent être informés sur la provenance, les modes de production, voire l'empreinte écologique de l'offre alimentaire. Les clients de la restauration collective ne font pas exception à cette tendance.

En accord avec ce constat, la motion Castella/Schläfli 2014 visait à déterminer des règles d'achat de produits agricoles fortement liées à la production locale. Elle proposait de promouvoir et garantir une part substantielle de produits régionaux dans l'offre de la restauration collective.

Néanmoins, le Conseil d'Etat a renoncé à un projet de loi spécifique. En effet, la consultation a montré qu'une loi qui règle l'achat pour les restaurants collectifs publics est trop contraignante. Il y a notamment des établissements comme des écoles, les EMS, hôpitaux, l'Université ou les Hautes écoles spécialisées, qui ne profitent pas d'une subvention directe de l'Etat. Raison pour laquelle ils s'y sont fortement opposés. Presque tous demandaient des dérogations !

Dans ce contexte, le Conseil d'Etat a opté pour une stratégie incitative qui trouvera sa base dans les nouvelles dispositions de la loi sur l'agriculture, adoptées par le Grand Conseil dans sa session du mois de février 2018. Déjà actuellement, la tendance d'une consommation locale et plus durable n'a pas échappé à certains acteurs de la restauration collective. Ils ont innové, en renforçant la déclaration de la provenance régionale de leurs produits.

La condition pour qu'un système volontaire et incitatif amplifie ce trend est d'avoir des leaders, avec une grande crédibilité et une vision. A part la restauration collective, ce rôle revient à Terroir Fribourg. L'association, qui a justement pour objectif de promouvoir les produits fribourgeois, est toute désignée en vue de l'identification des produits et du renforcement de la traçabilité, deux éléments nécessaires afin d'améliorer la visibilité et la disponibilité des produits de proximité.

Dans ce contexte, la Direction des institutions, de l'agriculture et des forêts (DIAF) a augmenté l'aide financière en 2017 à Terroir Fribourg de 350'000- à 400'000 francs et une nouvelle augmentation est prévue pour 2018. En plus, une collaboration renforcée a été formalisée avec une convention de prestations. Ainsi, Terroir Fribourg pourra mieux jouer son rôle en proposant des solutions qui apportent des plus-values tant à la restauration collective qu'à la filière agroalimentaire fribourgeoise.

Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten möchten über die Herkunft, die Herstellungsmethoden, d. h. den ökologischen Fussabdruck des Lebensmittelangebots, informiert werden. Die Kunden der Gemeinschaftsgastronomie sind von dieser Tendenz nicht ausgenommen.

In Anlehnung an diese Erkenntnis bezweckte die Motion Castella/Schläfli 2014, dass sich die Vorschriften für den Kauf von landwirtschaftlichen Produkten stark an der örtlichen Produktion orientieren. Sie forderte die Förderung und Gewährleistung eines wesentlichen Anteils an Produkten aus der Region im Angebot der Gemeinschaftsgastronomie.

Trotzdem verzichtete der Staatsrat auf einen spezifischen Gesetzesentwurf. Die Vernehmlassung zeigte nämlich auf, dass für die Gemeinschaftsgastronomie ein Gesetz, das den Einkauf regelt, zu einschränkend ist. Vor allem Einrichtungen wie Schulen, Alters- und Pflegeheime, Spitäler, die Universität oder die Fachhochschulen erhalten keine Direktsubventionen vom Staat. Aus diesem Grund waren sie vehement dagegen. Fast alle stellten Ausnahmegesuche!

Vor diesem Hintergrund hat sich der Staatsrat für eine Pull-Strategie auf der Grundlage der neuen Bestimmungen zum Landwirtschaftsgesetz entschieden, die der Grosse Rat in seiner Session vom Februar 2018 verabschiedet hat. Die Tendenz zu einem eher lokal ausgerichteten, nachhaltigeren Konsum ist gewissen Akteuren der Gemeinschaftsgastronomie schon jetzt nicht entgangen. Mit einer Stärkung der Herkunftsdeklaration regionaler Produkte in ihrem Angebot haben sie bereits Neuerungen eingeführt.

