



## Étude sur la valeur ajoutée - Importance socio-économique du Raclette du Valais AOP en Valais



Auteurs : Gisela Murer, Ashley Allemann-Young, Thomas Blättler, David Raemy  
Zollikofen, 15 décembre 2025

**Haute école spécialisée bernoise**

Haute école des sciences agronomiques, forestières et alimentaires, Zollikofen

# Table des matières

	1
Table des matières	2
Abréviations et définitions	4
Résumé 5	
1 Situation initiale et objectif	6
2 Méthode	6
3 Raclette du Valais AOP et les acteurs de l'interprofession	7
3.1 Raclette du Valais AOP	7
3.2 Les acteurs de l'interprofession	7
3.2.1 Producteurs de lait	7
3.2.2 Fromageries et fromageries d'alpage	9
3.2.3 Affineurs	10
4 Chaîne de valeur directe et valeur ajoutée générée par le Raclette du Valais AOP	12
4.1 Structure de la chaîne de valeur ajoutée directe du Raclette du Valais AOP	12
4.1.1 Explications sur la structure de la chaîne de valeur ajoutée directe	14
4.2 Chaîne de valeur ajoutée adaptée du Raclette du Valais AOP avec indication des quantités	17
4.2.1 Explications complémentaires concernant la chaîne de valeur ajoutée directe adaptée	19
4.3 Valeurs monétaires	19
4.3.1 Prix du lait	19
4.3.2 Prix de vente du fromage affiné	20
4.4 Définition du terme « valeur ajoutée »	20
4.5 La valeur ajoutée du Raclette du Valais AOP	21
4.6 Valeur ajoutée indirecte	23
5 Valeurs ajoutées non monétaires	24
5.1 Notion de valeur ajoutée non monétaire	24
5.2 Concept de la logique d'impact	25
5.3 Résultats	25
5.3.1 Activités	25
5.3.2 Groupes cibles	26
5.3.3 Valeurs ajoutées non monétaires (effets)	27
5.4 Résumé et conclusion	28
6 Conclusion	30
7 Bibliographie	30
Remerciements	30

## Liste des figures

Figure 1 : exploitations laitières RdV classées par ordre croissant en fonction de la surface agricole utile, 2024, source : Service de l'agriculture 2025.	8
Figure 2 : exploitations laitières RdV classées par ordre croissant en fonction de la quantité de lait produite, 2024, source : Service de l'agriculture 2025.	9
Figure 3 : nombre de fromageries d'alpage et de fromageries, 2023	9
Figure 4 : part de la quantité de fromage produite par les différents groupes de fromageries de Raclette du Valais AOP, 2023	10
Figure 5 : fromageries certifiées (à gauche) et fromageries d'alpage certifiées dans le canton du Valais (à droite)	10
Figure 6 : structure de la chaîne de valeur directe du Raclette du Valais AOP. 2023	13
Figure 7 : utilisation du lait AOP valaisan, 2023	14
Figure 8 : transformation de la quantité de lait en fromage Raclette du Valais AOP par fromagerie, 2023	14
Figure 9 : production de fromage Raclette du Valais AOP par fromagerie, 2023	15
Figure 10 : canaux de distribution des fromageries	16
Figure 11 : activités des fromageries dans le secteur tertiaire	17
Figure 12 : chaîne de valeur ajoutée directe adaptée Raclette du Valais AOP, 2023	18
Figure 13 : définition de la valeur ajoutée brute	20
Figure 14 : valeur ajoutée brute et marge brute	21
Figure 15 : valeur ajoutée du Raclette du Valais AOP, 2023	22
Figure 16 : valeur ajoutée du fromage RdV AOP par kg de poids final par secteur, 2023	23
Figure 17 : coûts proportionnels de la production laitière des exploitations RdV, 2023.	24
Figure 18 : schéma du modèle d'impact pour les plus-values non monétaires	25

## Liste des tableaux

Tableau 1 : données structurelles de 285 des 339 producteurs laitiers RdV pour l'année 2024 (source : Service de l'agriculture, 2025), valeurs moyennes et médianes comparées aux chiffres de référence des exploitations laitières suisses, région de montagne (sources Schmid et al. 2024, MISTA 2024)	8
Tableau 2 : Employés, équivalents temps plein et masse salariale dans la production laitière RdV et les fromageries RdV, 2023	11
Tableau 3 : Recettes laitières moyennes pondérées et suppléments en centimes/kg, 2023	19
Tableau 4 : prix de vente du fromage affiné au kg, 2023	20
Tableau 5 : Activités spécifiques à l'interprofession sur la base du cahier des charges de Raclette du Valais AOP	25
Tableau 6 : Groupes cibles bénéficiant des plus-values non monétaires de Raclette du Valais AOP	27
Tableau 7 : d'effets concernant les plus-values non monétaires du Raclette du Valais AOP avec des activités et des groupes cibles spécifiques	28

## Abréviations et définitions

Fromageries d'alpage	Fromageries situées dans la région d'estivage
ALPGOLD	Coopérative des producteurs de fromage valaisans
AOP	Appellation d'origine protégée
B2B	Business to Business : vente destinée à la revente commerciale
B2C	Business to Consumer : vente aux consommateurs
CHF	Franc suisse
Poids final	Poids de vente du fromage affiné, poids en bain de sel moins les pertes de stockage
Coûts externes	Coûts directs et coûts de structure externes ; coûts comptables issus du compte de résultat
Fromage destiné à la consommation	Fromage affiné ; poids du fromage au moment de la vente
UGB	Unités de gros bétail
Ha	Hectares
HAFL	Haute école des sciences agronomiques, forestières et alimentaires (Haute école spécialisée bernoise)
PME	Petites et moyennes entreprises
SAU	Surface agricole utile
Prix du lait, pondéré	Prix du lait pour les acheteurs de lait (fromageries)
Recettes laitières, prix à la production	Recettes des producteurs laitiers, y compris les suppléments
Mio	Millions
RdV, RdV AOP	Raclette du Valais AOP
Poids en saumure, « fromage en saumure »	Poids frais du fromage sorti du bain de sel, fromage avec poids en bain de sel
TSM	TSM Solutions GmbH (anciennement : TSM Treuhand GmbH) ; remplit des tâches d'exécution en matière de droit agricole pour le compte de l'Office fédéral de l'agriculture
ZA	Dépouillement centralisé, statistiques sur les revenus, Agroscope (Schmid et al. 2024)
Suppléments	Toutes les allocations liées au lait et à la transformation, à savoir : supplément pour le transport, supplément de non-ensilage et supplément pour le lait transformé en fromage

## Résumé

MURER Gisela, ALLEMANN-YOUNG Ashley, BLAETTLER Thomas, RAEMY David. - Importance socio-économique du Raclette du Valais AOP en Valais

La dénomination « Raclette du Valais AOP » (RdV AOP) est à la fois une appellation d'origine protégée et le nom de l'interprofession qui, depuis 2009, œuvre à la promotion de la qualité et des ventes, à la planification et à la régulation de la production, ainsi qu'à la défense des intérêts de la branche. La présente étude a été commandée afin d'examiner de manière externe l'importance socio-économique du Raclette du Valais AOP. Ce mandat a été confié à la Haute école des sciences agronomiques, forestières et alimentaires BFH-HAFL de Zollikofen.

Au cours de l'année étudiée (2023), Raclette du Valais AOP comptait 339 producteurs de lait, 25 fromageries, 3 transformateurs à la ferme et 53 fromageries d'alpage. La quantité de lait produite pour la transformation s'élevait à 18 860 642 kg, la quantité de fromage produite dans les fromageries à 1 648 519 kg et celle produite dans les alpages à 379 000 kg (poids en bain de sel). La valeur ajoutée directe totale générée en 2023 par la production laitière, la transformation en fromage, l'affinage et la vente du Raclette du Valais AOP s'élevait à 48,6 millions de CHF sans les suppléments laitiers et à 52 millions de CHF avec les suppléments laitiers. Cette valeur ajoutée se répartit, en tenant compte des suppléments laitiers, à 44 % pour les producteurs de lait, à 39 % pour les fromageries et les fromageries d'alpage (y compris l'affinage) et à 17 % pour la vente. Au total, 248 employés équivalents à temps plein sont employés ( $\geq$  450 employés) dans l'agriculture et les fromageries, pour une masse salariale de 15,3 millions de CHF. À cela s'ajoutent potentiellement 320 travailleurs agricoles familiaux, ce qui correspond à environ 570 employés à temps plein. Les revenus générés par la main-d'œuvre familiale dans les exploitations agricoles devraient s'élever à environ 13 millions de CHF, ce qui correspond à une valeur ajoutée totale de 28 millions de CHF pour la rémunération du travail lié à la production, à la transformation et au stockage du fromage. Sur la base des 18 861 tonnes de lait RdV-AOP transformées dans les fromageries, cela représente une rémunération générée de près de 1,50 CHF par kg de lait. En plus de la valeur ajoutée directe, les producteurs de lait et les fromageries contribuent à une valeur ajoutée locale indirecte supplémentaire de plusieurs millions de CHF par le biais d'investissements et de dépenses liées à la production.

La chaîne de valeur ajoutée du Raclette du Valais AOP et les activités de l'interprofession génèrent de nombreuses plus-values non monétaires. La réputation nationale et internationale du Raclette du Valais AOP en tant que fromage de qualité supérieure constitue un exemple de cette valeur ajoutée non monétaire. De plus, le Raclette du Valais AOP est un vecteur d'image authentique et fait partie intégrante de l'identité régionale du canton du Valais. L'expérience culinaire, avec sa valeur ajoutée conviviale, y est étroitement liée. Enfin, le Raclette du Valais AOP offre également une stratégie de création de valeur ajoutée pour l'agriculture et l'économie alpestre basées sur les prairies, contribuant ainsi à préserver et à entretenir le paysage culturel alpin. Toutes ces valeurs ajoutées non monétaires profitent à d'autres secteurs économiques du canton du Valais, notamment au tourisme, mais aussi à l'agriculture valaisanne et aux PME locales actives dans le domaine de la transformation et de l'affinage du fromage. En fin de compte, c'est tout le canton qui profite d'une marque authentique comme « Raclette du Valais AOP ».

