



Société coopérative « LAITERIE DE GRUYERES »

La Maison du Gruyère - 1663 Pringy-Gruyères

Rapport d'activité 2014



Présenté à l'assemblée générale du 6 mai 2015

Mesdames et Messieurs les porteurs de parts sociales,
Mesdames et Messieurs les invités,

Le rapport ci-après donne quelques informations sur la situation du marché laitier, du marché du Gruyère AOP et sur notre société coopérative. Cette année 2014 a été une année de consolidation des mises en place effectuées dès fin 2012. Elle a aussi permis de lancer les premières idées et de poser des bases pour permettre la germination de La Maison du Gruyère du futur.

1. Le Marché laitier, les producteurs de lait et les fromagers

La production laitière suisse a augmenté de 2.4 % en 2014 pour atteindre 3'511'000 tonnes, un record. Malgré la diminution du nombre d'exploitations laitières, les quantités ont augmenté, principalement en raison de l'évolution des structures de celles-ci. Cette hausse de la production a engendré une augmentation de l'offre et une forte pression sur les prix du lait industriel qui était de 65 cts /kg lait en 2014.



Le marché est fortement influencé par le niveau des livraisons de lait. Les prévisions 2015 ont une tendance à la baisse. La suppression des quotas dans l'Union européenne au 1er avril devrait entraîner, par la libéralisation du marché, une hausse de la production laitière. On peut cependant s'attendre à ce qu'elle soit freinée par les prix du lait qui sont bas.

Concernant les producteurs de lait livrant pour la fabrication de Gruyère AOP, la situation est restée partiellement stable. Malgré des stocks relativement importants, une forte demande est toujours constatée pour notre fromage.

Le prix du lait livré à Pringy pour le Gruyère AOP est resté très stable en 2014. Il était de 86.06 ct/kg tout au long de l'année. Ce prix est le prix brut payé au producteur, il comprend le supplément volume de 0.5 ct/kg.

Les livraisons de l'année 2014 des producteurs de lait attirés de la fromagerie de démonstration se sont élevées à 6'161'277 kg. (annexe 2) soit une augmentation de 2.5 % par rapport à 2013. 6'022'946kg ont été transformés en Gruyère AOP et Vacherin Fribourgeois AOP. Le solde, soit 138'331 kg, a été évacué vers l'industrie. Les livraisons de nos producteurs ont été supérieures durant les mois de février à juillet, en forte baisse pour août et septembre et à nouveau une hausse d'octobre à décembre. Le déséquilibre dans les livraisons mensuelles subsiste malgré les quantités semestrielles. Même si les conditions d'exploitations (alpage) ne permettent pas de corriger rapidement ce déséquilibre, il y aura lieu dans le futur de trouver une meilleure adéquation avec les capacités de transformation.

Le 28 février 2014 a été créée l'APLG (Association des Producteurs de lait de la Société coopérative « Laiterie de Gruyères »). Cette société est formée des producteurs livrant à Pringy. Elle a pour but de régler la gestion des quantités de lait en particulier et les relations entre les producteurs et la fromagerie.

La collaboration avec Jacques et Nicolas Ecoffey et leurs employés apporte entière satisfaction. Le fait d'assurer 3 à 4 fabrications journalières dont une l'après-midi est une contribution supplémentaire liée à la fromagerie de démonstration. En décembre 2014, des remerciements particuliers leurs ont été adressés pour leurs 10 ans d'engagement accompli.



La **moyenne des taxations** de la période d'octobre 2013 à septembre 2014 est à 18.67 points. Les taxations pour les mois de décembre 2013 à février 2014, ainsi qu'avril 2014 se sont élevées à 19 points. Nos fromagers peuvent être félicités pour leurs excellents résultats et encouragés à continuer dans cette voie.

2. Le Marché du Gruyère AOP

L'année 2014 est un excellent millésime pour Le Gruyère AOP. Ce noble fromage a poursuivi sa bonne présence sur les marchés étrangers avec un record d'exportation. Ce brillant résultat est complété par des ventes qui ont repris un certain volume au niveau national malgré la concurrence toujours plus forte de fromages importés et des autres fabrications.



