

Granges-Paccot, den 1. März 2026

Medienmitteilung – Bilanz SIA 2026

Halb voll oder halb leer? Hier die Bilanz der Freiburger Moitié-Moitié in Paris.

Die Teilnahme von „Schweizer Käse“ an der Ausgabe 2026 des Salon International de l’Agriculture (SIA), die vom 21. Februar bis 1. März 2026 auf dem Gelände der Paris Expo – Porte de Versailles stattfand, fällt insgesamt gemischt aus.

Ein lachendes Auge! Wie seit 23 Jahren waren die „Schweizer Käse“ auch dieses Jahr wieder am SIA vertreten, im Bereich «Agricultures du Monde» – erstmals in Halle 7.1 aufgrund von Renovationsarbeiten in anderen Hallen. An einem warmen und einladenden Stand stellten das Team von Terroir Fribourg und Switzerland Cheese Marketing die grossen Klassiker des Schweizer Terroirs ins Zentrum: Le Gruyère AOP, Vacherin Fribourgeois AOP, Tête de Moine AOP sowie weitere Käsespezialitäten. Die Besucherinnen und Besucher konnten diese emblematischen Produkte entdecken und degustieren – insbesondere im Rahmen der echten Schweizer Fondue Moitié-Moitié, die im 120 Plätze umfassenden Mezzanin-Restaurant angeboten wurde, aber auch als Degustation und als «Hot Fondue» zum Mitnehmen.

Zudem gab es Verkaufs- und Degustationsstände mit Käse am Stück sowie – zum zweiten Mal in Folge – eine Wein-Käse-Degustation, organisiert von Swiss Wine. Für die musikalische Umrahmung sorgten zwei Schwyzerörgeli-Spieler mit traditioneller Musik. Le Gruyère AOP sowie Vacherin Fribourgeois AOP boten zudem ein Glücksrad an, das zur Belebung des Standes und zur Verkaufsförderung beitrug. Vor Ort produzierter Content ermöglichte es ausserdem, die Schweizer Präsenz breit über die sozialen Medien zu verbreiten.

Aber es gibt auch ein weinendes Auge... Die Ausgabe 2026 des Salon de l’Agriculture verzeichnete deutlich weniger Besucherinnen und Besucher als in den Vorjahren – ein Rückgang von rund 28 %, was etwa 170'000 Personen weniger entspricht. Dies wirkte sich spürbar auf die Konsum- und Kaufdynamik aus. Ein wesentlicher Grund dafür war das Fehlen der Rinder, die üblicherweise einen grossen Teil des Publikums anziehen. Ohne Kühe keine Milch – deshalb musste der Schweizer Stand auch auf die sonst sehr geschätzte Animation «wie auf der Alp» mit traditioneller Käseherstellung verzichten.

Trotz dieser Herausforderungen bleibt dieser Anlass ein wichtiges Schaufenster für die Promotion von Schweizer Käse in Frankreich, einem Schlüsselmarkt für die Branche. Er bietet die Möglichkeit, das Image der Schweizer Produkte zu stärken, sich mit anspruchsvollen Konsumentinnen und Konsumenten auszutauschen und wertvolle Geschäftskontakte zu knüpfen.

Standkontakt «Les Fromages de Suisse»

Yannick Etter, stellvertretender Direktor von Terroir Fribourg – yannick.etter@terroir-fribourg.ch