# 1 Situation initiale et objectif

Raclette du Valais AOP (RdV AOP). Depuis 15 ans, cette spécialité fromagère valaisanne est commercialisée à l'échelle nationale et internationale sous l'appellation d'origine protégée « Raclette du Valais AOP ». L'interprofession Raclette du Valais AOP souhaite mettre en évidence l'importance socio-économique de cette spécialité fromagère dans le canton du Valais à l'aide d'une étude.

À cette fin, l'étude prévoit :

- d'évaluer **la valeur ajoutée directe au sein de la chaîne de valeur** ajoutée du Raclette du Valais AOP. Il s'agit ici d'évaluer les prestations fournies par les producteurs de lait, les fromageries, les fromageries d'alpage et les affineurs dans le cadre de la fabrication du fromage.
- de déterminer **la valeur ajoutée indirecte**. Il s'agit ici d'évaluer les prestations nécessaires à la fabrication du fromage, mais fournies par des entreprises extérieures à l'interprofession. Il s'agit notamment des investissements dans les bâtiments agricoles, les fromageries et les caves d'affinage.
- de présenter l'importance économique régionale de la chaîne de valeur ajoutée pour le canton du Valais, l'économie et le tourisme. Il s'agit ici d'une description **qualitative** d'aspects **non monétaires** tels que l'impact sur l'image du canton du Valais.

## 2 Méthode

Les données relatives aux fromageries ont été recueillies au moyen d'entretiens téléphoniques. Les fromageries interrogées représentent plus de 86 % de la quantité produite de fromage Raclette du Valais AOP.

Des entretiens ont également été menés avec des affineurs et des responsables d'Alpgold (entrepôt central d'affinage pour les fromages valaisans, coopérative de fromageries).

Ces entretiens ont été réalisés entre février 2025 et juin 2025.

Les résultats ont été complétés par des analyses des sites Internet des fromageries concernées.

Pour l'évaluation et la modélisation des données des producteurs laitiers, l'Office de l'agriculture du canton du Valais a fourni des données structurelles anonymisées sur les surfaces, le nombre d'animaux, la production laitière et les paiements directs des exploitations RdV, qui ont été regroupées en trois groupes selon la classification par taille de l'évaluation centrale (ZA, Schmid et al. 2024) en trois groupes selon les unités de gros bétail (UGB) et ont ensuite été traitées.

En plus de ces données, 30 exploitations sélectionnées au hasard ont été contactées, dont 26 ont pu être interrogées lors d'entretiens téléphoniques sur la structure de l'exploitation, la production laitière, les recettes laitières et l'économie alpestre.

Avec les informations sur les quantités de lait transformées et de fromage produit dans les fromageries et les fromageries d'alpage (TSM 2023), les données structurelles de l'Office de l'agriculture et les évaluations comptables de référence de l'évaluation centrale (Schmid et al. 2024), la structure des prestations et des coûts a été modélisée pour les trois groupes principaux classés par taille (10-20 UGB : 84 exploitations ; 20-40 UGB : 101 exploitations ; 40 UGB et plus : 51 exploitations), soit 339 exploitations au total. Les données décisives pour les principaux postes de prestations et de coûts ont été fournies à la fois par les entretiens avec les producteurs de lait et par ceux avec les transformateurs. Afin de refléter le plus fidèlement possible la situation opérationnelle spécifique des exploitations RdV, la structure des prestations et des coûts a été pondérée en fonction du regroupement spécifié par le dépouillement centralisé.

Les prestations et les coûts pertinents pour l'économie alpestre ont été déduits des informations obtenues lors des entretiens et des bases de données internes de la HAFL sur les calculs des coûts complets des exploitations alpestres (Blättler et al. 2013, Feller et al. 2025). Il a été tenu compte du fait que ces coûts et prestations sont déjà pris en compte dans la comptabilité des exploitations sous la forme de redevances d'estivage payées par les producteurs et de recettes provenant de la vente de fromage d'alpage.

Les quantités indiquées sont basées sur les rapports de production transmis à la TSM par les fromageries et les fromageries d'alpage en 2023.

La partie consacrée aux plus-values non monétaires repose, d'une part, sur des réflexions et des analyses conceptuelles et, d'autre part, sur des entretiens semi-structurés avec des experts. La partie conceptuelle comprenait l'étude de la littérature et des études pertinentes. Les entretiens ont été menés selon les normes des sciences sociales et ont principalement servi à valider la partie conceptuelle.

Au total, neuf représentants des organisations suivantes, issues de l'environnement proche et lointain de Raclette du Valais AOP, ont été interviewés en septembre 2025 :

- Interprofession Raclette du Valais AOP
- Valais Promotion
- Chambre valaisanne d'agriculture (CVA)
- Chambre valaisanne du tourisme (CVT)
- Association valaisanne des hôteliers (AHV)
- Association suisse des AOP et IGP
- Fromarte
- Switzerland Cheese Marketing (SCM)

Les entretiens ont été réalisés en ligne sur la base d'un guide d'entretien, puis résumés en fonction de leur contenu.

## 3 Raclette du Valais AOP et les acteurs de l'interprofession

La présence du fromage en Valais est attestée depuis le IV<sup>e</sup> siècle avant J.-C. À l'époque romaine, le fromage d'alpage était déjà réputé. Entre le XIV<sup>e</sup> et le XIX<sup>e</sup> siècle, le fromage était souvent utilisé comme moyen de paiement, rémunération ou produit d'exportation.

En 1574, la fonte du fromage était déjà connue en Valais et mentionnée pour la première fois par écrit. Le nom « Raclette » a été utilisé dans la langue écrite à partir de 1874 pour désigner le fromage du même nom, mais il était déjà courant dans le dialecte local auparavant.

### 3.1 Raclette du Valais AOP

Le Raclette du Valais AOP est un fromage à pâte mi-dure, gras, au lait cru de vache. Après trois mois d'affinage, le fromage est prêt à la consommation.

Après dix ans de bataille juridique, le Tribunal fédéral a décidé en 2007 que la dénomination « Raclette du Valais » serait enregistrée en Suisse en tant qu'appellation d'origine protégée (AOP). En 2011, dans le cadre des accords bilatéraux avec l'UE, la dénomination « Raclette du Valais AOP » a également été protégée en Europe.

En 2009, l'interprofession Raclette du Valais AOP a été fondée par les producteurs de lait, les fromageries, les fromageries d'alpage et les affineurs valaisans. L'organisation a commencé ses activités opérationnelles au début de l'année 2010. Un cahier des charges strict définit toutes les exigences relatives à la production et à la commercialisation du Raclette du Valais AOP. La production laitière, la transformation et l'affinage du Raclette du Valais AOP ont lieu exclusivement dans le canton du Valais.

La végétation et le climat particuliers du canton du Valais ont une influence directe sur la flore et les composants naturels du lait. La transformation traditionnelle du lait cru entier dans des cuves en cuivre, suivie d'un affinage sur des planches de sapin brut, confère à le Raclette du Valais son arôme typique de beurre frais et de crème fraîche.

### 3.2 Les acteurs de l'interprofession

#### 3.2.1 Producteurs de lait

En 2023, 339 exploitations étaient affiliées à l'interprofession Raclette du Valais AOP (dont 170 exploitations à titre principal et 163 à titre accessoire). Les données structurelles de 285 d'entre elles ont pu être évaluées. Elles présentent des écarts spécifiques par rapport aux chiffres de l'évaluation centrale (Schmid et al. 2024) (Tableau 1). Ainsi, l'exploitation moyenne, avec 30,9 ha, est plus grande

d'environ 6 hectares, mais compte 18,5 vaches laitières, soit environ 2 vaches laitières de moins que la moyenne suisse de référence, et produit nettement moins de lait. Il en résulte une production laitière moyenne plutôt modeste d'environ 75 000 kg par exploitation, l'exploitation médiane produisant encore nettement moins de lait. Cette répartition inégale est très bien illustrée dans Figure 1 et Figure 2. Il est frappant de constater qu'environ trois quarts des exploitations produisent moins de 100 000 kg de lait par an et que le quart restant commercialise environ deux tiers du lait RdV. Les exploitations RdV sont certes relativement grandes par rapport à la moyenne suisse, mais elles élèvent moins d'animaux par surface, qui produisent moins de lait par vache.

Tableau 1 : données structurelles de 285 des 339 producteurs laitiers RdV pour l'année 2024 (source : Service de l'agriculture, 2025), valeurs moyennes et médianes comparées aux chiffres de référence des exploitations laitières suisses, région de montagne (sources Schmid et al. 2024, MISTA 2024)

			Exploitation RdV AOP			Référence	
			Tous	Classe de taille		Region d. montagne "vaches laitières"	
				10-20 UGB	20-40 UGB		> 40 UGB
<i>Nombre d'exploitation</i>			285	84	101	51	201
Production laitière	Moyenne	kg /Exploitation	74'267	32'347	78'336	195'068	126'186
	Median <sup>1)</sup>	kg /Exploitation	46'698	24'825	77'266	161'461	
Surface utile	Moyenne	ha	30.9	19.7	36.0	52.6	24.8
	Median	ha	26.8	18.7	34.1	46.6	
UGB laitières	Moyenne	UGB	26.2	14.8	28.2	56.4	26.9
	Median	UGB	20.7	15.0	28.0	51.8	
Vaches laitières	Moyenne	Vaches	18.5	10.4	20.3	38.4	20.5
	Median	Vaches	14.6	10.5	20.6	35.7	

<sup>1)</sup> La médiane représente l'exploitation qui se situe exactement au milieu de toutes les valeurs. Contrairement à la moyenne, la médiane n'est pas influencée par les valeurs extrêmes ; elle indique dans quelle fourchette se situent la plupart des exploitations.