Grâce à ces perspectives favorables, il a été possible d'accorder à chaque site 1% d'augmentation définitive de volume à produire. L'Interprofession poursuit la défense de la marque à travers le monde. Ce qui est important pour le soutien aux vendeurs dans ces régions. L'Interprofession continue une gestion stricte des quantités et de la qualité. Seule une qualité optimale est le garant d'une mise en marché sereine.

3. Administration de la société

3.1 Assemblée générale des porteurs de parts sociales

Cette assemblée a eu lieu le 6 mai 2014.



3.2 Conseil d'administration

Le conseil d'administration (annexe 4) a tenu 4 séances en 2014 pour aborder la marche de la société tant au niveau fonctionnel qu'au niveau financier, les relations avec les locataires et les producteurs. La gestion des quantités de lait et l'avenir de La Maison du Gruyère sont les éléments à relever particulièrement.

3.3 Commission de marketing

La commission de marketing a tenu 3 séances en 2014. Elle suit l'utilisation du budget dont dispose la gérante pour la publicité et les animations. La part du marketing est importante afin de faire connaître la Maison du Gruyère ou de rappeler son existence. Dans toutes les démarches Le Gruyère AOP joue un rôle central.

Elle est composée de Laure Rousseau (marketing-promotion à l'Interprofession du Gruyère), Catherine Merian-Bussard et Christine Raboud-Genoud (anciennes responsables marketing de La Maison du Gruyère), Christian et Eva Chassot pour Le Restaurant, Jacques ou Nicolas Ecoffey et Fabienne Porchet.

Elle a principalement travaillé sur l'adaptation à la nouvelle ligne graphique du Gruyère AOP pour les documents et visuels ainsi qu'au suivi de l'élaboration du nouveau site internet.

Elle a poursuivi la réflexion sur des ateliers et sur la diversification des animations.



3.4 Gestion de la société

Le président, le délégué à la fromagerie et la gérante ont tenu des séances sur le site avec les fromagers et producteurs, les locataires du restaurant, des entreprises en lien avec la gestion du bâtiment, entre autres.

Des assemblées ont réuni les producteurs de lait dans le cadre de l'Association des Producteurs de lait de la Société coopérative Laiterie de Gruyères (APLG).

Des discussions et des séances liées au parking comme au Plan d'aménagement local (PAL) de la commune de Gruyères ont également été suivies.

3.5 Commission fromagerie

Cette commission a siégé **5 fois** en 2014. Elle examine surtout les problèmes concernant la vente du lait, son transport, la qualité du lait et les procédures de contrôle, la transformation du lait et les relations entre producteurs et fromagers. Elle suit attentivement les problèmes techniques qui se posent à la fromagerie.

Elle est composée de trois producteurs membres du conseil d'administration soit Cédric Pharisa, Nicolas Pythoud et Charly Rime, des fromagers Jacques et Nicolas Ecoffey, de Philippe Bardet et de Fabienne Porchet.

3.6 Personnel

Le personnel actuellement au service de la Société coopérative est composé de 25 collaboratrices et 1 collaborateur correspondant à env. 12 équivalents plein-temps soit :



- 2 peseuses de lait (Lessoc) – 1 employée (Enney)
- 1 gérante à 100%
- 1 secrétaire : administration, facturation et planning du personnel à 40%
- 5 hôtesse à temps partiel dont 2 hôtesse avec un % lié à l'animation et aux tâches de bureau
3 hôtesse temporaires
- 6 vendeuses-caissières entre 100 et 60%,
2 vendeuses auxiliaires et 5 vendeuses temporaires
- 1 concierge à temps partiel



La Fédération des Sociétés fribourgeoises de laiterie (FSFL), par Mme Véronique Chassot, apporte un support à la comptabilité.



4. Publicité et accueil des visiteurs

Les entretiens et réparations de la partie accueil des visiteurs se sont élevés à Fr. 44'718.-. Une partie des audio-guides a été renouvelée et ils sont maintenant disponibles en 7 langues supplémentaires soit 13 langues au total en audio et 6 langues en version papier. Les dzaquillons des hôtes ont été en partie changés.

