



Terroir
FRIBOURG

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2018
TÄTIGKEITSBERICHT



2018, UNE ANNÉE OÙ TOUT CHANGE...
2018, EIN JAHR, IN DEM SICH ALLES ÄNDERT

.....
A LA DÉCOUVERTE DE NOS ARTISANS
ENTDECKEN SIE UNSERER GEWERBLER
.....

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 David 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 MÉZIÈRES

Monsieur Mathieu FEHLMANN
Fédération Patronale et Economique
Rue de la Condémine 56
1630 BULLE

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

Monsieur Jean-Daniel Chervet
Association des Vignerons du Vully
Ruelle des Gerles 6
1788 PRAZ

SECRÉTARIAT SEKRETARIAT

Monsieur Pierre-Alain BAPST
Directeur Direktor

Madame Jenny FRICK
Secrétaire de Direction Direktion Assistentin

Madame Anne-Sophie ROULIER
Marketing / Communication Marketing / Kommunikation

Madame Jeanne LUTZ
Cheffe de projets et events Projektleiterin und Events

Monsieur Yannick ETTER
Certification et Marketing Zertifizierung und Marketing

Monsieur Pierre-André GRANDGIRARD
Agriculteur Landwirt
Route d'Estavayer 38
1482 CUGY FR

Monsieur Hugo WIDMER
Vice-président Vize-Präsident
Boulangier-Pâtissier
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 Boulangers-Pâtisseries-Confiseurs
du canton de Fribourg
Route des Alpettes 43
1623 SEMSALES

Monsieur Gabriel YERLY
Agriculteur Landwirt
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 Yvette Spicher
Fédération Romande des consommateurs, Section Fribourg
Rue de l'Hôpital 2
1700 FRIBOURG

PRÉSIDENT D'HONNEUR EHRENSPRÄSIDENT

† Monsieur Jean-Nicolas PHILIPONA

Association Terroir Fribourg
Vereinigung Terroir Fribourg
Route de Chantemerle 41
1763 GRANGES-PACCOT

www.terroir-fribourg.ch
www.facebook.com/TerroirFribourg



SOMMAIRE

INHALT

Le mot du Président Wort des Präsidenten	5
Hommage à Jean-Nicolas Philipona Nachruf auf Jean-Nicolas Philipona	6
Rapport de gestion 2018 Geschäftsbericht 2018	7
Rétrospective événements 2018 et communication Rückblick auf die Anlässe 2018 und Kommunikation	9
Communication 2018 Kommunikation 2018	14
Calendrier 2019 Kalender 2019	15
A la découverte de nos artisans Rendez-vous mit unseren Produzenten	16
- Mino Farine, M. Yerly Mino-Mehl, Herr Yerly	18
- Une journée à l'alpage, M. Roch Ein Tag auf der Alp, Herr Roch	20
- BIO (Daniel Blanc et Sylvie Bonvin) BIO (Daniel Blanc und Sylvie Bonvin)	22
Journée du Terroir Tag des Terroirs	25
La Cuchaule, la 4 ^e AOP du canton de Fribourg Die Cuchaule, die 4. AOP des Kantons Freiburg	26
Les Restaurants Agréés Terroir Fribourg Von Terroir Fribourg anerkannte Restaurants	28
La Bénichon du Pays de Fribourg Kilbi im Freiburgerland	30

A wooden ceremonial object, possibly a gavel or a decorative bowl, with a large, shallow wooden bowl at the base and a handle that features intricate carvings. The handle has a central sunburst or flower-like design with a dotted center, surrounded by a circular frame with a lattice pattern. At the top of the handle is a small, carved flower. The object is set against a light blue background.

LE MOT DU PRÉSIDENT

DAS WORT DES PRÄSIDENTEN

Daniel Blanc Président Terroir Fribourg

2018, UNE ANNÉE OÙ TOUT CHANGE...

2018, EIN JAHR, IN DEM SICH ALLES ÄNDERT...



Daniel Blanc Président | Präsident
Terroir Fribourg

Terroir Fribourg a dans son ADN une importante dose de positivité et c'est notre rôle d'Association de la transmettre. De nombreux événements durant cette année 2018 nous démontrent que l'ensemble de nos efforts durant toutes ces années portent leurs fruits.

La notoriété de notre Association s'est accrue au sein de notre canton ; nos membres sont de plus en plus nombreux ; nos produits « Certifiés Terroir Fribourg » gagnent en visibilité dans nos commerces ; une quatrième AOP fribourgeoise a vu le jour durant l'année 2018 ; d'autres projets d'AOP sont en cours ; notre présence, au sein de différentes manifestations, est régulièrement souhaitée et, au-delà de nos frontières régionales, les produits de Terroir Fribourg sont également en pleine croissance.

Mais c'est lorsque tout va bien que nous devons être vigilants et penser à notre avenir ; dans cette optique, et vis-à-vis de l'évolution de notre société qui va se digitaliser de plus en plus, nous devons également trouver notre positionnement ; non pas par un repli sur nous-mêmes, mais bien par une ouverture toujours plus conséquente et interactive vers nos consommateurs d'ici et d'ailleurs. La mise en valeur des excellents produits de notre Pays de Fribourg passe bien sûr par nos traditions mais également par l'utilisation de nouvelles façons de production et de promotion, et ceci dans une transparence totale avec les consommateurs.

C'est une véritable quadrature du cercle, mais je suis certain qu'ensemble nous y arriverons.

Merci à vous tous pour le soutien que vous nous apportez.

Terroir Fribourg ist grundsätzlich positiv eingestellt, und es ist die Rolle unserer Vereinigung, diese positive Einstellung unter die Leute zu bringen. Im Berichtsjahr 2018 gab es zahlreiche Anlässe, die uns gezeigt haben, dass die Anstrengungen, die wir jahrelang unternommen haben, Früchte tragen.

Der Bekanntheitsgrad unserer Vereinigung ist gewachsen in unserem Kanton; wir zählen immer mehr Mitglieder; unsere mit dem Label «zertifiziert Terroir Fribourg» ausgezeichneten Produkte gewinnen an Sichtbarkeit in den Freiburger Läden; im Verlauf des Jahres 2018 kam eine vierte Freiburger AOP dazu; unsere Präsenz an verschiedenen Anlässen wird regelmässig erbeten und unsere Produkte Terroir Fribourg werden auch über die regionalen Grenzen hinaus immer bekannter.

Wir müssen aber gerade dann, wenn alles wunderbar läuft, wachsam sein und an unsere Zukunft denken. Mit dieser Überzeugung im Hinterkopf und angesichts der Tatsache, dass unsere Gesellschaft immer stärker auf Digitalisierung setzt, müssen wir uns positionieren. Wir dürfen uns nicht zurücklehnen und Nabelschau betreiben, wir müssen uns vielmehr noch konsequenter und interaktiver öffnen und auf unsere Konsumentinnen und Konsumenten in der Region und anderswo zugehen.

Die Förderung und Entwicklung der hervorragenden Produkte aus unserem Freiburgerland kann natürlich via unsere Traditionen erfolgen, aber gleichermassen auch mittels Nutzung von neuen Produktions- und Werbeformen, und zwar in umfassender Transparenz gegenüber den Konsumenten.

Die Aufgabe ist eine veritable Quadratur des Kreises – aber ich bin sicher, dass wir es schaffen werden.

Ich danke euch allen für die Unterstützung, die ihr uns gewährt.

HOMMAGE À JEAN-NICOLAS PHILIPPONA

NACHRUF AUF JEAN-NICOLAS PHILIPPONA

Daniel Blanc Président Terroir Fribourg



Merci Jean-Nicolas,

Jean-Nicolas Philippona, Président d'Honneur et Fondateur de Terroir Fribourg, nous a quitté le 15 août dernier.

Oui, merci à toi, Jean-Nicolas... Merci pour tout ce que tu as fait pour nous, pour notre Association que tu as fondée avec d'autres en 1999.

Merci à toi pour toutes les idées que tu nous as apportées et qui ont été réalisées au sein de notre Association; que cela soit la mise en route et la professionnalisation de cette dernière, la mise en place du Salon Suisse des Goûts et Terroir ou encore, parmi bien d'autres, le stand des fromages de Suisse à Paris. Un événement que je tiens à citer, c'est la Poya à Paris, en 2006, avec 100 vaches; c'était un projet magnifique qui devait avoir lieu en ouverture du Salon International de l'Agriculture (SIA); cet événement prévoyait de rallier l'entrée du SIA à la Porte de Versailles depuis la Tour Eiffel, avec des vaches fribourgeoises. Mais ce cortège n'a jamais eu lieu, car nous n'avons jamais obtenu l'autorisation du Préfet de Paris; nombreux sont cependant les Fribourgeois qui se souviennent encore de ce déplacement extraordinaire mais imaginaire...

Merci pour ta simplicité légendaire, car tout un chacun pouvait t'aborder sur un problème touchant notre Association et tu trouvais toujours une solution en respectant ton interlocuteur et son besoin...

Merci pour ta présence, pour tes conseils avisés, pour tes contacts, pour ton humour, pour ta sagesse... Merci pour tout...

Dans ces moments difficiles, nous n'oublions pas ton épouse, Denise, qui t'a accompagné durant toutes ces années ainsi que tes enfants et petits-enfants qui t'ont procuré une joie de vivre immense.

Merci Jean-Nicolas.

Danke Jean-Nicolas,

Jean-Nicolas Philippona, Ehrenpräsident und Gründer von Terroir Fribourg, hat uns am vergangenen 15. August verlassen.