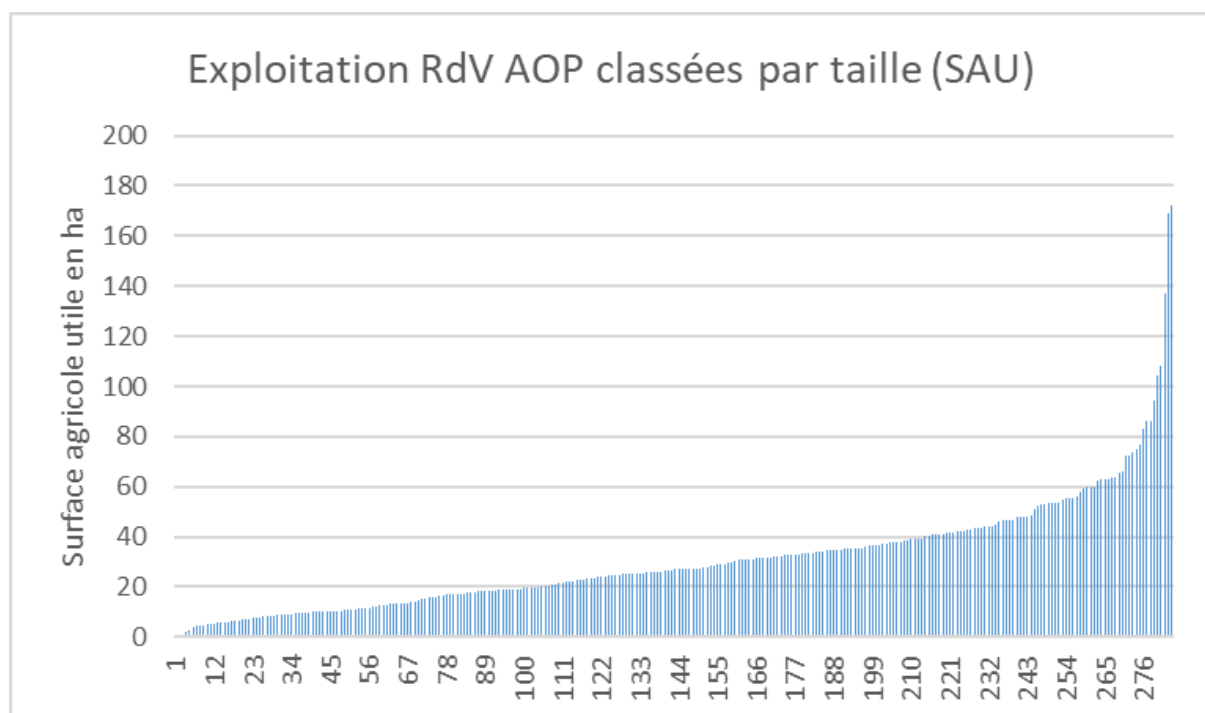


Figure 1 : exploitations laitières RdV classées par ordre croissant en fonction de la surface agricole utile, 2024, source : Service de l'agriculture 2025.

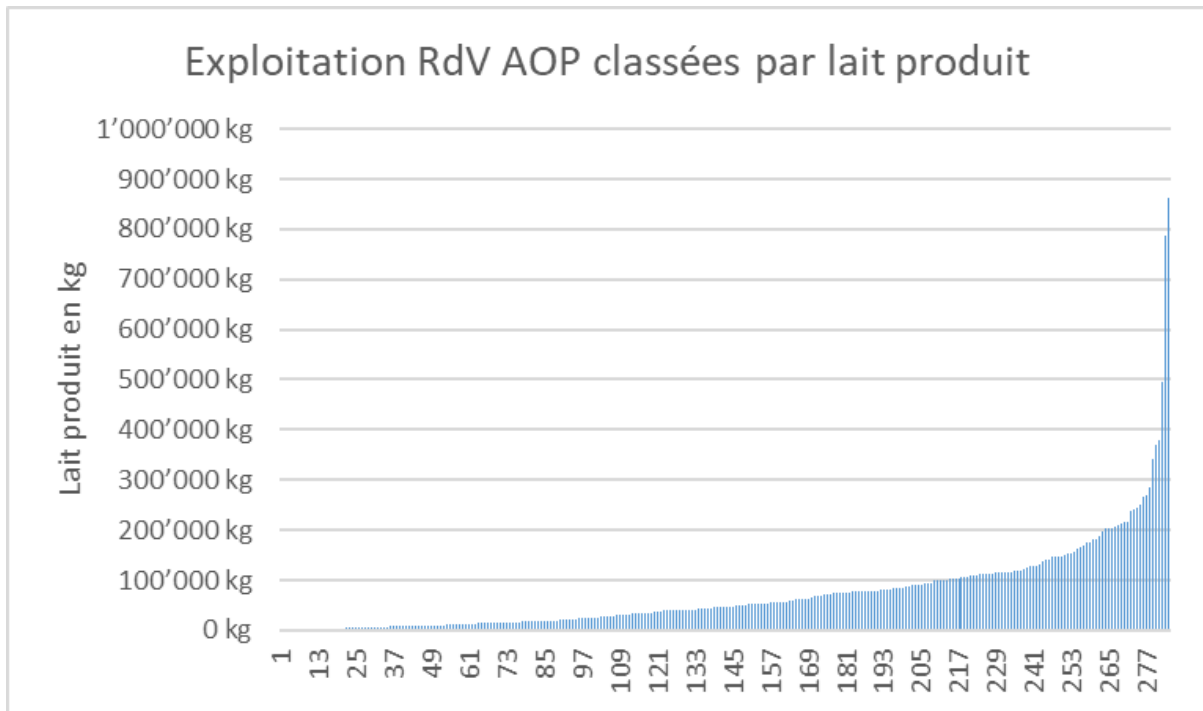


Figure 2 : exploitations laitières RdV classées par ordre croissant en fonction de la quantité de lait produite, 2024, source : Service de l'agriculture 2025.

Sur les 28,8 millions de kg de lait cru produit sans ensilage dans le Valais, 65 % sont transformés en Raclette du Valais AOP. Le reste est transformé en autres spécialités fromagères (tommes du Valais, etc.) ou en produits laitiers.

### 3.2.2 Fromageries et fromageries d'alpage

Au total, 81 fromageries et fromageries d'alpage valaisannes sont affiliées à l'interprofession. Environ deux tiers des exploitations sont des fromageries d'alpage (53) et un tiers des fromageries (28) (Figure 3).

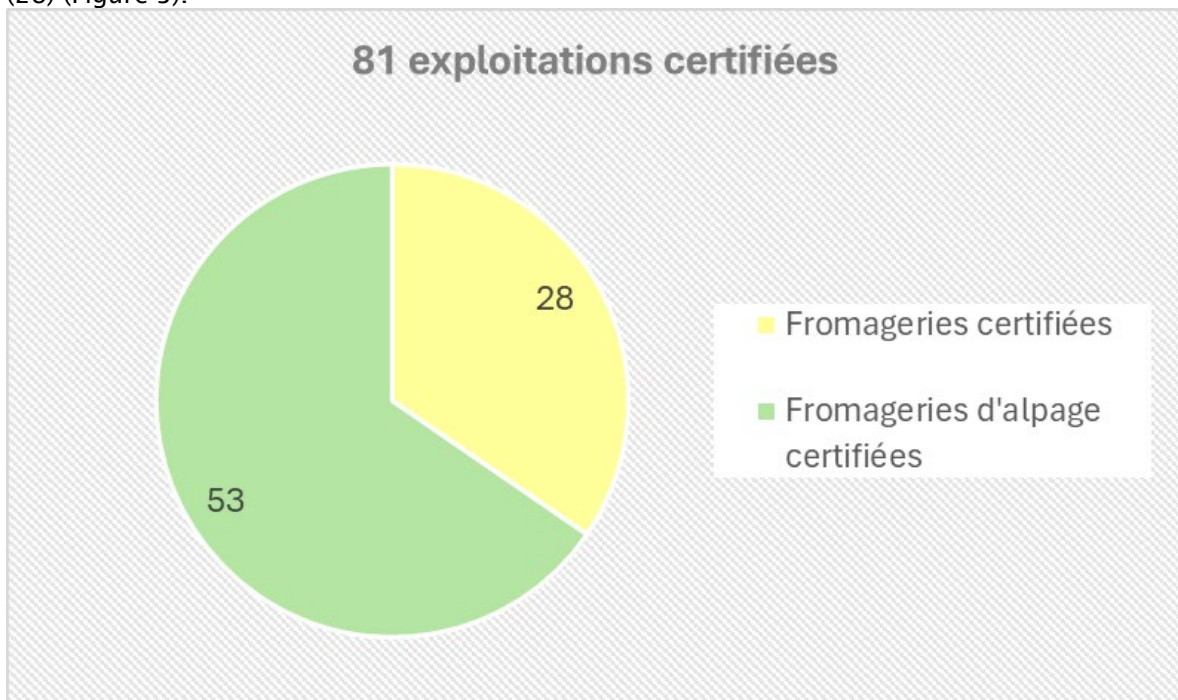


Figure 3 : nombre de fromageries d'alpage et de fromageries, 2023

### Taille des fromageries

Sur les 81 exploitations, les 53 fromageries d'alpage produisent environ 1/5 de la quantité totale de fromage Raclette du Valais AOP, les 28 fromageries produisent les 4/5 restants.