Les dépenses consacrées à la **promotion**, à **l'animation** et à la **publicité** se sont élevées à Fr. 140'392.-. 50% concerne des annonces destinées aux caristes, aux écoles et au tourisme en Suisse, en Allemagne, en France et en Angleterre. 15% concerne des actions de marketing coordonnées en partenariat avec les organismes touristiques cantonaux et régionaux comme aussi avec les prestataires de la région par exemple pour une présence à l'aéroport de Zürich mais également avec Le Gruyère AOP, le groupe marketing de Gruyères cité, l'Association des Musées en Gruyère. 25% concerne des frais de graphisme, un nouveau prospectus et le nouveau site internet. 10% concerne les animations.

Les fabrications au feu de bois, les ateliers pour les enfants à Pâques et à Noël, le cycle de films de Terroirs d'ici et d'ailleurs, la journée du lait, la quinzaine artisanale en automne et l'exposition de François de Poret ont rencontré un franc succès. La première nuit des Musées de l'Association des Musées a eu lieu début novembre avec comme thème « Les Musées mettent le feu ». Christian Chassot a animé un atelier avec une recette au Gruyère AOP pour le BBQ.



L'Interprofession du Gruyère a soutenu la promotion au travers de Switzerland Cheese Marketing par une contribution de plus de Fr. 400'000.- payée à 50/50, à titre de participation aux dépenses de la publicité en faveur du Gruyère. Chaque visiteur reçoit par exemple une barquette de dégustation. Ce poste a coûté Fr. 228'649.- pour 2014. En contrepartie de ce soutien, nous affichons sur nos divers supports publicitaires comme aussi aux portes d'entrées de la fromagerie une bande rouge de ralliement aux fromages de suisse. La ligne graphique de promotion du Gruyère AOP est suivie de près pour renforcer le message avec la présence du logo et du produit.

DÉCOUVRIR LE GRUYÈRE AOP ET TOUS SES SECRETS !

LA MAISON DU GRUYÈRE
FROMAGERIE DE DÉMONSTRATION

Exposition interactive : "Le Gruyère AOP, voyage au coeur des sens"
Fabrication du fromage : entre 9h00 et 11h00 et entre 12h30 et 14h30

Ouvert tous les jours
de 9h00 à 19h00 (18h00 d'octobre à mai)
Le Restaurant - Le Marché Gruérien

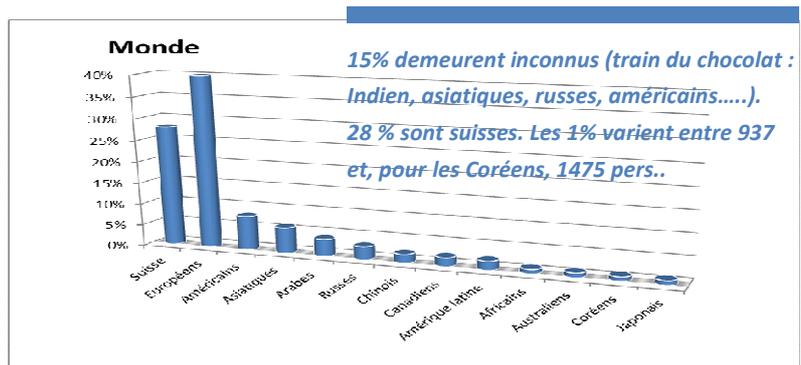
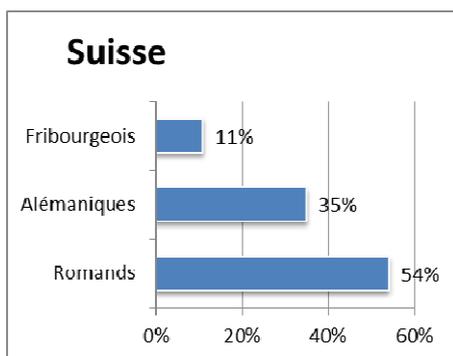
LA MAISON DU GRUYÈRE - CH-1663 Pringy-Gruyères - Tél ++41 (0)26/921 84 00
www.lamaisondugruyere.ch

Notre Fromage Suisse. +

Les hôtesses offrent un accueil professionnel et de qualité sept jours sur sept. Elles sont à l'écoute des informations de la filière et de la région et informent les visiteurs en 3, voire 4 langues, tant sur Le Gruyère AOP que sur toutes les questions liées au tourisme.