Hab Dank, Jean-Nicolas... für alles, was du für uns und unsere Vereinigung getan hast, die du – zusammen mit anderen – 1999 ins Leben gerufen hast.

Hab Dank für all die Ideen, die du eingebracht hast und die wir in unserer Vereinigung umgesetzt haben; sei es die stetige Professionalisierung, die Gründung des Salon Suisse des Goûts et Terroir oder, neben vielen weiteren Aktionen, der Stand mit Schweizer Käse in Paris. Ein Ereignis, das ich hervorheben möchte, ist die Poya 2006 in Paris mit 100 Kühen; das war ein tolles Projekt, anlässlich der Eröffnung der Internationalen Landwirtschaftsmesse (SIA). Es war vorgesehen, mit Freiburger Kühen vom Eiffelturm her Richtung Eingang der SIA bei der Porte de Versailles zu paradieren. Der Umzug fand allerdings nie statt, denn der Präfekt von Paris erteilte uns die Bewilligung nicht; es gibt aber noch viele Freiburgerinnen und Freiburger, die sich noch an diesen aussergewöhnlichen, wenn auch nur in den Köpfen existierenden Umzug erinnern...

Danke für deine legendäre Unkompliziertheit. Alle ohne Ausnahme konnten mit Anliegen, die die Vereinigung betrafen, zu dir kommen, du fandest immer eine Lösung, die dem Gesprächspartner und dessen Bedürfnissen entgegenkam.

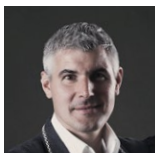
Danke für deine Präsenz, für deine klugen Ratschläge, für deine Kontakte, für deinen Humor, für deine Weisheit... Danke für alles...

Wir vergessen in diesen schwierigen Momenten auch deine Gattin Denise nicht, die dich in all diesen Jahren begleitet hat, und ebenso wenig deine Kinder und Grosskinder, die soviel Freude in dein Leben gebracht haben.

Danke Jean-Nicolas.

RAPPORT DE GESTION 2018

GESCHÄFTSBERICHT 2018



Pierre-Alain Bapst Directeur | Direktor
Terroir Fribourg

INNOVATION ET TRADITION

Innovation et tradition. A première vue, ces deux termes paraissent contradictoires. Mais en réalité, l'un ne va pas sans l'autre. Le canton de Fribourg en est d'ailleurs un parfait exemple car nous savons allier le respect des traditions et le sens de l'innovation.

L'innovation permet de travailler de manière plus efficace et offre de nouvelles possibilités de commercialiser les produits. En résumé, l'innovation rend possible, entre autres, la création de nouveaux produits et le renforcement de la capacité concurrentielle sur un marché très disputé. La tradition, quant à elle, est un point d'appui et d'ancrage dans un monde en constante évolution.

Faisons vivre nos traditions! L'exemple de la Bénichon démontre bien que la population y est attachée avec comme corolaire la possibilité pour les agriculteurs, artisans, restaurateurs et autres acteurs de mettre en avant nos beaux produits.

Que ce soit dans le commerce de produits alimentaires, en matière de tourisme ou encore dans l'offre de différents services, les valeurs d'authenticité, de qualité et de tradition restent des axes de communication largement utilisés pour séduire les consommateurs et clients potentiels.

Nous devons soigner notre héritage tout en sachant se remettre en question, être capable de se renouveler et d'innover. Chez Terroir Fribourg, il nous tient à cœur d'œuvrer pour la promotion des produits authentiques et de tradition dont notre canton regorge, sans oublier tous les produits alimentaires issus de nos terroirs.

L'innovation a contribué à l'essor du secteur agroalimentaire fribourgeois et en a fait un des piliers de notre économie.

INNOVATION UND TRADITION

Innovation und Tradition. Auf den ersten Blick scheinen das zwei gegensätzliche Begriffe zu sein. In Tat und Wahrheit kann der eine nicht ohne den anderen existieren. Der Kanton Freiburg ist dafür übrigens ein perfektes Beispiel, wissen wir doch, wie man Respekt gegenüber der Tradition und Sinn für Innovation in Einklang bringt.

Die Innovation zeigt den Weg, wie man effizienter arbeiten kann, und sie eröffnet neue Möglichkeiten, Produkte zu vermarkten. Kurzum: Die Innovation ermöglicht es – neben anderen Dingen –, neue Produkte zu kreieren und die Konkurrenzfähigkeit in einem stark umkämpften Markt zu erhöhen. Die Tradition wiederum bietet einen Bezugspunkt und eine Verankerung in einer Welt, die sich ständig weiter entwickelt.

Hauchen wir den Traditionen Leben ein! Das Beispiel des Bénichon-Fests zeigt eindrücklich, dass die Bevölkerung an derartigen Traditionen hängt. Das wiederum eröffnet den Landwirten, Erzeugern, Gastwirten und weiteren Akteuren die Möglichkeit, ihre tollen Produkte ins Rampenlicht zu stellen.

Sei es nun im Handel mit Lebensmitteln, im Tourismus oder auch im Angebot verschiedener Dienstleistungen: Werte wie Authentizität, Qualität und Tradition bleiben Kommunikationsachsen, die ausgiebig genutzt werden können, um Konsumenten und potenzielle Kunden von den eigenen Produkten zu überzeugen.

Wir müssen Sorge tragen zu unserem Erbe und es gleichzeitig hinterfragen, wir müssen dazu in der Lage sein, uns zu erneuern und Innovationen zu tätigen. Terroir Fribourg ist es ein grosses Anliegen, alles zu tun für die Förderung von authentischen und traditionsverhafteten Produkten, von denen es in unserem Kanton zahlreiche hat – und vergessen wir auch nicht all die Lebensmittel, die aus unserem Gebiet stammen.

A notre échelle, en 2018, avec toute l'équipe de l'association Terroir Fribourg, nous avons cherché à créer de nouvelles mesures de promotion innovantes. Comme exemple, je peux citer la création d'une stratégie de communication digitale, la mise sur pied de la première journée du terroir, une formation sur le thème des emballages, la distribution des biscuits du terroir pour accompagner le café et le concours avec notre ambassadeur Alain Bächler qui s'est rendu au domicile des gagnants pour leur concocter un menu gastronomique, ce qui, à ma connaissance, était une première fribourgeoise.

Je vous remercie toutes et tous pour votre collaboration en 2018 et me réjouis de poursuivre le travail avec vous afin que les traditions demain soient les innovations d'hier.

Die Innovation hat zum Erfolg des Freiburger Lebensmittelsektors beigetragen und aus ihm einen der Stützpfiler unserer Wirtschaft gemacht.

Was uns anbelangt, so haben wir mit dem gesamten Team der Vereinigung Terroir Fribourg versucht, neue innovative Werbe- und Fördermassnahmen aufzugleisen. Als Beispiele möchte ich die Erarbeitung einer digitalen Kommunikationsstrategie, die Organisation des ersten «Tags des Terroirs», eine Ausbildung zum Thema Verpackungen sowie die Verteilung von Gebäck zum Kaffee nennen, das den Wettbewerb mit unserem Botschafter Alain Bächler versüsste, der sich zu den Gewinnern nach Hause begab und ihnen ein Gastromenü auftischte – meines Wissens eine Freiburger Premiere.

Ich danke Ihnen allen für die geschätzte Zusammenarbeit im Berichtsjahr 2018 und ich freue mich, mit Ihnen die Arbeit weiterzuführen, damit aus den Innovationen von gestern die Traditionen von morgen werden.



ÉVÉNEMENTS 2018

ANLÄSSE 2018



Anne-Sophie Roulier Marketing et Communication
Terroir Fribourg

EXPOSITION SUISSE DES PETITS ANIMAUX SCHWEIZERISCHE KLEINTIER-AUSSTELLUNG

Forum Fribourg, 5 au 7 janvier
Marché du Terroir.

Forum Fribourg, 5. bis 7. Januar
Terroir-Markt.

SLOW FOOD MARKET SLOW FOOD MARKET

Berne BEA, 2 au 4 mars

Marché de produits certifiés. Stand en commun avec les cantons romands, sous l'égide de Pays romand-Pays gourmand et de la marque regio.garantie.

BEA Bern, 2. bis 4. März

Markt mit zertifizierten Produkten. Gemeinsamer Stand mit den Westschweizer Kantonen, unter der Schirmherrschaft von Pays romand-Pays gourmand und dem Gütesiegel regio.garantie.

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE INTERNATIONALE LANDWIRTSCHAFTSMESSE

Paris, 24 février au 4 mars

Mandat de Switzerland Cheese Marketing – Promotion des fromages suisses dont le Gruyère AOP, Vacherin Fribourgeois AOP, fondue moitié-moitié, crème double et meringues.

Paris, 24. Februar bis 4. März

Mandat vom Switzerland Cheese Marketing – Werbung für Schweizer Käse, darunter Greyerzer AOP, Freiburger Vacherin AOP, Fondue moitié-moitié, Doppelrahm und Meringues.



TOUR DE ROMANDIE TOUR DE ROMANDIE

Fribourg, 24 avril – Place Georges Python

Pour la deuxième année consécutive, notre Association a participé au Tour de Romandie. A Fribourg, sur la Place Georges-Python, Terroir Fribourg a tenu un stand de promotion en collaboration avec Andreas Schwaller et la boucherie Gérard Yerly. Des dégustations ont été organisées ainsi qu'un concours en collaboration avec Pays romand-Pays gourmand. L'apéritif VIP, servi par les Délices de la Ferme, la boucherie Bertschy et la fromagerie Moléson SA, a régalé les convives et a rencontré un grand succès.