Dix des 28 fromageries, soit dix des 81 exploitations, produisent 60 % de la quantité totale de Raclette du Valais AOP. (Figure 4)

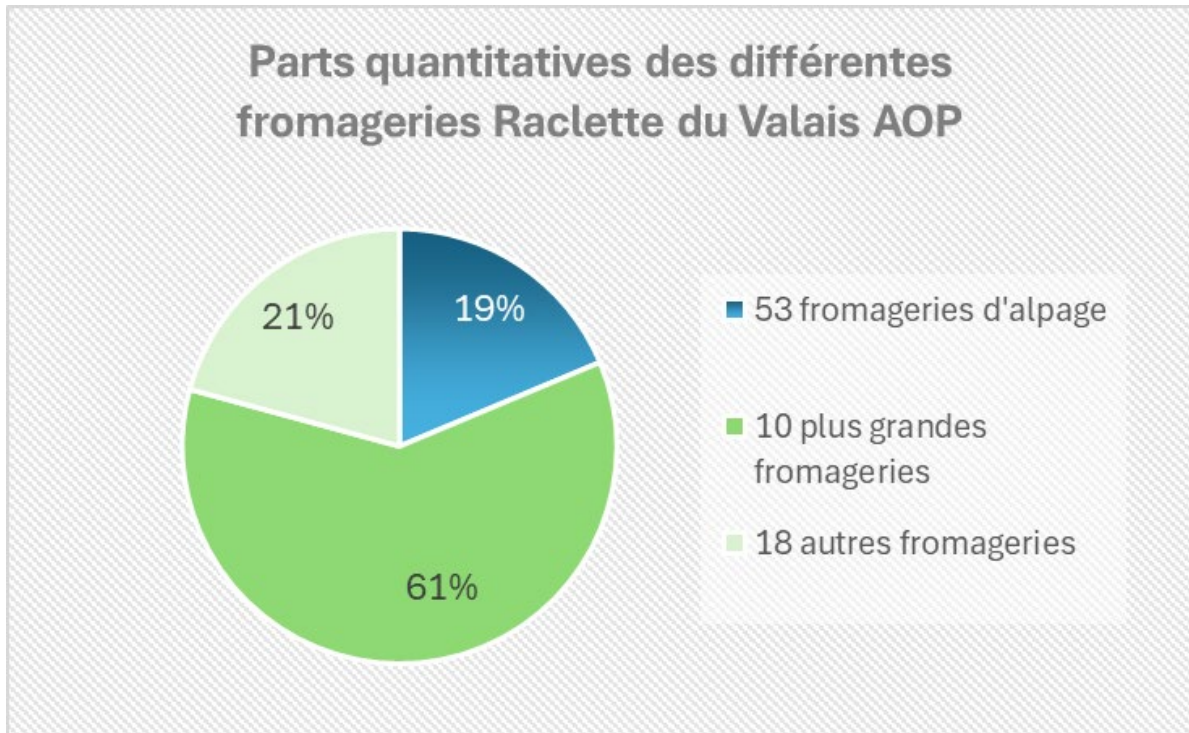


Figure 4 : part de la quantité de fromage produite par les différents groupes de fromageries de Raclette du Valais AOP, 2023

### Répartition géographique

Comme le montrent les deux illustrations ci-dessous, les fromageries d'alpage et les fromageries certifiées pour la production de RdV sont réparties sur l'ensemble du territoire du canton du Valais.

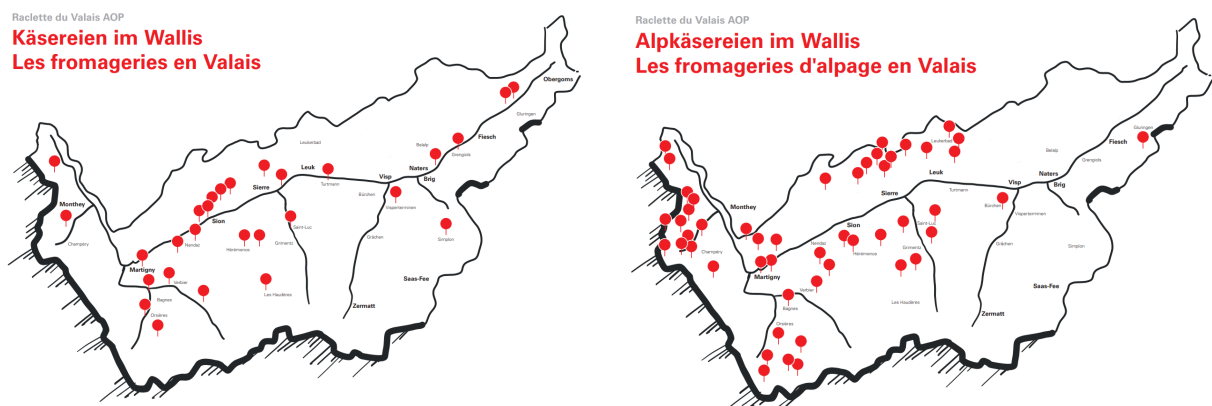


Figure 5 : fromageries certifiées (à gauche) et fromageries d'alpage certifiées dans le canton du Valais (à droite)

### 3.2.3 Affineurs

L'interprofession compte plusieurs affineurs, mais un seul affineur affine des quantités importantes de fromage.

## Nombre d'employés Fromageries

Les fromageries emploient au total environ 120 personnes qui s'occupent de la fabrication, de l'affinage et de la vente locale du Raclette du Valais AOP (Tableau 2 : Employés, équivalents temps plein et masse salariale dans la production laitière RdV et les fromageries RdV, 2023). Cela représente en moyenne 4,2 personnes par fromagerie. En équivalents plein temps, cela correspond à 98 équivalents plein temps, soit 3,5 postes à plein temps par fromagerie. La masse salariale annuelle s'élève à un peu plus de 7 millions de CHF.

Tableau 2 : Employés, équivalents temps plein et masse salariale dans la production laitière RdV et les fromageries RdV, 2023

	Nombre d'employés	Équivalents temps plein	Masse salariale / revenus
Fromageries	120 Ø 4,2 /fromagerie	98 Ø 3,5 / fromagerie	7 millions de CHF
Production laitière salariés exploitations locales	≥ 90	90	4,5 millions de CHF
Production laitière salariés des exploitations d'alpage	240	60	3,8 millions de CHF
<b>Niveau total des salariés</b>	<b>≥ 450</b>	<b>248</b>	<b>15,3 millions de CHF</b>
Production laitière main-d'œuvre familiale	≥ 339	320	12,7 millions de CHF
<b>Niveau total des employés</b>	<b>≥ 790</b>	<b>568</b>	<b>28 millions de CHF</b>

### *Production laitière*

Dans les exploitations agricoles, une part importante du travail est effectuée par les familles des exploitants (Schmid et al., 2024). Ce travail n'est généralement pas rémunéré directement par les dépenses de personnel, mais par le revenu entrepreneurial généré. C'est pourquoi, pour présenter l'emploi des producteurs laitiers, une distinction est faite entre les « salariés » et la « main-d'œuvre familiale ».

### *Main-d'œuvre familiale dans la production laitière*

Le nombre de travailleurs familiaux employés dans la production laitière RdV devrait dépasser largement ce chiffre dans 339 exploitations ; toutefois, en raison de la taille parfois très réduite des exploitations et du fait que tout le travail effectué dans les exploitations ne peut être imputé au lait RdV, on estime à « seulement » 320 le nombre d'employés à temps plein dans la production laitière RdV.

Avec les revenus accessoires imputables pris en compte (principalement les revenus provenant des animaux), ces travailleurs familiaux génèrent un revenu agricole proportionnel pour la production laitière RdV d'environ 12,7 millions de CHF.

### *Salariés dans la production laitière*

Compte tenu de la taille et de la structure des exploitations agricoles (Schmid et al., 2024), environ 90 salariés à plein temps ont été calculés pour la production laitière RdV, avec une masse salariale de 4,5 millions de CHF.

Dans les exploitations d'estivage, on peut estimer à environ 240 le nombre de salariés, ce qui correspond à des salaires d'un montant de 3,8 millions de CHF et à 60 équivalents plein temps.

Au total, cela représente environ 250 salariés à plein temps pour la branche, avec une masse salariale de 15,3 millions de CHF.

Sur l'ensemble des niveaux de la chaîne de valeur ajoutée du RdV AOP, le nombre d'employés s'élève ainsi à plus de 790 personnes, soit environ 570 équivalents plein temps, pour un revenu total de 28 millions de CHF.

## 4 Chaîne de valeur directe et valeur ajoutée générée par le Raclette du Valais AOP

Pour déterminer la valeur ajoutée générée par les acteurs de l'interprofession Raclette du Valais AOP en Valais, il faut non seulement définir la notion *de valeur ajoutée*, mais aussi avoir une vue d'ensemble de la *structure* et des flux de marchandises au sein de *la chaîne de valeur ajoutée* du Raclette du Valais AOP et présenter les données financières telles que le prix du lait et les prix de vente du fromage Raclette du Valais AOP.

### 4.1 Structure de la chaîne de valeur ajoutée directe du Raclette du Valais AOP

Afin de déterminer la valeur ajoutée du Raclette du Valais AOP, la Figure 6 (page suivante), présente un aperçu de la structure de la chaîne de valeur ajoutée et des flux de marchandises du lait cru produit sans ensilage dans le Valais et du fromage Raclette du Valais AOP. Les quantités indiquées se réfèrent à l'année de référence 2023.