Die Bedingung für eine Verstärkung dieses Trends durch ein freiwilliges und förderndes System ist der Einsatz von Leadern mit einer grossen Glaubwürdigkeit und Vision. Nebst der Gemeinschaftsgastronomie fällt diese Rolle «Terroir Fribourg» zu. Die Vereinigung, deren Ziel ja die Förderung von Produkten aus dem Freiburgerland ist, eignet sich bestens für die Identifizierung der Produkte und die Stärkung der Rückverfolgbarkeit. Diese beiden Elemente sind für eine verbesserte Sichtbarkeit und Verfügbarkeit von Produkten aus der Region notwendig.

In diesem Zusammenhang hat die Direktion der Institutionen und der Land- und Forstwirtschaft (ILFD) 2017 die finanzielle Unterstützung für Terroir Fribourg von 350'000 Franken auf 400'000 Franken erhöht. Für 2018 ist eine weitere Erhöhung vorgesehen. Zudem konnte mit einer Leistungsvereinbarung eine verstärkte Zusammenarbeit formalisiert werden. So hat Terroir Fribourg die Möglichkeit, ihrer Rolle als Anbieterin von Lösungen, die der Gemeinschaftsgastronomie wie auch dem Freiburger Agrar- und Lebensmittelsektor Mehrwerte bringen, besser gerecht zu werden.

MATÉRIEL PROFESSIONNEL EN LOCATION

| 37

PROFESSIONNELLES MATERIAL ZUM MIETEN

Matériel Ordinaire	Caractéristiques	Pièces Stücke	Membre / Mitglied Coût/Location Kost/Vermietung	Prix Normal / Normalpreis Coût/Location Kost/Vermietung
Bancs de Marché Markstände	2 m x 0.85 m x 2.5 m	38	CHF 20.00	CHF 40.00
Bar en bois Holzbar		2	CHF 20.00	CHF 40.00
Bar noir en arc de cercle Bar: schwarz, halbkreis		4	CHF 10.00	CHF 20.00
Caisses à fondue: réchauds à alcool Fondue-Kisten Alkohol	6 sets/caisse	10	CHF 15.00	CHF 30.00
Caisses à fondue: réchauds à pâte Fondue-Kisten Brennpaste	6 sets/caisse	13	CHF 15.00	CHF 20.00
Chaudron en cuivre Kupferkessi	40 litres 120 litres	1 	CHF 30.00	CHF 50.00
Potence pour chaudron Träger für Kupferkessi		1	CHF 10.00	CHF 20.00
Brûleur à gaz Brenner		2	CHF 10.00	CHF 20.00
Plats de dégustation Degustationsplatte	ø 20 cm	20	CHF 0.00	CHF 5.00
caisse planchette apéritif Apéro-Brettchen	74 pièces/caisse	14	CHF 20.00	CHF 40.00
Plaque à induction Induktionskochplatte	prise 220V	6	CHF 10.00	CHF 20.00
Réfrigérateur Kühlschrank	120 litres	5	CHF 5.00	CHF 10.00
Trancheuse Schneidermaschine		1	CHF 10.00	CHF 20.00
Verres à pied Stielgläser	2dl	600	CHF 0.10	CHF 0.20
Tables rondes Runde Tische	ø 120 cm	8	CHF 20.00	CHF 40.00
Tables avec bancs Tische mit Bänken	2 m x 0.8 m	8	CHF 15.00	CHF 30.00
Tables hautes rondes Runde Hochtische	H: 120cm	8	CHF 10.00	CHF 20.00
Remorque réfrigérée Kühlanhänger	L: 4.15 m x l: 2.20 m x H: 2.3m	1	CHF 50.00	CHF 100.00
Remorque de stockage Lageranhänger	L: 3.50 m x l: 1.50 m x H: 1.80m	1	CHF 50.00	CHF 100.00
Balançoire de bénichon Kilbischaukel		1	sur demande	

LA BÉNICHON DU PAYS DE FRIBOURG

DIE KILBI IM FREIBURGERLAND



Jeanne Lutz-Simon Cheffe de projet | Projektleiterin

La 6^e édition de la Bénichon du Pays de Fribourg prendra place en vieille ville d'Estavayer-le-Lac et dans toute la Broye du 24 au 26 août 2018. Le comité d'organisation, présidé par M. Pierre-André Arm, directeur de la COREB, se réjouit de partager cette fête mythique afin d'offrir à un large public un bel événement dans l'ambiance des Bénichons d'antan. Vu sa situation géographique idéale, la Broye pourra inciter de nouveaux visiteurs venus de la Broye vaudoise ou du canton de Neuchâtel à venir vivre une vraie Bénichon.