Freiburg, 24. April – Place Georges Python

Zum zweiten Mal in Folge war unsere Vereinigung an der Tour de Romandie präsent. Terroir Fribourg betrieb gemeinsam mit Andreas Schwaller und der Metzgerei Gérard Yerly auf der Place Georges-Python einen Werbestand. Es wurden Degustationen und – in Zusammenarbeit mit Pays romand-Pays gourmand – ein Wettbewerb organisiert. Der VIP-Apéro, offeriert von Délices de la Ferme, der Metzgerei Bertschy und der Käseerei Moléson SA, kam bei den Gästen gut an und verzeichnete einen grossen Erfolg.



FÊTE DU FROMAGE KÄSEFEST

Cité de Gruyères, 6 mai

Marché du Terroir: ventes et dégustations de bières artisanales, promotion et fabrication de la Cuchaule AOP

Städtchen Greyerz, 6. Mai

Terroir-Markt: Verkauf und Degustationen von in handwerklicher Tradition gebrauten Bieren, Werbung für und Herstellung von Cuchaule AOP.



APÉRITIF CONSEIL D'ETAT / SÉRÉNADE DE LA LANDWEHR APÉRO STAATSRAT / SERENADE DER LANDWEHR

Fribourg, 22 mai

Apéritif pour l'élection du nouveau Conseiller d'Etat, Didier Castella.

Freiburg, 22. Mai

Apéro anlässlich der Wahl des neuen Staatsrates Didier Castella.

JOURNÉE DU TERROIR TAG DES TERROIRS

Delley, 24 mai

Conférence de presse sur le thème de la certification des produits du Terroir fribourgeois.

Delley, 24. Mai

Pressekonferenz zum Thema Zertifizierung von Produkten aus dem Freiburger Terroir



WAKE UP AND RUN WAKE UP AND RUN

Fribourg, 7 et 8 juin

Dégustation de produits locaux et box petit déjeuner du Terroir remis aux 1400 participants (petite Cuchaule AOP, yogourt de Grangeneuve, stick de Gruyère AOP, pomme, boisson au lait de Cremo, jus de pomme artisanal)

Freiburg, 7. und 8. Juni

Degustation von lokalen Produkten und Übergabe einer Frühstücksbox an die 1400 Teilnehmenden (kleine Cuchaule AOP, Joghurt aus Grangeneuve, Stück Greyerzer AOP, Apfel, Milch von Cremo, hausgemachter Apfelsaft).



FÊTE FÉDÉRALE DES TAMBOURS ET FIFRES EIDGENÖSSISCHES TAMBOUREN- UND PFEIFERFEST

Bulle, 1^{er} juillet

Distribution de 1500 Cuchaules AOP aux participants du Morgenstreich à Bulle.

Bulle, 1. Juli

Verteilung von 1500 Cuchaules AOP an die Personen, die in Bulle am Morgenstreich teilnahmen.

MARCHÉ CONCOURS MARCHÉ-CONCOURS

Saignelégier, 10 au 12 août

Le canton de Fribourg était l'invité d'honneur lors du Marché Concours de Saignelégier. En collaboration avec la promotion de l'image de Fribourg «Fribourgissima» et de l'Union fribourgeoise du Tourisme, l'Allée Marchande a été organisée pour présenter le canton de Fribourg au travers de sa gastronomie et du tourisme. Du côté de Terroir Fribourg, quatre personnes de l'Association des paysannes fribourgeoises ont préparé et fait déguster 2000 bouchées de macaronis et 4000 demi-bricelets fribourgeois. Nos vignerons du Vully et de Cheyres ont vendu pour un total de 450 bouteilles de blanc et rouge. Les retours sont très positifs et la présence de Fribourg a rencontré un franc succès.

Saignelégier, 10. bis 12. August

Der Kanton Freiburg war Ehrengast am Marché-Concours in Saignelégier. In Zusammenarbeit mit «Fribourgissima Image Freiburg» und dem Freiburger Tourismusverband wurden Stände betrieben, an denen der Kanton Freiburg mit seinen gastronomischen und touristischen Vorzügen präsentiert wurde. Für Terroir Fribourg hatten 4 Frauen des Freiburger Bäuerinnen-Verbands 2000 Makkaroni-Pastetchen und 4000 Freiburger Bretzeli vorbereitet und verteilten diese an die Gäste. Unsere Weinbauern aus dem Vully-Gebiet und aus Cheyres verkauften insgesamt 450 Flaschen Weiss- und Rotwein. Das Feedback war sehr positiv und die Freiburger Aktivitäten und Produkte konnten einen grossen Erfolg verzeichnen.



BÉNICHON DU PAYS DE FRIBOURG BÉNICHON DU PAYS DE FRIBOURG

Estavayer-le-Lac, 24 au 26 août

Bénichon des entreprises, menu de Bénichon, marché artisanal, cantine de fête, animations diverses et restaurants partenaires.

Estavayer-le-Lac, 24. bis 26. August

Bénichon der Unternehmen, Bénichon-Menu, Handwerkermarkt, Festkantine, verschiedene Animationen und Partnerrestaurants



COMPTOIR SUISSE COMPTOIR SUISSE

Lausanne, 20 septembre

Journée de vente et dégustations de Poire à Botzi AOP, Jambon de la Borne et Cuchaule AOP.

Lausanne, 20. September

Verkaufstag und Degustation von Poire à Botzi AOP, Chämischinken und Cuchaule AOP.

TCHIIZ TCHIIZ

District de la Gruyère, 15 septembre
Caves ouvertes et festival des Saveurs.

Bezirk Greyerz, 15. September
Geöffnete Keller und Festival des Saveurs.

SEMAINE DU GOÛT GENUSSWOCHE

Canton de Fribourg – 13 au 23 septembre
Différents événements organisés chez les artisans et restaurateurs fribourgeois pour faire découvrir le Terroir et les produits fribourgeois.

Kanton Freiburg – 13. bis 23. September
Organisation von verschiedenen Anlässen bei Freiburger Produzenten und Gastronomen, um das Freiburger Terroir und dessen Produkte bekannt zu machen.

SALON SUISSE DES GOÛTS ET TERROIRS SALON SUISSE DES GOÛTS ET TERROIRS

Bulle, 31 octobre au 4 novembre
Présence de 23 artisans membres de Terroir Fribourg, vente et dégustations de l'ensemble des spécialités fribourgeoises, Pinte du Terroir.

Bulle, 31. Oktober bis 4. November
Präsenz von 23 Produzenten, die Mitglieder von Terroir Fribourg sind, Verkauf und Degustation sämtlicher Freiburger Spezialitäten, Terroir-Beiz.



MARCHÉ BIO BIO-MARKT

Fribourg, 22 septembre
Afin de promouvoir le label de certification Terroir Fribourg, notre Association a tenu un stand lors du Marché BIO à la Place Georges-Python. Des produits certifiés ont été proposés à la dégustation et le label a été présenté au travers d'un petit film. La collaboration avec BIO Fribourg est importante et a pour but de sensibiliser les consommateurs de produits BIO au sujet de la provenance des produits. Le message: «consommer BIO et local en même temps est une chose possible»!

Freiburg, 22. September
Mit dem Ziel, Werbung zu machen für das Label «zertifiziert Terroir Fribourg», betrieb unsere Vereinigung anlässlich des Bio-Marktes auf der Place Georges-Python einen Stand. Es wurden zertifizierte Produkte zur Degustation angeboten, zudem wurde das Label mit einem kurzen Film vorgestellt. Die Zusammenarbeit mit Bio Freiburg ist wichtig und verfolgt das Ziel, die Konsumentinnen und Konsumenten von Bio-Produkten für die Herkunft der Produkte zu sensibilisieren. Die Message: «Bio und lokal – das passt wunderbar zusammen»!

LA CANTONALE LA CANTONALE

Fribourg, 5 au 14 octobre
Promotion des produits du Terroir au travers de démonstrations de cuisine.

Freiburg, 5. bis 14. Oktober
Werbung für Terroir-Produkte mittels Kochvorführungen.

20^E ANNIVERSAIRE CAVE À FROMAGES DE LA TZINTRE 20. GEBURTSTAG KÄSEKELLER TZINTRE

Charmey, 30 novembre au 1^{er} décembre
Marché artisanal.

Charmey, 30. November bis 1. Dezember
Handwerkermarkt.

COMMUNICATION 2018

KOMMUNIKATION 2018



Anne-Sophie Roulier Marketing et Communication
Terroir Fribourg

FORMATION POUR LES MEMBRES

Une fois par année, une formation est organisée pour tous les membres de Terroir Fribourg. En 2018, le thème de l'emballage a été abordé sous trois angles : les exigences liées aux emballages, les différents matériaux et le recyclage et pour terminer la communication au travers des emballages.

RÉSEAUX SOCIAUX

Notre Association a mis en place une stratégie digitale pour renforcer sa présence sur la toile et les réseaux sociaux. Une personne en interne a suivi une formation en cours d'année 2018. Le but est de continuer à utiliser, de manière professionnelle, les réseaux sociaux pour faire connaître Terroir Fribourg, les produits fribourgeois et les membres de l'Association.

SITE WEB

Le site internet www.terroir-fribourg.ch a été remis au goût du jour. Le parcours clients et l'expérience utilisateur ont été revus et facilités.