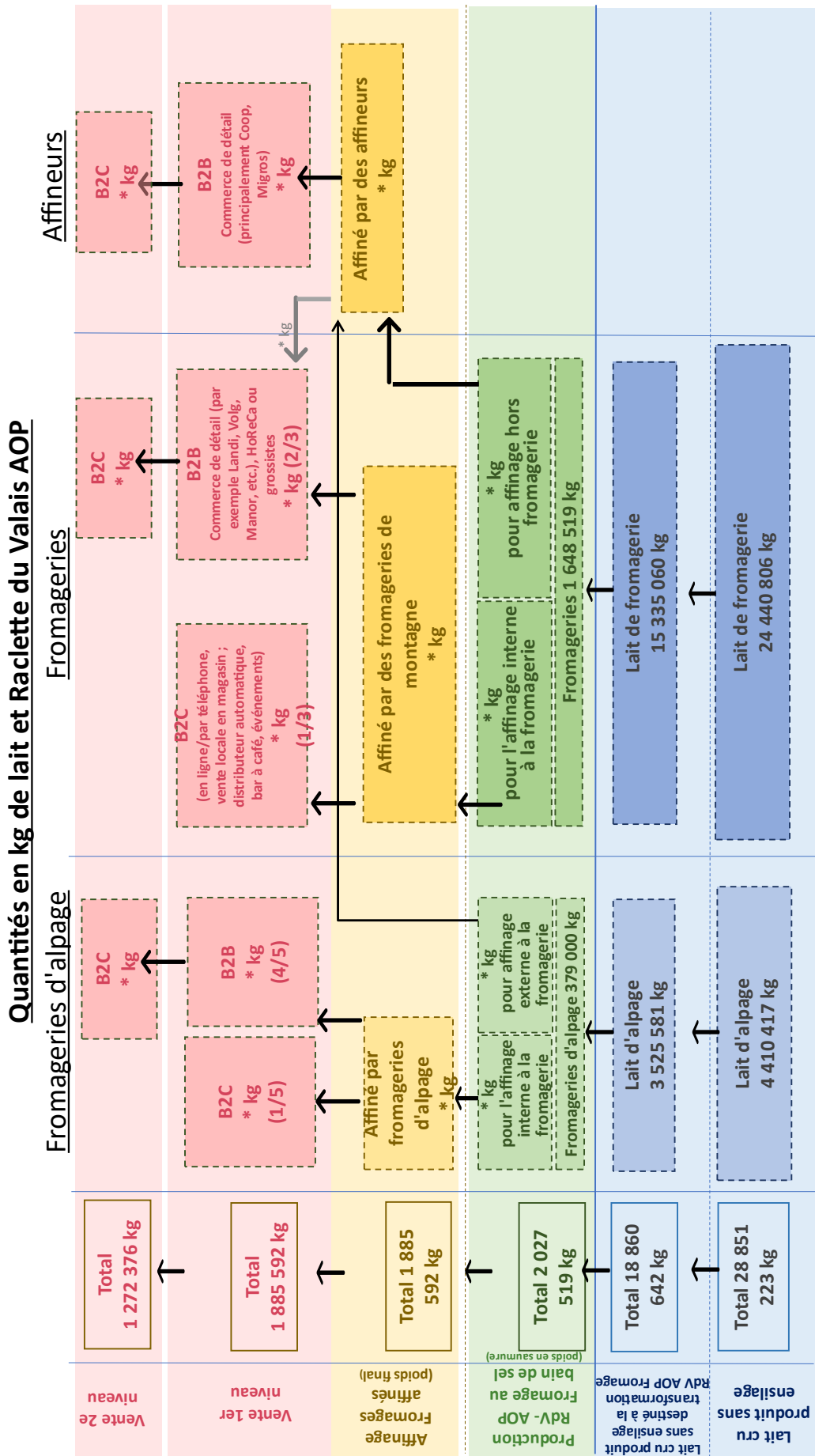


Figure 6 : structure de la chaîne de valeur directe du Raclette du Valais AOP. 2023

#### 4.1.1 Explications sur la structure de la chaîne de valeur ajoutée directe

##### Étape de production et transformation du lait AOP valaisan

Environ 28 800 000 kg de lait cru produit sans ensilage dans le Valais sont transformés en produits laitiers par les fromageries d'alpage et les fromageries affiliées à l'interprofession. Comme le montre la Figure 7, environ 2/3 de cette quantité totale de lait, soit 18 800 000 kg, sont transformés en fromage Raclette du Valais AOP. Les 10 000 000 kg restants sont transformés par les exploitations en autres spécialités fromagères (tommes du Valais, etc.) et en produits laitiers, ou utilisés comme lait de consommation.

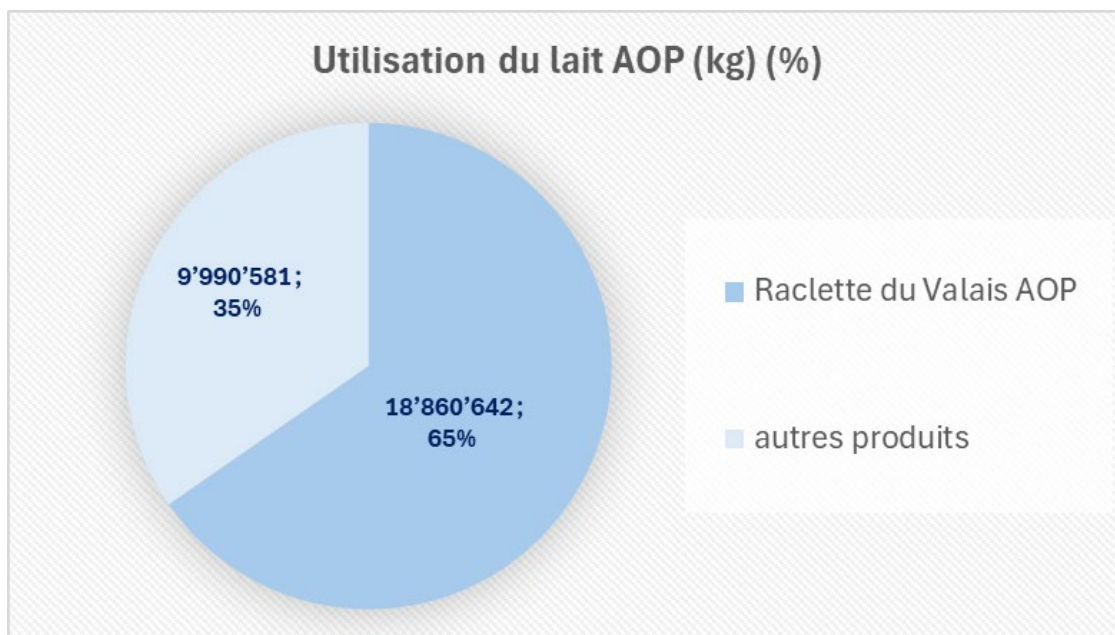


Figure 7 : utilisation du lait AOP valaisan, 2023

Comme le montre la Figure 8, sur la partie de la quantité de lait (18 800 000 kg) transformée en fromage Raclette du Valais AOP, environ 1/5 (3 500 000 kg) est transformé en fromage d'alpage et 4/5 (15 300 000 kg) par les fromageries.

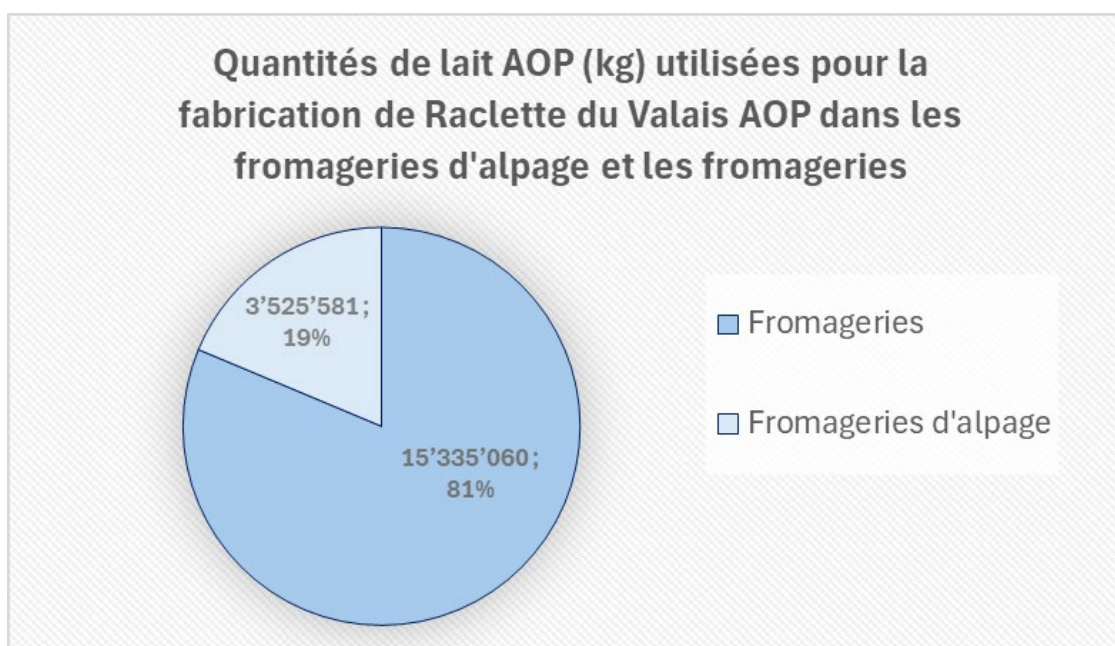


Figure 8 : transformation de la quantité de lait en fromage Raclette du Valais AOP par fromagerie, 2023

### Étape de fabrication du fromage Raclette du Valais AOP (étape de fabrication du fromage / étape verte dans la Figure 6)

Les 18 800 000 kg de lait permettent de produire environ 2 000 000 kg de fromage Raclette du Valais AOP (« fromage au sel » ou poids au sel). Cela correspond à un rendement moyen de 10,75 %.

En ce qui concerne les fromageries, cela signifie que les fromageries d'alpage produisent environ 380 000 kg (1/5) et les fromageries environ 1 650 000 kg (4/5) de fromage Raclette du Valais AOP (Figure 9).

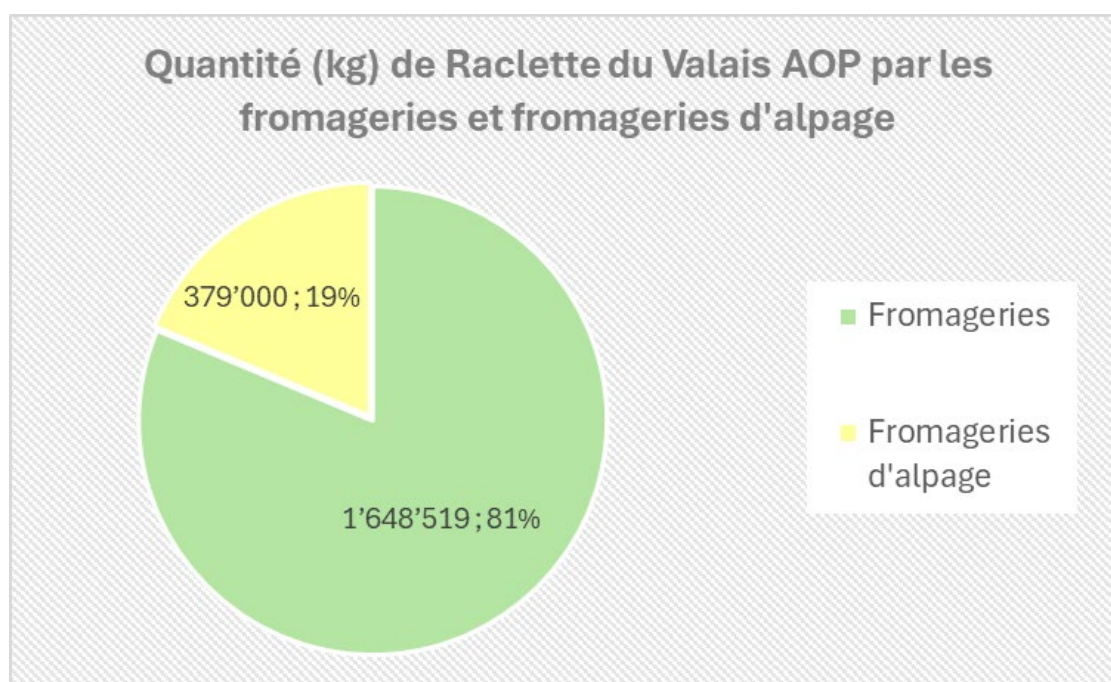


Figure 9 : production de fromage Raclette du Valais AOP par fromagerie, 2023

### Étape d'affinage du fromage (étape d'affinage / étape jaune dans la Figure 6)

Les fromageries d'alpage et les fromageries procèdent soit elles-mêmes à l'affinage soit vendent tout ou partie de leur fromage à des affineurs externes.