A ne pas manquer, la traditionnelle « Bénichon des entreprises du vendredi midi » qui attire toujours plus de participants et qui est d'ores et déjà un rendez-vous fixe dans l'agenda fribourgeois. Les autres points forts, comme la balançoire de Bénichon ou le marché du terroir et la ferme de la Bénichon, animeront la « Cité à la Rose » durant ce dernier weekend d'août. Tôt dans la saison des Bénichons, la Bénichon du Pays de Fribourg lancera ainsi toutes les Bénichons qui se tiendront durant l'automne.

Die sechste Ausgabe der Kilbi im Freiburgerland findet vom 24. bis 26. August 2018 in der Altstadt von Estavayer-le-Lac und im gesamten Broyebezirk statt. Das Organisationskomitee unter der Leitung von Pierre-André Arm, Direktor der COREB, freut sich darauf, mit Gross und Klein einen schönen Anlass zum traditionsreichen Fest zu begehen und die Kilbi-Atmosphäre früherer Zeiten aufleben zu lassen. Dank seiner idealen geografischen Lage wird der Broyebezirk neue Besucher aus dem Waadtländer Teil der Broye oder dem Kanton Neuenburg dafür begeistern können, eine richtige Kilbi zu erleben.

Nicht zu verpassen ist die traditionelle « Kilbi für die Unternehmen am Freitagmittag », die eine immer grösser werdende Anzahl Teilnehmer anzieht und bereits einen festen Termin in der Freiburger Agenda eingenommen hat. Die anderen Schwerpunkte wie die Kilbi-Schaukel oder der Regionalmarkt und der Kilbi-Bauernhof werden Estavayer-le-Lac, „Die Rosen Stadt“, während dieses letzten Augustwochenendes beleben. So bildet die Kilbi im Freiburgerland den Auftakt zur Kilbi-Saison und somit zu allen Kilbi-Anlässen, die im Herbst stattfinden.





LA BÉNICHON
DU PAYS DE FRIBOURG

DIE KILBI
IM FREIBURGERLAND

ESTAVAYER-LE-LAC | 24-26.08.2018

www.benichon.org

NOTRE AMBASSADEUR UNSER BOTSCHAFTER

Alain Baechler, der prämierte Chef des Restaurants Des Trois Tours in Bourguillon, ist der Botschafter von Terroir Fribourg.

Die Erfindungsgabe sowie die aussergewöhnlichen gastronomischen Kenntnisse von Alain Bächler, der im Gourmetführer Gault & Millau 18 Punkte geltend machen kann, werden die Produkte aus dem Freiburgerland noch mehr hervorbringen und sie somit innerhalb und ausserhalb des Kantons Freiburg strahlen lassen.

Alain Baechler, Chef étoilé du Restaurant Des Trois Tours à Bourguillon, est l'ambassadeur de Terroir Fribourg.

L'inventivité ainsi que les prodigieuses connaissances gastronomiques d'Alain Baechler, restaurateur de renom qui peut faire valoir 18 points au guide Gault & Millau, permettront d'augmenter la lumière sur les produits du terroir fribourgeois et ainsi de les faire rayonner à l'intérieur et à l'extérieur du Canton de Fribourg.

ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DES PRODUITS
DU TERROIR DU PAYS DE FRIBOURG
VEREINIGUNG ZUR FÖRDERUNG DER PRODUKTE
AUS DEM FREIBURGERLAND

Route de Chantemerle 41 | 1763 Granges-Paccot
www.terroir-fribourg.ch | info@terroir-fribourg.ch
Tél. +41 26 467 30 30