NEWSLETTER

En moyenne une fois par mois, une newsletter a été envoyée à plus de 2'000 contacts en Suisse romande. Des actualités en lien avec le Terroir fribourgeois sont proposées dans cet emailing.

COMMUNICATION

- Formation sur l'emballage des produits alimentaires
- Réseaux sociaux
- Site web
- Newsletter
- Apéro Fribourgeois
- Création de photos (produits, membres)
- Communication digitale

AUSBILDUNG FÜR MITGLIEDER

Einmal pro Jahr wird eine Ausbildung für sämtliche Mitglieder von Terroir Fribourg organisiert. 2018 wurde das Thema Verpackung unter drei unterschiedlichen Gesichtspunkten behandelt: Anforderungen an Verpackungen, die verschiedenen Materialien und deren Recycling, und last but not least die Kommunikationsmöglichkeiten via Verpackung.

SOZIALE NETZWERKE

Unsere Vereinigung hat eine digitale Strategie erarbeitet, um ihre Präsenz im Web und in den sozialen Netzwerken zu verstärken. Eine Person aus unseren Reihen hat 2018 eine entsprechende Ausbildung absolviert. Ziel ist es, die sozialen Netzwerke weiterhin auf eine professionelle Art zu nutzen, um Terroir Fribourg, die Freiburger Produkte und die Mitglieder der Vereinigung weiter bekannt zu machen.

WEBSITE

Die Website www.terroir-fribourg.ch wurde neu und zeitgemäss gestaltet. Kundenführung und Nutzererfahrung wurden angepasst und vereinfacht.

NEWSLETTER

Im Schnitt wurde einmal pro Monat ein Newsletter an über 2'000 Kontakte in der Westschweiz verschickt. Der Newsletter informiert über aktuelle Themen und Ereignisse im Zusammenhang mit Terroir Fribourg.

KOMMUNIKATION

- Ausbildung zum Thema Verpackung von Lebensmitteln
- Soziale Netzwerke
- Website
- Newsletter
- Freiburger Apéro
- Fotoaufnahmen (Produkte, Mitglieder)
- Digitale Kommunikation

MANIFESTATIONS VERANSTALTUNGEN

ACTIONS AKTION	REGION	DATES DATUM
Salon International de l'Agriculture	France / Paris	23 février au 3 mars
Internationale Landwirtschaftsmesse	Frankreich / Paris	23. Februar bis 3. März
Journée du Terroir	Vully / Hôtel Restaurant Bel-Air	12 mars
« Journée du Terroir »	Vully / Hotel Restaurant Bel-Air	12. März
Apéritif de printemps CCIF	Gruyère / Broc	18 mars
Frühlingsaperitif HIKF	Greyerz / Broc	18. März
Tour de Romandie	Glâne / Romont	3 mai
Tour de Romandie	Glâne / Romont	3. Mai
Assemblée annuelle	Veveyse / Châtel-Saint-Denis	6 mai
Generalversammlung	Vivisbach / Châtel-Saint-Denis	6. Mai
Wake Up and Run	Sarine / Fribourg	14 - 15 juin
Wake Up and Run	Saane / Freiburg	14. - 15. Juni
Tour de Suisse	Singine (Flamatt) - Lac (Morat)	17 juin
Tour de Suisse	Sense (Flamatt) - See (Morat)	17. Juni
Fête des vignerons	Canton de Vaud / Vevey	18 juillet au 11 août
« Fête des Vignerons »	Kanton Waadt / Vevey	18. Juli bis 11. August
Bénichon du Pays de Fribourg	Sarine / Ecuwillens	6 au 8 septembre
Kilbi im Freiburgerland	Saane / Ecuwillens	6. bis 8. September
Semaine Suisse du Goût	Canton de Fribourg	12 au 22 septembre
Die Genusswoche	Kanton Freiburg	12. bis 22. September
Salon Suisse des Goûts et Terroirs, hôte d'honneur	Gruyère / Bulle	30 octobre au 3 novembre
Schweizerische Messe „Goûts et Terroirs“	Greyerz / Bulle	30. Oktober bis 3. November
Fête 20 ans de Terroir Fribourg (Salon Suisse des Goûts et Terroirs)	Gruyère / Bulle	31 octobre
20 jähriges Jubiläum Terroir Fribourg (Messe „Goûts et Terroirs“)	Greyerz / Bulle	31. Oktober

MESURES DE COMMUNICATION KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN

ACTIONS AKTION	PUBLIC ZIELPUBLIKUM	PERIODICITE HÄUFIGKEIT
Gazette du Terroir	Membres, partenaires	2x par année
„Gazette du Terroir“ / Zeitung	Mitglieder, Partner	2x pro Jahr
Réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram)	Consommateurs	Toute l'année
Soziale Netzwerke (LinkedIn, Facebook, Instagram)	Konsumenten	das ganze Jahr
Newsletter	Consommateurs	8x par année
Newsletter	Konsumenten	8x pro Jahr

ACTIVITÉS POUR NOS MEMBRES AKTIVITÄTEN FÜR UNSERE MITGLIEDER

ACTIONS AKTION	REGION	DATES DATUM
Formation / Thème : Distribution des produits du Terroir et communication du label au point de vente	Sarine / Villars-sur-Glâne	24 juin
Ausbildung / Thema : Vertrieb lokaler Produkte und Kommunikation des Labels am Verkaufspunkt	Saane / Villars-sur-Glâne	24. Juni
Photos pour les membres	Gruyère / Bulle	A définir
Fotos für die Mitglieder	Greyerz / Bulle	zu definieren

* Promotion des activités, événements, produits des membres de l'Association sur le site internet de Terroir Fribourg selon les informations fournies par les membres. En cas de mises à jour de vos informations sur notre site internet, contacter Anne-Sophie Roulier (anne-sophie.roulier@terroir-fribourg.ch / 026 467 30 30).

* Die Werbung für die Aktivitäten, Veranstaltungen und Produkte der Mitglieder unserer Vereinigung auf der Website von Terroir Fribourg, gemäss Angaben unserer Mitglieder. Bei Aktualisierungen Ihrer Informationen auf unserer Website, wenden Sie sich bitte an Frau Anne-Sophie Roulier (anne-sophie.roulier@terroir-fribourg.ch / 026 467 30 30).

A close-up photograph of a bowl filled with roasted pears. The pears are golden-brown and glistening, with several dark vanilla pods tucked among them. The background is softly blurred, showing more of the bowl and its contents.

À LA DÉCOUVERTE DE NOS ARTISANS

ENTDECKEN SIE UNSERER HANDWERKER

Christelle Grangier

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.



A GRANGES-MARNAND, ÇA MOULINE ET ÇA BROYE ! IN GRANGES-MARNAND WIRD GESCHROTET UND GEMAHLEN!



JACQUES YERLY

Directeur de Mino-Farine | Direktor Mino-Mehl, Granges-près-Marnand (Broye Vaudoise)

Le souvenir du pain frais, croustillant et odorant que son père rapportait chaque matin fait encore frémir Jacques Yerly. C'est autour de la table familiale, entre les tartines et ses 9 frères et sœurs, qu'est née la passion pour le pain chez ce garçon de Treyvaux. Depuis 2006, Jacques Yerly occupe la place de directeur de l'unité d'affaires Mino-Farine pour la Suisse latine et il a du pain sur la planche!

Die Erinnerung an frisch gebackenes, knuspriges und duftendes Brot, das sein Vater jeden Morgen nach Hause brachte, bringt Jacques Yerly immer noch ins Schwärmen. Es war am Familientisch, beim Brotessen mit seinen 9 Brüdern und Schwestern, wo bei diesem Jungen aus Treyvaux die Leidenschaft für das Backen geweckt wurde. Seit 2006 ist Jacques Yerly Direktor der Geschäftseinheit Mino-Farine für die Westschweiz und das Tessin, und als solcher hat er alle Hände voll zu tun.

DE LA FARINE FRIBOURGEOISE BROYÉE CHEZ LES VAUDOIS

Fils de paysan, Jacques Yerly cultive une sensibilité manifeste pour les produits du terroir. Située en terre vaudoise, enclavée dans les méandres cantonaux de la Broye, l'entreprise qu'il préside propose d'ailleurs depuis plusieurs années une gamme de farines estampillée «Fribourg» à ses clients. Cette traçabilité, garantie et contrôlée drastiquement par Procert [organe de certification de labels accrédité par la Confédération, ndlr], s'est vue soulignée par la création du label certifié de Terroir Fribourg.

FREIBURGER MEHL, IN DER WAADT GEMAHLEN

Es liegt auf der Hand, dass Jacques Yerly als Bauernsohn eine besondere Beziehung zu den Produkten des Terroirs hat. Das Unternehmen, das er leitet, liegt im Waadtland, an den Windungen der Broye. Es bietet seinen Kunden seit mehreren Jahren auch eine Linie mit Mehl an, die den Stempel «Freiburg» trägt. Die Rückverfolgbarkeit, die von Procert [das ist das Zertifizierungsorgan für Labels, die vom Bund vergeben werden, Anm. d. Red.] streng kontrolliert und garantiert wird, wurde mit der Gründung des Labels «zertifiziert Terroir Fribourg» noch weiter ausgebaut.

LA TRAÇABILITÉ COMME LIGNE DE CONDUITE

Cette anticipation de la demande revêt une importance particulière avec la mise en application du cahier des charges de la Cuchaule AOP, exigeant l'origine fribourgeoise des ingrédients. «L'origine protégée promet au consommateur une sécurité, et garantit que le produit qu'il achète ne vient pas de Pologne», se réjouit Jacques Yerly.