La perte de poids moyenne pendant la période d'affinage de 3 mois est d'environ 7 à 8 %. Après l'affinage, environ 1 900 000 kg de fromage Raclette du Valais AOP prêt à la consommation (« poids final ») sont disponibles à la vente ou à la consommation.

Les quantités vendues par les fromageries d'alpage et les fromageries aux affineurs externes, respectivement la quantité totale affinée par les affineurs externes, ont été déterminées dans le cadre de cette étude, mais ne sont pas indiquées dans le présent rapport, car elles permettraient de tirer des conclusions sur les différents acteurs. Par conséquent, les quantités vendues n'ont pas été indiquées dans la Figure 6, ou ont été marquées d'un astérisque (\*). Les explications suivantes dans les sections « Vente de fromage » et « Revente de fromage » se réfèrent donc uniquement à la *structure* de la distribution (flux de marchandises), sans indication des quantités.

### Niveau de vente du fromage (1<sup>er</sup> niveau de vente / niveau rouge dans la Figure 6)

Les fromageries vendent le fromage Raclette du Valais AOP soit directement aux affineurs, aux consommateurs (B2C ; Business to Consumer), soit à des revendeurs tels que des détaillants régionaux, des restaurateurs ou des grossistes (B2B ; Business to Business). Il en va de même pour le fromage d'alpage Raclette du Valais AOP, qui est principalement vendu au commerce de détail par les éleveurs ou l'exploitant d'alpage et, dans une moindre mesure, commercialisé directement.

Les affineurs externes vendent le fromage Raclette du Valais AOP à des détaillants tels que Migros et Coop. Une petite partie est exportée par les affineurs.

Les fromageries misent sur une stratégie de distribution multicanal pour commercialiser leurs produits et répondre aux attentes des consommateurs. Outre la livraison aux affineurs, le canal de distribution le plus utilisé reste la vente en magasin (vente locale), pratiquée par 75 % des fromageries. En haute saison estivale, 43 % de ces magasins sont ouverts sept jours sur sept, tandis que seulement 24 % sont ouverts trois jours ou moins. Cette forte présence souligne l'importance de la relation directe entre les transformateurs et les consommateurs finaux. En complément, 35 % des fromageries utilisent des distributeurs automatiques, 28 % exploitent une boutique en ligne et 21 % proposent la vente par téléphone ou par e-mail. Ces chiffres montrent que la plupart des producteurs combinent plusieurs canaux de distribution afin d'accroître leur visibilité et de répondre aux différents profils d'acheteurs.

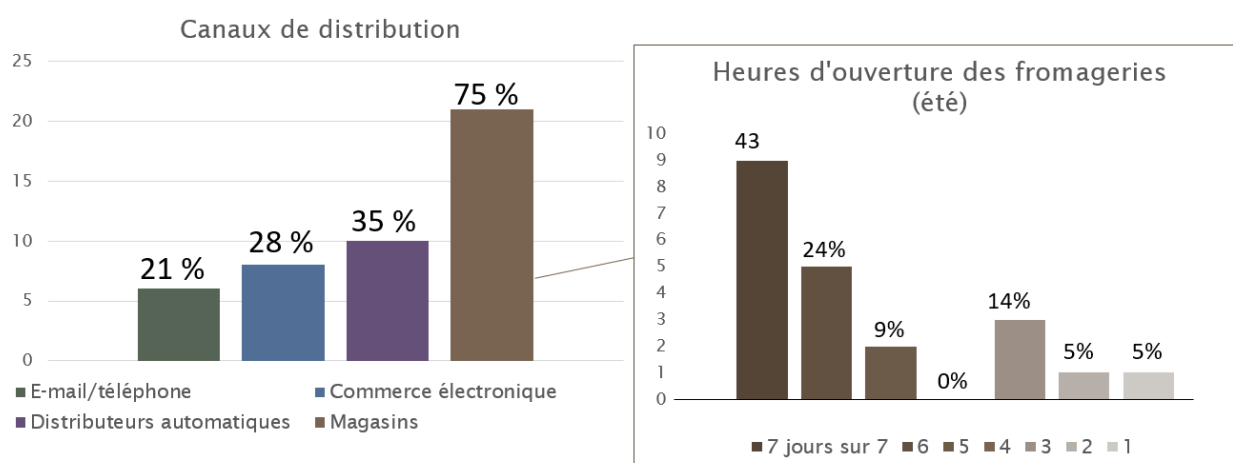


Figure 10 : canaux de distribution des fromageries

Les fromageries se diversifient de plus en plus dans le secteur tertiaire, 39 % d'entre elles proposant des activités dans le domaine du tourisme ou de la restauration. Parmi ces deux domaines, la restauration semble être le choix préféré des fromageries. Elles ont ainsi développé différents services, tels que des bars à vin, des dégustations et des services de traiteur. Dans le domaine du tourisme, les fromageries proposent des visites guidées et des formations afin de familiariser les visiteurs avec l'artisanat fromager. En outre, 18 % des fromageries sont actives dans ces deux domaines, ce qui souligne l'importance stratégique de ces nouveaux marchés pour le développement et la promotion de leur activité.

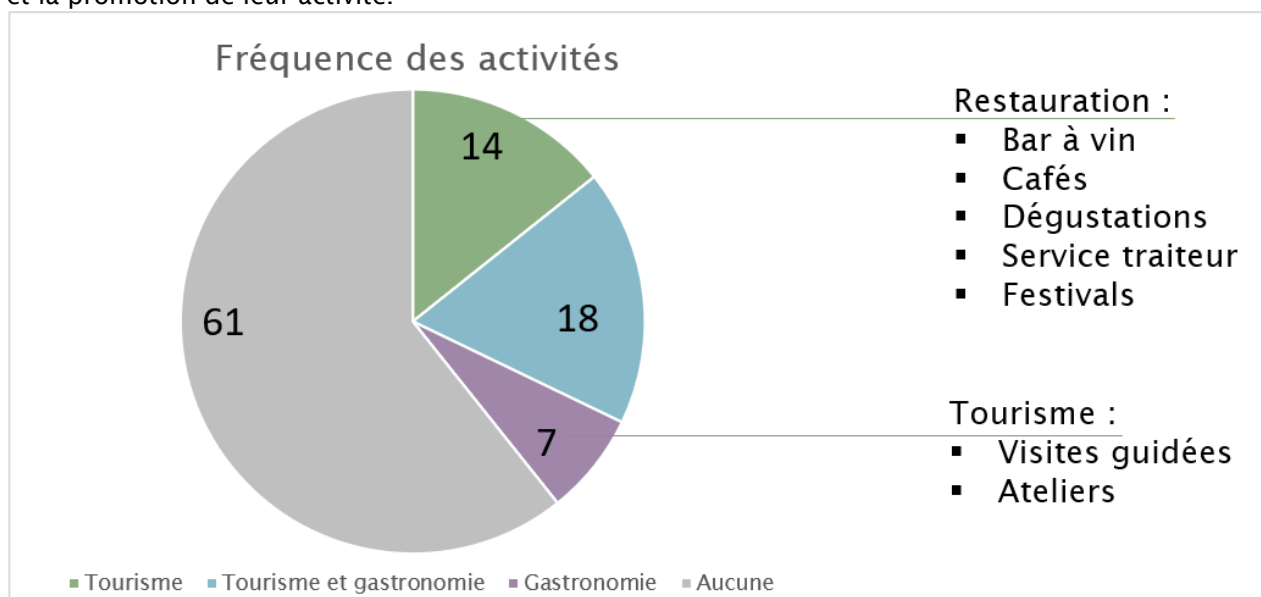


Figure 11 : activités des fromageries dans le secteur tertiaire

**Niveau de revente du fromage (2e niveau de vente / niveau rouge dans la Figure 6)**

La partie qui était initialement vendue par les fromageries d'alpage et les fromageries aux commerçants ou aux restaurateurs est majoritairement revendue aux consommateurs en Valais. La partie initialement vendue à des commerçants par l'intermédiaire d'affineurs est en partie revendue à des consommateurs / clients en Valais, et en partie hors du Valais (en Suisse ou à l'étranger). La part revendue par les affineurs exclusivement dans le canton du Valais n'a pas pu être déterminée dans le cadre de l'étude.

**4.2 Chaîne de valeur ajoutée adaptée du Raclette du Valais AOP avec indication des quantités**

Dans la Figure 6, certaines quantités ne peuvent être indiquées pour des raisons de traçabilité et donc de confidentialité.

Les quantités sont toutefois indispensables pour calculer la valeur ajoutée totale du RdV AOP. Pour le calcul de la valeur ajoutée totale, les quantités livrées par les fromageries d'alpage et les fromageries à des affineurs externes sont désormais traitées comme si les fromageries d'alpage ou les fromageries affinaient elles-mêmes ces quantités.