Le site de La Maison du Gruyère a accueilli 633'641 visiteurs dont 159'075 ont visité l'exposition (annexe 1). Cela représente une augmentation de 4.2 % des entrées payantes par rapport à l'exercice 2013. Le produit brut des entrées s'est élevé à Fr. 780'908.- soit un prix moyen stable de Fr. 4.91 par visiteur. Par ce résultat la Commune de Gruyères a reçu des taxes sur les entrées pour un montant de Fr. 55'837.

Avec les nouvelles caisses informatisées, il est possible d'obtenir des statistiques plus précises de la provenance des visiteurs de l'exposition « Le Gruyère AOP, voyage au cœur des sens ».



De nombreux journalistes de la presse écrite, radiophonique ou télévisuelle sont accueillis à La Maison du Gruyère. Jacques et Nicolas Ecoffey ainsi que leurs employés y contribuent activement en leur parlant de leur métier et en leur faisant partager leur savoir-faire et leur passion. Des remerciements leur sont adressés pour leur disponibilité.

5. Restaurant et Marché gruérien

Nos vitrines du Gruyère AOP et des produits du terroir répondent aux critères qui avaient été déterminés dans les cahiers des charges. Le Restaurant de La Maison du Gruyère, avec Christian et Eva Chassot qui assument avec cœur et professionnalisme leurs rôles d'ambassadeur du Gruyère, et le Marché gruérien, où l'achalandage varié et de qualité répond aux attentes des visiteurs.

Au restaurant, La carte comme les menus du jour très variés font la part belle au Gruyère AOP et à la cuisine du terroir avec une touche de créativité et une régularité dans la qualité toujours appréciées. Le bouche à oreille fonctionne aussi car le nombre de personnes choisissant un forfait incluant la visite ainsi qu'un apéritif ou un repas à plus que doublé. La clientèle locale est stable et fidèle. La bûche a été reconduite avec le même succès.



La collaboration est fructueuse et porteuse d'idées. La recette du mois du Gruyère AOP est présentée à la fin de la visite et peut être dégustée au restaurant. Les menus de la semaine sont communiqués et mis à jour sur le site internet.

La **gestion du Marché gruérien par la Société coopérative** est très satisfaisante. L'achalandage varié permet de réaliser une marge brute intéressante. Le chiffre d'affaire le plus important est réalisé par la vente de fromage. A noter que plus de CHF 7'000.- de Gruyère AOP sont offerts en dégustation. La part des produits estampillés Gruyère AOP offre aussi une visibilité intéressante au produit.



Le personnel du marché gruérien a poursuivi sa formation à l'école du fromage. Les vendeuses sont à l'écoute des informations leur permettant de servir au mieux nos hôtes. Elles portent une attention constante sur la présentation et la qualité des produits comme sur l'aménagement et l'entretien du Marché gruérien. Il est important de maintenir un caractère convivial en veillant à une bonne visibilité des différentes offres.

6. Finances de la société

Le conseil d'administration propose d'attribuer le **bénéfice 2014** dans son entier à un fond de réserve pour rénovations futures. Il s'élève à **Fr. 225'855.89** après amortissements et provision pour investissements futurs.

Des **amortissements** à hauteur de **Fr. 424'455.10** ont pu être réalisés en 2014. Dans une perspective sur 10 ans, il y aura lieu de procéder à des amortissements d'au minimum de Fr. 369'71.10 par année.

L'état des actifs permet d'assurer l'entretien des installations et du bâtiment tout en gardant une prudence de rigueur liée au contexte économique global comme au fait que nos structures de plus de 15 ans nécessitent de plus en plus de réparations. Le montant total des **dépenses d'entretien** s'élève à **Fr. 303'327.-** contre Fr. 279'600.- en 2013. Fr. 142'469.- correspondent aux frais d'entretien de la fromagerie et des locaux de coulage. La conciergerie et l'entretien du bâtiment s'élèvent à Fr. 58'406.-. Fr. 10'810.- sont pour l'entretien du magasin et Fr. 46'924.- sont pour l'entretien du restaurant où l'éclairage a été repensé. Une attention particulière est toujours portée à l'image globale de La Maison du Gruyère par un entretien régulier.