RÜCKVERFOLGBARKEIT ALS RICHTSCHNUR

Der Antizipation der Nachfrage kam im Zusammenhang mit der Umsetzung des Pflichtenhefts für die Cuchaule AOP eine besondere Bedeutung zu, wird doch im Pflichtenheft eine Freiburger Herkunft der Zutaten verlangt. «Die geschützte Herkunft verspricht dem Konsumenten Sicherheit und garantiert, dass das Produkt, das er erwirbt, nicht aus Polen stammt», freut sich Jacques Yerly.

LES ARCANES DU MONDE DU PAIN

Sa connaissance étendue du milieu de la boulangerie confère également à Jacques Yerly un rôle de conseiller et même de confident pour ses clients. «Comme nous livrons une majorité de boulangeries pour une partie de leur production, je connais tous les boulangers de Suisse romande», sourit-il. Mino Farine, identité commerciale pour les artisans boulangers, pâtisseries et confiseurs du Groupe Minoteries SA, propose d'ailleurs son aide à un boulanger qui souhaite lancer son affaire. Dans le même ordre d'idées, Mino Farine met également à disposition de ses clients et de leur personnel un projet d'évaluation sensorielle Emosens qui a pour but de présenter gustativement chaque spécialité de pain au moyen de cartes d'identité détaillées.

DIE GEHEIMNISSE DER BROTWELT

Seine vertiefte Kenntnis der Bäckerei-Umfelds versetzt Jacques Yerly in die Rolle eines Beraters oder sogar Vertrauten für seine Kunden. «Da wir die Mehrheit von Bäckereien für einen Teil ihrer Produktion beliefern, kenne ich sämtliche Bäcker der Westschweiz,» erzählt er verschmitzt. Mino Farine, die Handelsmarke der Groupe Minoteries SA für Bäcker, Konditoren und Confiseure, bietet übrigens Bäckern, die ein Geschäft eröffnen möchten, ihre Hilfe an. Aus diesem Denkansatz heraus bietet Mino Farine seinen Kunden und deren Personal Emosens an, ein System zur sensorischen Bewertung. Das Ziel: Jede Brotspezialität soll mittels detailliertem Geschmacksprofil sensorisch vorgestellt wer-



« Cette communication par l'intermédiaire des vendeurs en boulangerie est indispensable, c'est le moyen de nous différencier des grandes surfaces. Il faut vendre le pain plaisir ! », conclut Jacques Yerly, entrepreneur actif qui ne roule pas ses clients dans la farine !

den. « Die Kommunikation via die Verkäufer in der Bäckerei ist unabdingbar, sie ist das Mittel der Wahl, um uns von den Supermärkten abzuheben. Man muss das Brot mit Freude verkaufen ! », schliesst Jacques Yerly seine Ausführungen – ein Unternehmer, der seinen Kunden « reines Mehl » einschenkt.

DES FROMAGES D'ALPAGE QUI ROCH! ALPKÄSE AUS ROCHS ZAUBERKESSEL

JEAN-LOUIS ROCH

Agriculteur | Bauer, Le Châtelard (Glâne)



Dans ce cadre idyllique des Préalpes fribourgeoises, Jean-Louis Roch nous invite à passer une matinée dans son alpage de la Théraula d'Avau, la Trala en patois, au-dessus des Prés d'Albeuve.

Alors que Jean-Louis et son employé Lenunt sont déjà à pied d'œuvre, les Vanils restent encore assoupis à l'horizon. Pas de repos pour les braves, ici à la Trala on se lève avant le soleil, et à 6h, nos deux armaillis s'affairent déjà autour du char de traite. Chez les Roch, la traite, c'est dehors que ça se passe. Et ça se passe bien! Par groupe de dix, les vaches montent sur le char, et, disciplinées, s'alignent en un ballet ordonné. Leur tâche accomplie, les 42 laitières sont libres de retourner au pâturage. Au son de leurs cloches, les Vanils, la Dent de Lys et même les sommets du Pays d'Enhaut se sont réveillés et dessinent un horizon harmonieusement dentelé au-dessus du hameau des Prés d'Albeuve.

À l'intérieur du chalet, le travail ne fait que commencer. Le feu crépite déjà sous la grande chaudière en cuivre dans laquelle arrive directement le lait de la traite et qui trône au centre du trintsâbyo, pièce principale du chalet où est fabriqué le fromage. Aujourd'hui, Jean-Louis a décidé de façonner du Gruyère d'alpage AOP, mais il produit également du Vacherin Fribourgeois d'alpage AOP. Deux fois par semaine, il fabrique du sérac, crémeux à souhait, qui fait le bonheur des randonneurs de passage et des habitants de la vallée qui le trouvent au magasin d'Albeuve.

Durant la première étape de la fabrication du Gruyère d'alpage AOP, le lait du jour additionné du lait écrémé de la veille est chauffé jusqu'à 32°C et brassé lentement. On y ajoute ensuite les cultures et la présure. Juste le temps de laver quelques outils le temps que le lait caille avant que Jean-Louis entame un nouveau mouvement de sa partition. Muni de sa harpe de fromager, en rythme et en duo avec Lenunt, il tranche le caillé jusqu'à l'obtention de petits grains. Le tout est alors ramené sur le feu et brassé lentement durant cinquante minutes. Le temps de nous attabler pour déjeuner autour du baquet à crème prélevé la veille.

Dès que la température de 56° est atteinte, Jean-Louis coupe le contenu de la chaudière en deux parties. Puis, il se munit d'une toile de chanvre dont il enroule un côté sur une tringle souple et, aidé de Lenunt à l'opposé, et récupère les grains qui formeront le premier fromage. Peu de paroles entre les deux hommes: chacun connaît sa tâche. La précision des gestes atteste d'une mécanique rôdée et maîtrisée. La toile remplit est alors installée dans un cercle à fromage où il s'égoutte quelques minutes. Les deux hommes répètent le rituel une seconde fois, jusqu'à ce qu'il

In der idyllischen Umgebung der Freiburger Voralpen lädt uns Jean-Louis Roch ein, einen Morgen auf seiner Alp Théraula d'Avau –im lokalen Dialekt «la Trala» – unterhalb von Prés d'Albeuve zu verbringen.

Während Jean-Louis und sein Angestellter Lenunt bereits am Werken sind, liegen die Vanils noch im Schatten der Nacht. Wer sein Tagwerk schaffen will, muss hier auf der Trala früh aus den Federn. Bereits um 6 Uhr, noch vor dem Sonnenaufgang, machen sich die beiden Sennen am Melkwagen zu schaffen. Bei den Rochs wird draussen gemolken. Und das funktioniert einwandfrei! In Gruppen zu zehnt steigen die Kühe auf den Wagen und reihen sich diszipliniert ein. Nachdem sie ihren Job erledigt haben, dürfen die Milchkühe wieder auf die Weide zurück. Vom Geläute ihrer Glocken sind nun auch die Vanils, die Dent de Lys und sogar die Gipfel des Pays d'Enhaut erwacht und zeichnen ihre harmonisch gezackte Silhouette am Horizont über den Dächern von Prés d'Albeuve ab.

In der Alphütte hat die Arbeit erst richtig begonnen. Das Feuer prasselt bereits unter dem grossen Kupferkessel, in den die Milch gleich nach dem Melken kommt. Der Kessel steht im Zentrum des trintsâbyo, dem Hauptraum der Alphütte, in dem der Käse hergestellt wird. Heute hat sich Jean-Louis dafür entschieden, Gruyère d'alpage AOP herzustellen. Daneben produziert er auch Vacherin Fribourgeois d'alpage AOP. Zweimal pro Woche stellt er traumhaft cremigen Sérac (Ziger) her, der von den Wanderern, die hier vorbeikommen, sehr geschätzt wird, und ebenso von den Bewohnern des Tals, die den Ziger im Lädeli in Albeuve kaufen können.

Bei der Herstellung von Gruyère d'alpage AOP wird in einem ersten Schritt die Milch des Tages, vermischt mit der entrahmten Milch vom Vortag, auf 32°C erhitzt und langsam umgerührt. Anschliessend werden Kulturen und Labstoffe beigegeben. Während die Milch langsam stockt, bleibt etwas Zeit, um ein paar Geräte zu reinigen, bevor Jean-Louis einen Schritt weiter geht bei seiner Käseherstellung: «Bewaffnet» mit einer Käseharpe, im Duo mit Lenunt, wird die gestockte Milch mit rhythmischen Bewegungen zu Bruch zerteilt. Das Ganze kommt anschliessend wieder auf das Feuer und wird während fünfzig Minuten ein weiteres Mal langsam umgerührt. Wir haben also Zeit, uns rund um den Bottich mit dem am Vortag entnommenen Rahm hinzusetzen und zu frühstücken.

Sobald eine Temperatur von 56° erreicht ist, teilt Jean-Louis den Käsebruch im Kupferkessel in zwei Teile. Dann nimmt er ein



ne reste au fond de la chaudière que le petit lait qui réglera la dizaine de porcs élevés sur l'alpage durant l'été.

Après quelques ajustements de mise en forme, le fromage est mis sous presse et tourné trois fois jusqu'au lendemain. Les meules sont ensuite amenées dans la cave du chalet, plongées dans un bain de saumure durant 24h, puis remises sur des tablards en épicea en attendant d'être amenées aux Caves de la Tzintre à Charmey.