Cela n'a finalement aucune incidence sur la valeur ajoutée totale de la chaîne de valeur du RdV AOP. La chaîne de valeur ajoutée directe adaptée du Raclette du Valais AOP peut donc être représentée comme dans la Figure 12.

## Flux de quantités dans la chaîne de valeur directe de la Raclette du Valais AOP

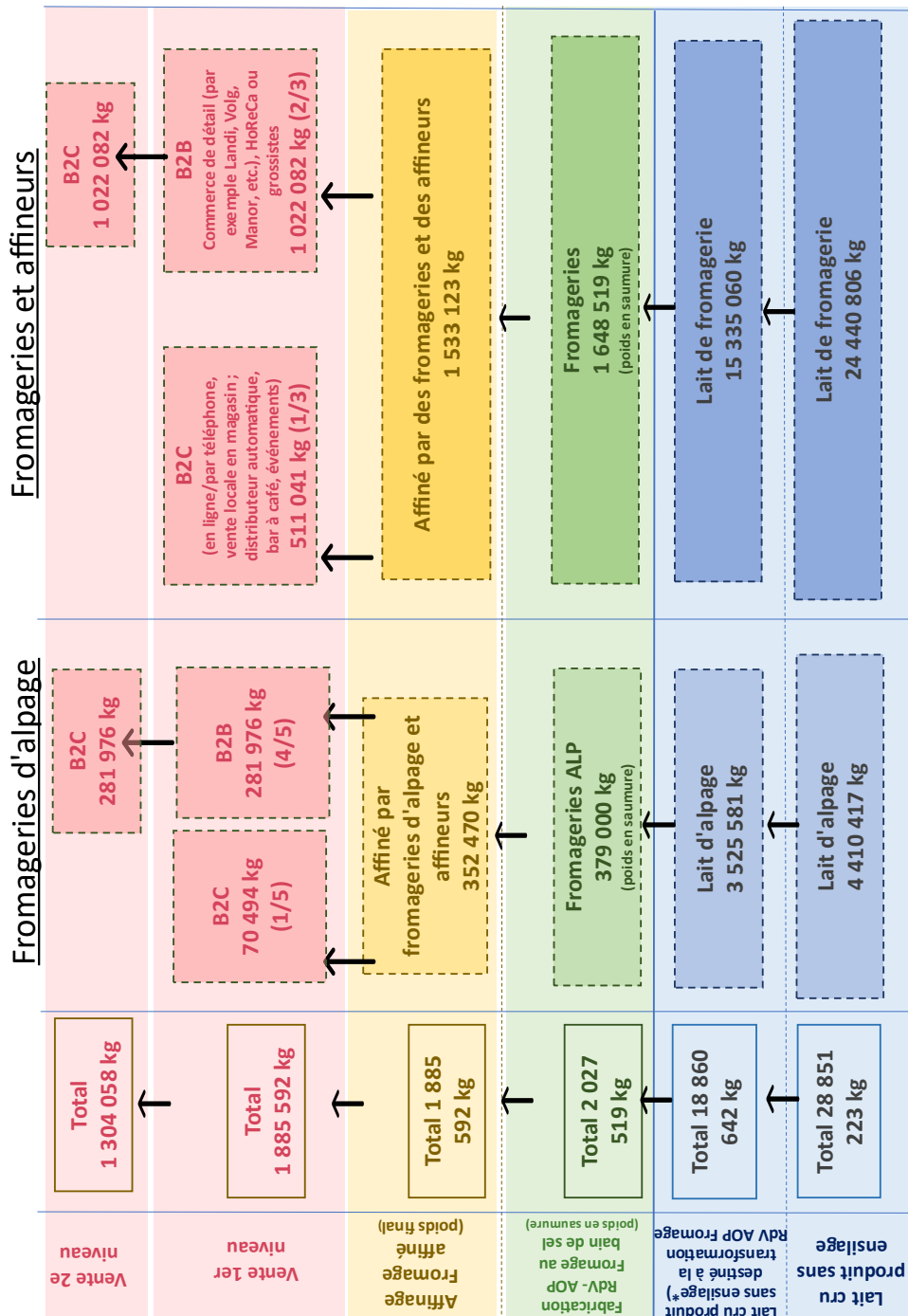


Figure 12 : chaîne de valeur ajoutée directe adaptée Raclette du Valais AOP, 2023

#### 4.2.1 Explications complémentaires concernant la chaîne de valeur ajoutée directe adaptée

Les étapes de la production laitière et de la fabrication du fromage jusqu'à l'étape du fromage en saumure restent inchangées par rapport aux explications ci-dessus. Cela signifie que les fromageries d'alpage produisent 380 000 kg et les fromageries 1 650 000 kg de Raclette du Valais AOP (poids en saumure). La quantité totale en kg de fromage affiné (environ 1 900 000 kg de poids final) reste également inchangée. Au niveau de l'affinage, cependant, la répartition des quantités de fromage affiné entre les différents acteurs (fromageries d'alpage, fromageries et affineurs externes) change.

#### Étape d'affinage du fromage (étape d'affinage / étape jaune dans la Figure 12)

Avec une perte de poids d'environ 7 à 8 % pendant l'affinage, les fromageries d'alpage mettent en vente environ 355 000 kg (1/5) de fromage Raclette des alpages affiné. Les fromageries en vendent près de 1 550 000 kg (4/5).

Les producteurs laitiers vendent environ 1/5 du fromage d'alpage AOP directement aux consommateurs (B2C) et 4/5 aux revendeurs (B2B). Dans les fromageries, environ 1/3 est vendu directement aux consommateurs et 2/3 à des revendeurs tels que des détaillants ou des restaurateurs.

### 4.3 Valeurs monétaires

Comme indiqué ci-dessus, pour déterminer la valeur ajoutée, il faut, outre les quantités, présenter les valeurs monétaires telles que le prix du lait et les prix de vente du Raclette du Valais AOP.

#### 4.3.1 Prix du lait

Le prix du lait est de 80,38 centimes/kg. Il s'agit d'un prix moyen pondéré des fromageries qui produisent plus de 86 % de la quantité totale de Raclette du Valais AOP. Ce prix du lait comprend tous les éléments pertinents pour le prix du lait franco-fromagerie (outre le prix de base, il comprend par exemple les suppléments/réductions liés à la saisonnalité des prix, les corrections salariales et quantitatives, les réductions pour qualité, les paiements supplémentaires et divers frais de transport). Toutefois, les 80,38 centimes/kg de lait **ne** comprennent **pas** le supplément de non-ensilage (3 centimes), le supplément pour le lait transformé en fromage (10 centimes), le supplément pour le transport (5 centimes) et les suppléments communaux.

Les fromageries reçoivent le supplément de non-ensilage le supplément pour le lait transformé en fromage de la Confédération et les reversent aux producteurs de lait. Par conséquent, les fromageries versent aux producteurs de lait un revenu laitier moyen de 93,38 centimes/kg. Les producteurs de lait reçoivent directement de la Confédération un supplément pour le lait commercialisé de 5 centimes. Certaines exploitations reçoivent encore des allocations communales, qui ne peuvent toutefois pas être quantifiées ici.

Tableau 3: Recettes laitières moyennes pondérées et suppléments en centimes/kg, 2023

<b>Prix du lait (livré, avec paiements ultérieurs, mais sans suppléments)</b>	<b>80.4 Rp/kg</b>
<b>Supplément de non-ensilage</b>	<b>3.0 Rp/kg</b>
<b>Supplément pour le lait transformé en fromage</b>	<b>10.0 Rp/kg</b>
<b>Prix du lait (livré, avec paiements ultérieurs, avec supplément non-ensilage et supplément pour le lait transformé en fromage)</b>	<b>93.4 Rp/kg</b>
<b>Supplément pour le lait commercialisé</b>	<b>5.0 Rp/kg</b>
<b>Recettes du lait / prix à la production</b>	<b>98.4 Rp/kg</b>

### 4.3.2 Prix de vente du fromage affiné

Les prix de vente au kg du fromage affiné varient en fonction de différents facteurs. Ainsi, les prix de vente au kg varient selon que le fromage est vendu en meule entière, en demi-meule, en quart de meule ou en tranches. Il existe également des différences de prix selon que le fromage est lavé ou non. Un autre facteur est le fait que le fromage soit emballé sous vide pour la vente. Les prix de vente des fromages vendus par les fromageries à des clients professionnels (B2B) sont inférieurs à ceux pratiqués pour la vente directe aux consommateurs finaux. La structure de prix suivante a pu être déterminée comme prix moyen par kg de fromage affiné (poids final).

Tableau 4 : prix de vente du fromage affiné au kg, 2023

	Au commerce de détail (B2B)	Aux consommateurs (B2C)
Fromages artisanaux	CHF/kg 20.50	CHF/kg 22.90
Fromage d'alpage	CHF/kg 19.25	CHF/kg 20.43
Commerce de détail		CHF/kg 27.00

### 4.4 Définition du terme « valeur ajoutée »

La valeur ajoutée ou la valeur ajoutée brute correspond au chiffre d'affaires réalisé par une entreprise au cours d'une période donnée, déduction faite des prestations préalables fournies par d'autres entreprises. En termes simples, la valeur ajoutée est la différence entre la valeur d'un produit et le coût des prestations préalables utilisées.

La valeur ajoutée générée est répartie entre les employés sous forme de revenus, entre l'État sous forme d'impôts, entre les bailleurs de capitaux sous forme d'intérêts, entre les bailleurs de capitaux propres sous forme de dividendes et entre les entrepreneurs sous forme de bénéfices ; la valeur ajoutée brute comprend également les amortissements des machines et des bâtiments.