Des **investissements de Fr. 68'354.10** ont été réalisés en 2014 pour les nouveaux éléments de la place de jeux, les voiles solaires de la terrasse et les nouveaux audio-guides.

A fin 2014, l'**hypothèque** s'élève encore à **Fr. 1'960'000.-** et les prêts à **Fr. 976'616.-**.

Les montants suivants ont été remboursés:

• Hypothèque	Fr.	200'000.00
• Crédit d'investissement et Fond rural	Fr.	64'276.00
• Loi d'investissement en région de montagne (LIM)	Fr.	74'456.00
• Union fribourgeoise des artisans fromagers	Fr.	4'925.00

soit au total

Fr. 343'657.00

Le capital social est demeuré identique à celui de 2008 soit **Fr. 1'972'000.-**.

7. Considérations finales

La Maison du Gruyère répond 7 jours sur 7 tout au long de l'année à une mission de grande importance : être la vitrine interactive entre le public gourmand de mieux connaître Le Gruyère AOP et tous les membres de la filière du Gruyère qui, chaque jour nous offre un produit exceptionnel grâce à leur savoir-faire.

Chaque personne, producteurs, fromagers, affineurs permet par la qualité de son travail d'obtenir des produits de valeur comme Le Gruyère AOP et le Vacherin Fribourgeois AOP fabriqués sur le site. Il est réjouissant de constater les bonnes taxations obtenues par les fromagers de Pringy.

Pour garantir une utilisation optimale des cuves en transformant la totalité du quota de fromage comme aussi pour les visiteurs, les quantités de lait livrées à la fromagerie doivent être réparties plus régulièrement tout au long de l'année et permettre quatre fabrications, trois en été.

L'attractivité cumulée des sites d'intérêts touristiques de la Gruyère perdure avec une légère augmentation de nos visiteurs. Le rayonnement de La Maison du Gruyère par son produit d'exception dont elle est l'ambassadrice, par la qualité de son exposition interactive en fait un des lieux les plus visités de Suisse romande. Pour le demeurer, il est important de rester toujours vigilant, de privilégier les liens existants comme d'en créer de nouveaux.

De multiples synergies existent entre la fromagerie, les acteurs touristiques et l'Interprofession du Gruyère. Des remerciements sont adressés à La Gruyère Tourisme, à l'Union Fribourgeoise du Tourisme, à Suisse Tourisme et à Switzerland Cheese Marketing pour les voyages de presse proposant la découverte de La Maison du Gruyère et pour leur importante collaboration à la visibilité de notre région et de la fromagerie. Des remerciements tout particuliers vont à l'Interprofession du Gruyère pour le soutien actif et la collaboration fructueuse tout au long de l'année.

Avec les remous socio-économiques que nous connaissons, nous espérons que cette situation puisse bien sûr se poursuivre. Le défi d'une nouvelle Maison du Gruyère prend tout son sens aussi dans ce contexte où nous devons rester compétitifs et attractifs.

Nous ne devons pas attendre non plus cette échéance pour le rester. L'été passé une nouvelle place de jeux sur le thème de la vache a été inaugurée. Le restaurant est éclairé par de nouveaux luminaires très originaux. L'exposition est toujours actualisée. L'outil de transformation du lait et les infrastructures doivent demeurer adaptés tant aux attentes de la filière du Gruyère AOP que des visiteurs en provenance du monde entier.



Au terme de ce rapport, il y a lieu de remercier les producteurs de lait, les fromagers, le personnel de la Société coopérative et les personnes travaillant sur le site, les membres du conseil d'administration et des commissions, les porteurs de parts sociales, ainsi que les différents partenaires de la Maison du Gruyère.

Au nom du conseil d'administration

La gérante : **Fabienne Porchet**, avec les contributions de **Philippe Bardet**, Président et **Cédric Pharisa**, Vice Président délégué à la fromagerie et Président de l'APLG