Hanftuch, von dem er ein Ende an einem beweglichen Balken befestigt. Unter Mithilfe von Lenunt, der sich auf der gegenüberliegenden Seite des Kessels aufstellt, wird Käsebruch entnommen, um den ersten Käselalb zu formen. Zwischen den beiden Männern werden nur wenige Worte gewechselt, jeder weiss genau, was er zu tun hat. Die Präzision der Handgriffe zeigt, dass sie ein eingespieltes Team sind. Das gefüllte Tuch wird in eine runde Käseform eingepasst, dabei wird die Flüssigkeit innert weniger Minuten abgepresst. Die beiden Männer wiederholen das Ritual ein zweites Mal, bis auf dem Grund des Kessels nur noch die Molke übrigbleibt, über die sich die zehn Schweine freuen, die den Sommer auf der Alp verbringen.

Nachdem der Käse in Form gebracht worden ist, kommt er unter die Presse und wird bis zum folgenden Tag insgesamt dreimal gedreht. Zum Schluss werden die Käselaike in den Käsekeller Tzintre in Charmey gebracht.

CONSOMMER LOCAL ET CONSOMMER BIO: S'ASSOCIER POUR MIEUX MANGER!

GLEICHZEITIG LOKAL UND BIO KONSUMIEREN: SICH ZUSAMMENTUN, UM BESSER ZU ESSEN!

Manger bio ou privilégier les produits locaux? Ces deux notions, souvent opposées dans les débats, ne sont pas incompatibles! Vos doutes partiront en fumée après avoir découvert la causerie entre Sylvie Bonvin-Sansonnens (SB), agricultrice, présidente de Bio Fribourg et Daniel Blanc (DB), commerçant et restaurateur, président de Terroir Fribourg.

Qu'apporte de plus de consommer local?

DB Consommer local est un acte citoyen par lequel le consommateur découvre ce qui est produit près de chez lui. Cette éducation sociale permet de connaître la provenance des aliments que nous mangeons, d'avoir conscience par exemple que le blé poussant dans le champ voisin deviendra une succulente Cuchaule AOP!

SB Consommer, c'est un moyen de rendre sa région vivante. Souvent, on ne s'en rend pas compte, mais acheter est un acte politique. On sait que quand 1 franc est dépensé localement, par un effet multiplicateur bien connu, cela rapporte 2.50 francs à la région, notamment en termes de places de travail. Lorsqu'on dépense 1 franc à l'étranger, cela rapporte 1 franc à l'étranger... Acheter dans sa région permet de valoriser un savoir-faire local, celui des producteurs et des artisans. De plus, cela évite le transport qui représente une charge environnementale énorme.

Sylvie Bonvin, entre un kilo d'asperges produites dans le canton de Fribourg, non labellisées bio et un kilo d'asperges bio importées d'Espagne, quel sera votre choix?

Soll man jetzt auf bio oder auf lokale Produkte setzen? Die beiden Begriffe werden in Diskussionen oft als Gegensätze verstanden – das muss aber nicht sein! Wenn Sie das Gespräch zwischen der Landwirtin Sylvie Bonvin-Sansonnens (SB), Präsidentin von Bio Freiburg, und dem Lebensmittelhändler und Restaurateur Daniel Blanc (DB), Präsident von Terroir Fribourg, verfolgen, werden sich Ihre Bedenken rasch in Luft auflösen.

Was bringt es, lokal zu konsumieren?

DB Lokal zu konsumieren ist ein staatsbürgerlicher Akt, bei dem die Konsumenten Produkte aus ihrem näheren Umfeld kennenlernen. Diese «soziale Erziehung» ermöglicht es, die Herkunft der Lebensmittel zu kennen, die wir essen. So erfahren wir zum Beispiel, dass aus dem Getreide, das auf dem Feld vor unserem Haus wächst, eine leckere Cuchaule AOP werden wird!

SB Lokal zu konsumieren ist ein Mittel, seine Region lebendig zu machen und zu erhalten. Oft ist man es sich nicht bewusst, aber kaufen ist ein politischer Akt. Man weiss, dass ein Franken, der lokal ausgegeben wird, dank einer Multiplikatorenwirkung letztlich 2.50 Franken in die Region bringt, vor allem via die Arbeitsplätze. Diese Mechanismen sind bestens bekannt. Wenn man nun aber einen Franken im Ausland ausgibt, so bringt das dem Ausland 1 Franken... In der Region einzukaufen ermöglicht es, das lokale Know-how der Produzenten und Erzeuger wertzuschätzen. Zudem entfällt der Transport. Transporte stellen eine starke Belastung für die Umwelt dar.



SB Je choisirai les asperges issues de l'agriculture locale, pour autant que j'aie confiance dans le mode de production. Je n'aime pas cette question qu'on nous pose souvent, car elle met en concurrence les «bio» et les «conventionnels», alors que nous sommes justement complémentaires. D'autre part, si un consommateur achète du bio étranger, c'est qu'il n'a pas confiance dans les producteurs locaux et ça doit les faire réfléchir. Il est possible également qu'il n'y ait pas assez de producteurs bio locaux pour satisfaire à la demande.

Associer la notion de bio au régional n'est pas incompatible, mais les producteurs restent tout de même réticents. Seules 8% des exploitations fribourgeoises sont certifiées bio, ce qui place le canton de Fribourg parmi les mauvais élèves par rapport à la moyenne suisse (14%). Comment expliquez-vous ce taux?

SB Les producteurs fribourgeois ont la chance d'avoir des produits locaux forts comme le Gruyère AOP et le Vacherin Fribourgeois AOP dont les Interprofessions ont bien géré le marché et normé la production dans le respect de l'environnement. Par conséquent, la question du bio se pose moins de ce point de vue-là. Dans les régions de grandes cultures comme la Broye, la génération de nos parents a vécu les travaux des champs à la main, désherbage, sarclage... L'arrivée des pesticides a été vue comme une libération à l'époque. Leur dire que ce progrès a rendu les gens malades et a détruit la nature était impossible, tout comme passer au bio revenait à leur sens à effectuer un retour en arrière qu'ils ne pouvaient comprendre.

Outre des raisons de conscience du consommateur, comment envisageriez-vous de sensibiliser le consommateur à la nécessité de consommer local?

DB L'importation des produits étrangers, qu'ils soient bio ou non, est une catastrophe environnementale, notamment à cause de leur transport, de leur réfrigération et de leur emballage. Je serais donc d'avis de taxer ces produits et de redistribuer cette taxe écologique non pas au niveau suisse, mais dans chacun des pays afin de soutenir des défis environnementaux propres à chaque type de culture. Mais le consommateur doit savoir qu'il existe à côté de chez lui des produits, bio ou conventionnels, cultivés ou transformés dans le respect de la nature.

SB Tout à fait! La proximité va sauver notre agriculture locale, c'est ce que nous devons défendre, en bio comme en conventionnel. Mais c'est au producteur de convaincre le consommateur de la nécessité de consommer local. Pour cela, il doit être fier de ce qu'il fait et retrouver le lien direct avec le consommateur. Jusqu'à présent, ce rôle a été délégué à la grande distribution qui en profitait pour dicter des types de productions. Un dialogue est nécessaire entre le consommateur et le producteur, afin que chacun reprenne son rôle, que le distributeur ne soit pas le seul à décider de ce qui doit être produit et comment. Dans cette relation consommateur-producteur, Terroir Fribourg occupe la place centrale, l'association est là notamment pour redonner du sens au travail du paysan.

DB Terroir Fribourg est effectivement là pour soutenir les initiatives entrepreneuriales des producteurs et des artisans en étant le trait d'union entre eux et les consommateurs. Nous pourrions même aller plus loin et envisager une implication plus engagée

Sylvie Bonvin, welches Produkt würden Sie wählen: ein Kilo Spargeln, das aus dem Kanton Freiburg stammt, aber kein Bio-Label aufweist, oder ein Kilo Spargeln, das aus Spanien importiert wurde und ein Bio-Label aufweist?

SB Ich würde mich für die Spargeln aus lokaler Produktion entscheiden – sofern ich Vertrauen in die Produktionsweise habe. Eigentlich mag ich diese Frage, die uns oft gestellt wird, nicht wirklich, denn sie setzt «bio» und «konventionell» in Konkurrenz zueinander, obwohl wir uns in Tat und Wahrheit ergänzen. Die Kehrseite der Medaille: Wenn ein Konsument Bioprodukte aus dem Ausland kauft, so bedeutet das, dass er kein Vertrauen in die lokalen Produzenten hat, und das müsste diese Produzenten zum Nachdenken bringen. Es könnte allerdings auch sein, dass es zuwenige lokale Produzenten gibt, um die Nachfrage befriedigen zu können.

Bio und regional müssen sich nicht ausschliessen, aber die Produzenten zeigen sich zurückhaltend. Nur gerade 8% der Freiburger Betriebe sind bio-zertifiziert. Damit ist der Kanton gegenüber dem Schweizer Durchschnitt (14%) im Hintertreffen. Wie erklären Sie sich diesen Umstand?

SB Die Freiburger Produzenten haben den Vorteil, dass sie über starke lokale Produkte wie den Greyerzer AOP und den Vacherin Fribourgeois AOP verfügen. Die Sortenorganisationen haben den Markt gut gemanagt und die Produktion umweltfreundlich genormt. So gesehen stellt sich die Frage nach bio nicht so dringend. In den grossen Kulturlandschaften wie der Broye haben unsere Eltern noch von Hand die Felder bearbeitet und Unkraut gejätet... Das Aufkommen von Pestiziden wurde damals wie eine Befreiung gesehen. Es wäre damals niemandem in den Sinn gekommen, ihnen zu sagen, dass dieser «Fortschritt» die Menschen krank mache und die Natur zerstöre. Und das Umsteigen auf bio wäre in ihren Augen gleichbedeutend gewesen mit einem Rückschritt, sie hätten dafür kein Verständnis aufgebracht.

Manche Konsumenten konsumieren lokal aus Gewissensgründen. Welche Möglichkeiten sehen Sie, die Konsumenten zusätzlich zu sensibilisieren für die Notwendigkeit, lokal zu konsumieren?

DB Der Import von Produkten aus dem Ausland, seien diese nun bio oder nicht, ist eine Katastrophe für die Umwelt, besonders wegen dem Transport, der Kühlung und der Verpackung der Waren. Ich wäre dafür, diese Produkte zu besteuern und die Gelder aus dieser Ökosteuer anschliessend zu verteilen, und zwar nicht in der Schweiz, sondern in den Ländern, aus denen diese Produkte stammen, um dort die für das jeweilige Kulturland typischen Umweltherausforderungen angehen zu können. Aber der Konsument muss wissen, dass es ganz in seiner Nähe Produkte gibt, bio oder konventionell, die unter Respektierung der Umwelt angebaut oder verarbeitet werden.

SB Einverstanden! Die lokale Nähe wird unsere lokale Landwirtschaft retten – das ist es, was wir verteidigen müssen, im Biobereich wie auch beim konventionellen Anbau. Es ist aber Sache des Produzenten, den Konsumenten von der Notwendigkeit zu überzeugen, lokal zu konsumieren. Um das zu erreichen, muss er stolz sein auf das, was er tut, und er muss einen direkten Draht finden zum Konsumenten. Bisher wurde diese Rolle an die Grossverteiler delegiert, die das ausnutzten, um bestimmte Produktionsformen zu diktieren. Es muss ein Dialog stattfinden zwischen



de l'Etat afin de soutenir de nouvelles professions découlant de ces besoins de productions artisanales locales.

Vous parliez précédemment de fierté, celle du paysan pour son travail, sa terre, ses produits. Comment vos organisations respectives peuvent aider à la développer ?

SB Ce qui est arrivé en 2018 avec l'arrivée de l'AOP de la Cuchaule est un excellent exemple car son cahier des charges est intraitable sur l'origine des produits qui doit être fribourgeoise (excepté le safran, ndlr). J'ai reçu des demandes de plusieurs boulangers désireux de fabriquer de la Cuchaule AOP bio pour des produits certifiés comme des œufs, du beurre, du blé. Quand on est paysan et qu'on nous appelle en nous disant «Quelqu'un a besoin de tes œufs pour fabriquer un produit que tout le monde adore et qui fait l'image du canton de Fribourg», c'est cela redonner confiance aux producteurs.

DB Ce qui pourrait être vu comme une contrainte est en fait un moteur de développement ! Les paysans ont un avenir. Au lieu de voir ce qu'on ne peut pas faire, soyons plutôt ouverts à ce que l'on peut changer, faire évoluer. Terroir Fribourg a engagé depuis 2017 un nouveau label, la «Certification Terroir Fribourg». Une telle certification, contrôlée par un organisme externe, est importante pour montrer au consommateur l'ensemble des efforts effectués par les artisans pour mettre en avant les denrées provenant du canton de Fribourg. Tout cela forge la conscience du consommateur à qui revient la décision de l'acte d'achat final.



dem Konsumenten und dem Produzenten, damit jeder wieder seine Rolle übernehmen kann. Es darf nicht ausschliesslich Sache des Verteilers sein zu entscheiden, was produziert werden soll und wie. In dieser Beziehung Konsument-Produzent nimmt Terroir Fribourg eine zentrale Stelle ein, die Vereinigung ist insbesondere wichtig, um der Arbeit der Bauern wieder Sinn zu verleihen.

DB Terroir Fribourg ist tatsächlich da, um unternehmerische Initiativen der Produzenten und Verarbeiter zu unterstützen und die Rolle als Bindeglied zwischen ihnen und den Konsumenten wahrzunehmen. Wir könnten sogar noch weiter gehen und eine engagiertere Beteiligung des Kantons ins Auge fassen, um neue Berufe zu unterstützen, die aus den Bedürfnissen nach lokaler Lebensmittelproduktion und -verarbeitung heraus entstehen.

Sie haben vorhin vom Stolz gesprochen – dem Stolz des Bauern für seine Arbeit, seinen Boden, seine Produkte. Wie können Ihre Organisationen die Bauern dabei unterstützen, diesen Stolz zu entwickeln?

SB Was 2018 passiert ist mit der Zuteilung der AOP für die Cuchaule, ist ein hervorragendes Beispiel, denn das Pflichtenheft ist in Bezug auf die Herkunft der Produkte, mit denen die Cuchaule hergestellt werden darf, unmissverständlich: Die Produkte müssen zwingend aus dem Kanton Freiburg stammen [einzige Ausnahme bildet der Safran, Anm. d. Red.]. Ich habe Anfragen bekommen von mehreren Bäckern, die eine Cuchaule AOP bio herstellen möchten: Sie fragten nach zertifizierten Produkten wie Eiern, Butter, Getreide. Wenn jemand Bauer ist und ihm wird gesagt, da sei jemand, der seine Eier benötige, um ein Produkt herstellen zu können, das ausnahmslos alle gern haben und das beste Werbung für den Kanton Freiburg macht, dann baut das den Produzenten auf und gibt ihm das Vertrauen zurück.

DB Was auf den ersten Blick wie eine Einschränkung aussieht, ist in Tat und Wahrheit ein Motor für die Entwicklung! Die Bauern haben eine Zukunft. Anstatt sich darauf zu konzentrieren, was man nicht machen kann, sollten wir offen sein für das, was man verändern und entwickeln kann. Terroir Fribourg hat 2017 das neue Label «zertifiziert Terroir Fribourg» eingeführt. Eine derartige Zertifizierung, die von einem externen Organ kontrolliert wird, ist wichtig, um den Konsumenten über all die Anstrengungen informieren zu können, die Hersteller unternehmen, um Lebensmittel aus dem Kanton Freiburg fördern und an den Mann, resp. die Frau bringen zu können. Das alles formt das Bewusstsein der Konsumenten, der letztlich darüber entscheidet, was er kauft.

JOURNÉE DU TERROIR

TAG DES TERROIRS



Anne-Sophie Roulhier Marketing et Communication
Terroir Fribourg

A la fin du mois de mai, une journée thématique a été organisée au Marché des Chandines afin de présenter à la presse locale, aux médias et aux partenaires de l'Association, le programme de certification de Terroir Fribourg et les divers avantages à faire certifier les produits. La journée s'est déroulée dans un cadre convivial, au cœur de la Broye, en pleine période des récoltes des fraises et des asperges.

Le lieu n'a pas été choisi au hasard, puisque Anita et Rudy Ruegsegger sont des pionniers dans le domaine des produits du terroir et ont été des précurseurs en matière de certification des produits. Lors de la conférence de presse, Terroir Fribourg a eu l'honneur de compter sur l'intervention du nouveau chef de la Direction des institutions, de l'agriculture et des forêts (DIAF), M. Didier Castella, présent lors de son 2^e jour au gouvernement.

Suite à la partie officielle, une visite du domaine a été proposée aux invités et la matinée s'est terminée par un magnifique apéritif fribourgeois, organisé par la boulangerie Au Fournil de Seb.

La résonance de la journée a été positive et le bilan a réjoui notre Association, d'autant plus que les médias ont été nombreux à relayer le communiqué de presse.

Ende Mai wurde am Markt in Chandines ein Thementag organisiert, um der Lokalpresse, den Medien und den Partnern der Vereinigung das Zertifizierungsprogramm von Terroir Fribourg und die verschiedenen Vorteile einer Produktzertifizierung vorstellen zu können. Der Tag im Herzen des Broyegebiets verlief in einer angenehmen Atmosphäre, während die Erntezeit für Erdbeeren und Spargeln voll im Gange war.

Die Örtlichkeit war nicht zufällig ausgewählt worden, sind doch Anita und Rudy Ruegsegger Pioniere in Sachen Produkte aus dem Terroir und waren Wegbereiter der Produktzertifizierung. Anlässlich der Pressekonferenz hatte Terroir Fribourg die Ehre, Herrn Didier Castella, den neuen Vorsteher der Direktion der Institutionen und der Land- und Forstwirtschaft (ILFD), an seinem zweiten Amtstag begrüßen zu dürfen.

Nach dem offiziellen Teil stand für die Gäste ein Besuch des Hofes auf dem Programm. Der Morgen wurde abgerundet mit einem wunderbaren Freiburger Apéro, organisiert von der Bäckerei Au Fournil de Seb.

Der Tag stiess auf eine positive Resonanz und die Rückmeldungen freuten unsere Vereinigung – umso mehr, als zahlreiche Medien die Pressemitteilung abdruckten.

LA CUCHAULE,
LA 4^E AOP DU CANTON DE FRIBOURG

DIE CUCHAULE,
DIE 4. AOP DES KANTONS FREIBURG



Pierre-Alain Bapst Directeur | Direktor
Terroir Fribourg

Après le Gruyère AOP, le Vacherin Fribourgeois AOP et la Poire à Botzi AOP, la Cuchaule est la nouvelle Appellation d'Origine Protégée (AOP) fribourgeoise officiellement reconnue par la Confédération depuis le mois de mai 2018.

Assurément, 2018 restera dans les mémoires comme une année phare pour la Cuchaule, cette merveilleuse spécialité du terroir fribourgeois. Les premières Cuchaule estampillées AOP ont été mises en rayon pour la Bénichon 2018. A la fin de l'année 2018, 28 artisans ont déjà été certifiés pour la Cuchaule AOP. Terroir Fribourg félicite les membres du comité de l'Interprofession ainsi que toutes celles et ceux qui se sont engagés pour permettre ce succès.

La certification AOP contribue à amplifier le mouvement en faveur d'une alimentation authentique et naturelle. Le 1^{er} Concours de la Cuchaule AOP s'est déroulé le 31 octobre 2018 dans le cadre du Salon des Goûts et Terroirs, plus précisément en collaboration avec le Swiss Bakery Trophy. Après quelques mois, nous pouvons dresser un bilan très positif de l'arrivée sur le marché de la Cuchaule AOP. Un très vif intérêt et une émulation certaine sont en effet constatés auprès du public !

Terroir Fribourg se réjouit de poursuivre la promotion pour la Cuchaule AOP en collaboration avec les artisans boulangers et tous les acteurs de la filière !

Toutes les infos sur la Cuchaule AOP sous :
www.cuchauleaop.ch

Nach dem Greyerzer AOP, dem Freiburger Vacherin AOP und der Poire à Botzi (Büschelibirne) AOP reiht sich nun auch die Cuchaule offiziell in die Reihe der Freiburger AOP ein. Die Anerkennung durch den Bund erfolgte im Mai 2018.

2018 wird für die Cuchaule, diese wunderbare Spezialität aus dem Freiburger Terroir, zweifellos als ein herausragendes Jahr in die Annalen eingehen. Die ersten Cuchaules, die den Stempel «AOP» tragen durften, wurden anlässlich des Bénichon-Fests 2018 unter die Leute gebracht. Ende 2018 waren bereits 28 Erzeuger für die Cuchaule AOP zertifiziert. Terroir Fribourg beglückwünscht die Vorstandsmitglieder der Sortenorganisation und all jene, die mit ihrem Engagement zu diesem Erfolg beigetragen haben.

Die Zuteilung des Labels AOP trägt dazu bei, die Bewegung zugunsten einer authentischen und natürlichen Ernährung zu stärken. Der erste Wettbewerb der Cuchaule AOP ging am 31. Oktober 2018 im Rahmen des Salons des Goûts et Terroirs über die Bühne, in Zusammenarbeit mit der Swiss Bakery Trophy. Nachdem ein paar Monate vergangen sind, können wir eine sehr positive Bilanz über den Markteintritt der Cuchaule AOP ziehen. Beim Publikum jedenfalls konnte ein sehr reges Interesse festgestellt werden, die Cuchaule wird sicher weitere Anhänger finden!

Terroir Fribourg freut sich darauf, die Cuchaule AOP in Zusammenarbeit mit Bäckern und sämtlichen Akteuren der Lieferkette weiter zu fördern.

Sämtliche Informationen zur Cuchaule AOP unter:
www.cuchauleaop.ch



LES RESTAURANTS AGRÉÉS TERROIR FRIBOURG

VON TERROIR FRIBOURG ANERKANNTA RESTAURANTS



Jeanne Lutz-Simon Cheffe de projets | Projektleiterin

Dans le but de promouvoir les produits régionaux, GastroFribourg et l'association Terroir Fribourg ont créé en 2003 une charte destinée à mettre en valeur les restaurateurs dont l'établissement fait un effort particulier pour promouvoir les produits issus de la région. En 2018, nous avons accueilli cinq nouveaux restaurants partenaires qui valorisent les produits régionaux fribourgeois dans l'élaboration de leurs mets. Notre but est de travailler avec des restaurateurs convaincus, qui cuisinent le plus possible avec les produits locaux et de saison.

Au niveau de la communication vers le client, nous avons posé de nouvelles plaquettes à l'extérieur et une charte de qualité à l'intérieur des 27 établissements agréés Terroir Fribourg.

En 2019, nous désirons renforcer notre communication auprès du consommateur à l'aide des réseaux sociaux et de notre site internet. Nous souhaitons également renforcer la communication avec les acteurs du tourisme, notamment en éditant une brochure commune.

In der Absicht, regionale Produkte zu fördern, haben GastroFribourg und die Vereinigung Terroir Fribourg 2003 eine Charta formuliert. Sie hat das Ziel, Gastwirte hervorzuheben, deren Betriebe besondere Anstrengungen zugunsten von regionalen Produkten unternommen haben. 2018 wurden fünf neue Partnerrestaurants aufgenommen, die bei der Zubereitung ihrer Gerichte grossen Wert auf die Verwendung regionaler Freiburger Produkte legen. Unser Ziel ist es, mit Gastwirten zusammen zuarbeiten, die von der Sache überzeugt sind und so weit wie möglich mit lokalen und saisonalen Produkten kochen.

Was die Kommunikation mit den Kunden anbelangt, so haben wir in den 27 von Terroir Fribourg anerkannten Restaurants neue Plaketten sowie eine Qualitätscharta angebracht.

2019 möchten wir unsere Konsumenten mithilfe der sozialen Netzwerke und unserer Website vermehrt ansprechen. Weiter beabsichtigen wir, die Kommunikation mit Akteuren aus dem Bereich Tourismus zu verstärken, indem wir eine gemeinsam erarbeitete Broschüre herausgeben.



LA BÉNICHON DU PAYS DE FRIBOURG

DIE KILBI IM FREIBURGERLAND



Jeanne Lutz-Simon Cheffe de projet | Projektleiterin

L'édition 2019 de la Bénichon du Pays de Fribourg se tiendra du 6 au 8 septembre à Ecuwillens, dans la commune d'Hauterive (FR).

Quelques amoureux de la Bénichon et habitants du village ont créé en 2006 la société Bénichon & Tradition afin de relancer la Bénichon des campagnes. Depuis, c'est tout un village qui se mobilise pour organiser une fête magnifique qui attire à chaque édition un nombreux public. Cette tradition est très ancrée dans le village car, depuis 1969, la société de jeunesse d'Ecuwillens organise tous les dimanches de la Bénichon un cortège folklorique composé de troupes et de plusieurs chars décorés sur le thème des aventures politiques, sportives et médiatiques du moment.

Les temps forts seront sans doute la «Bénichon des Entreprises» le vendredi dans la cantine sur la place du village, les nombreuses cuchaules cuites au feu de bois dans le vieux four ainsi que le cortège du dimanche, à ne manquer sous aucun prétexte.

Comme chaque année le Marché du terroir sera à l'honneur ainsi que la Ferme de la Bénichon. Du côté des soirées, les visiteurs ne seront pas déçus, car à Ecuwillens on danse et on fait la fête! Bars et carrousels pour les plus jeunes mais surtout le bal du samedi soir qui est connu loin à la ronde...

La Bénichon du Pays de Fribourg est très heureuse de pouvoir collaborer avec la société Bénichon & Tradition pour l'édition 2019 et vous invite déjà à réserver la date dans votre agenda!

Die Ausgabe 2019 des Bénichon du Pays de Fribourg wird vom 6. bis 8. September in Ecuwillens / Gemeinde Hauterive (FR) über die Bühne gehen.

Ein paar Bénichon-Liebhaber und Bewohner des Dorfes gründeten 2006 die Gesellschaft Bénichon & Tradition, um das Bénichon-Fest auf dem Land wieder populär zu machen. Seither beteiligt sich das ganze Dorf an der Organisation eines tollen Festes, der Jahr für Jahr ein zahlreiches Publikum anlockt. Die Bénichon-Tradition ist im Dorf stark verankert, organisiert doch die Jugendvereinigung von Ecuwillens seit 1969 an jedem Bénichon-Sonntag einen Folkloreumzug mit Tieren und mehreren dekorierten Wägen, die Ereignisse aus Politik und Sport sowie aktuelle Themen aufs Korn nehmen.

Höhepunkte werden sicherlich das «Bénichon der Unternehmen» (am Freitag in der Festwirtschaft auf dem Dorfplatz), die vielen Cuchaules, die in alten Holzöfen gebacken werden, sowie der Umzug am Sonntag darstellen. Auf keinen Fall verpassen!

Wie jedes Jahr werden wieder ein Terroir-Markt und der Bénichon-Bauernhof auf dem Programm stehen. Auch für Abendunterhaltung ist gesorgt – schliesslich schwingt man in Ecuwillens gerne das Tanzbein und macht Party! Bars, ein Karussell für die Kleinsten und vor allem der weit über die Dorfgrenzen hinaus bekannte Ball am Samstagabend werden für Stimmung sorgen...

La Bénichon du Pays de Fribourg freut sich, für die Ausgabe 2019 mit der Gesellschaft Bénichon& Tradition zusammenarbeiten zu können und lädt Sie schon jetzt dazu ein, das Datum in der Agenda dick anzustreichen!



LA BÉNICHON

DU PAYS DE FRIBOURG

DIE KILBI

IM FREIBURGERLAND

ECUVILLENS – HAUTERIVE / FR
6-8 SEPTEMBRE 2019

www.benichon.org





NOTRE AMBASSADEUR UNSER BOTSCHAFTER

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.

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.

 **Terroir**
FRIBOURG