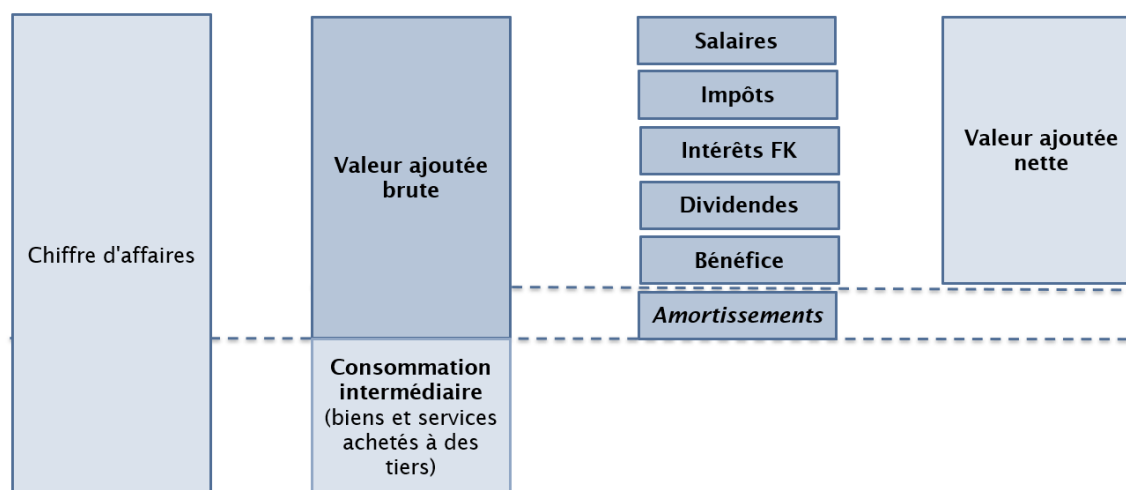


Figure 13 : définition de la valeur ajoutée brute

Les consommations intermédiaires fournies par d'autres entreprises peuvent être subdivisées, comme le montre l'illustration ci-dessous la Figure 14

- en prestations préalables (directes), qui sont achetées auprès des membres de l'interprofession (lait et fromage), et
- en prestations préalables (indirectes) fournies par des tiers n'appartenant pas à l'interprofession (p. ex. énergie, eau, matières auxiliaires, etc.).

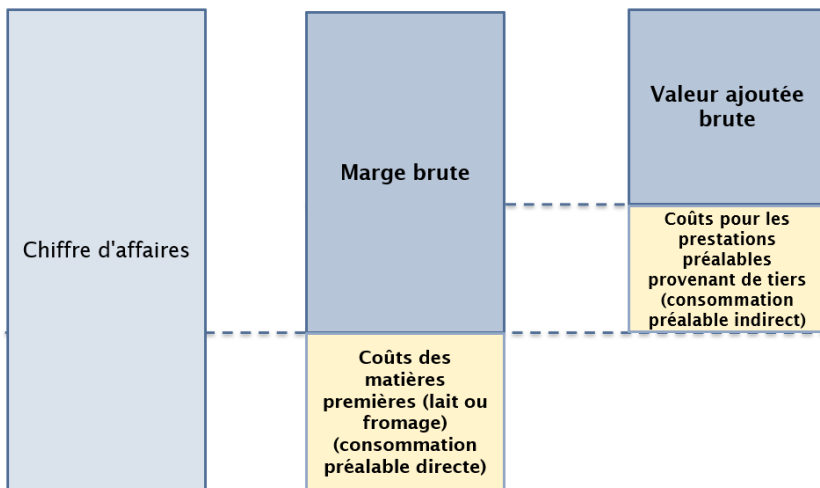


Figure 14 : valeur ajoutée brute et marge brute

Les prestations fournies par des tiers n'appartenant pas à l'interprofession sont difficiles à déterminer et ne peuvent être représentés de manière suffisamment significative. C'est pourquoi la présente étude ne se base pas sur la valeur ajoutée brute, mais sur la marge brute, comme le montre la Figure 14, comme critère de valeur ajoutée.

Les prestations préalables déterminables de tiers n'appartenant pas à l'interprofession sont présentées en complément dans le chapitre 4.6 (p. ex. coûts d'infrastructure).

Dans la présente étude, la valeur ajoutée du Raclette du Valais AOP est donc calculée en additionnant les **marges brutes des différentes étapes de la chaîne de valeur** (production laitière, fabrication du fromage, affinage, vente et revente).

La première étape de la chaîne de valeur ajoutée commence par la production laitière.

#### 4.5 La valeur ajoutée du Raclette du Valais AOP

##### Explications relatives à la chaîne de valeur ajoutée du Raclette du Valais AOP

Les fromageries d'alpage et les fromageries ont des modèles économiques différents, ce qui se traduit par une représentation différente de la valeur ajoutée :

Dans **les fromageries d'alpage**, toutes les étapes de la chaîne de valeur ajoutée – production laitière, fabrication du fromage, affinage<sup>1</sup> e et vente – sont réalisées dans la même exploitation. C'est pourquoi les différentes étapes de la chaîne de valeur ajoutée ne peuvent pas être présentées séparément dans les exploitations d'alpage.

Les fromageries d'alpage génèrent une valeur ajoutée de 6 900 000 CHF, hors subventions, grâce à la production laitière, à la fabrication du fromage, y compris l'affinage, et à la vente.

Les **fromageries**, en revanche, achètent le lait à leurs producteurs laitiers en tant que prestation préalable. La valeur ajoutée issue de cette production laitière s'élève à CHF 12 300 000, hors subventions. Les fromageries génèrent une valeur ajoutée de CHF 20 500 000 au niveau de la fabrication du fromage, de l'affinage et de la vente. Ces étapes ne peuvent pas être indiquées séparément, car tout est réalisé dans la même entreprise.

La logistique comprend les prestations fournies soit par le producteur laitier, soit par les fromageries, soit par d'autres entreprises. Toutes les prestations logistiques sont comprises dans le prix du lait ou du fromage.

<sup>1</sup> Une partie des fromages provenant des fromageries d'alpage et des fromageries est affinée par des affineurs externes. Ces quantités ne peuvent être indiquées en raison de la traçabilité des différents acteurs. Pour le calcul de la valeur ajoutée, ces quantités sont traitées comme si elles étaient affinées dans les fromageries d'alpage ou les fromageries.

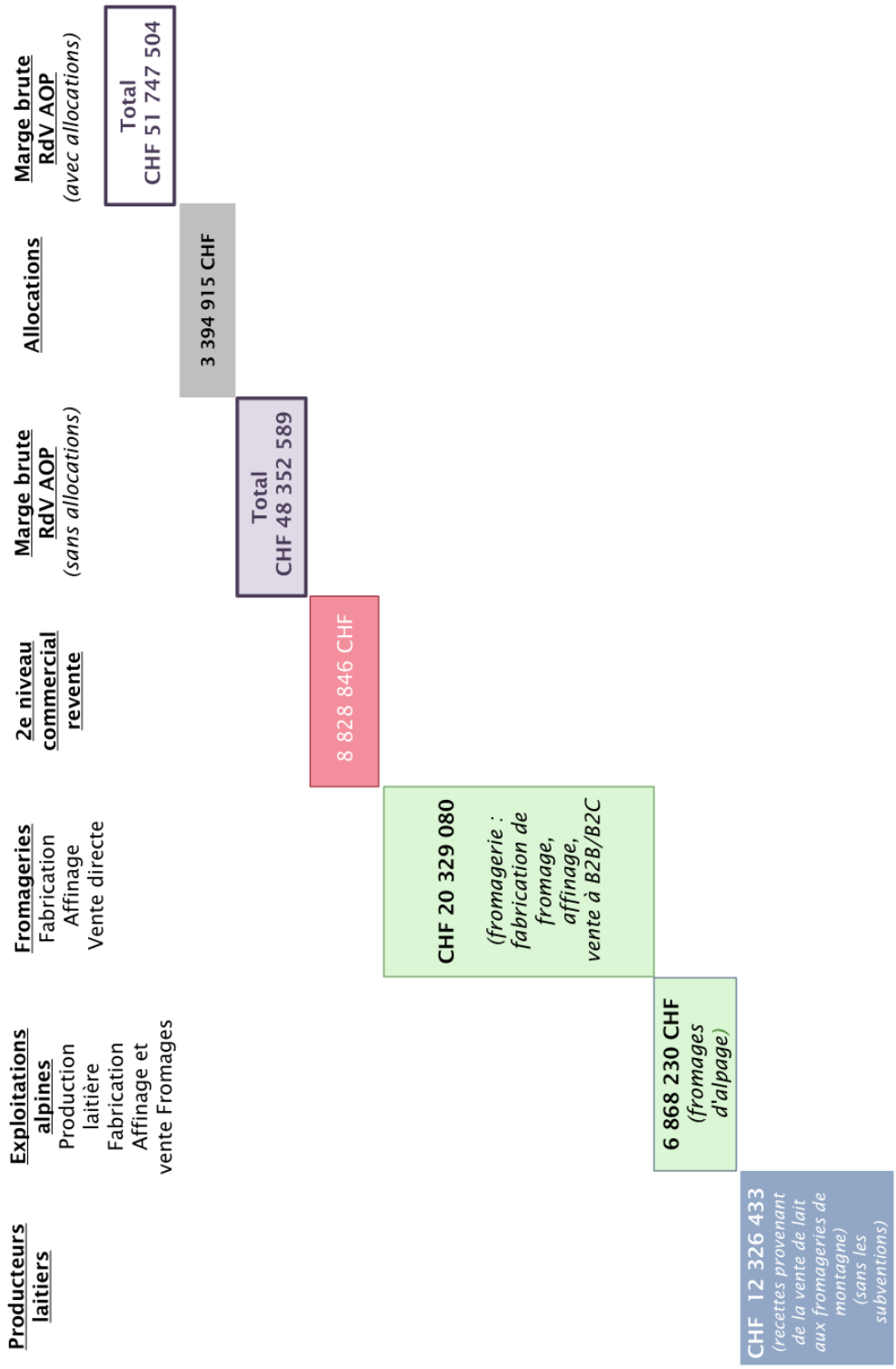


Figure 15 : valeur ajoutée du Raclette du Valais AOP, 2023

Le fromage vendu par les fromageries d'alpage, les fromageries (et les affineurs externes) aux revendeurs (commerce de détail, restauration, grossistes) génère une valeur ajoutée de CHF 8 900 000.- au deuxième niveau commercial grâce à la revente. Une partie de cette valeur ajoutée est générée en Valais, une autre partie en dehors du Valais (en Suisse ou à l'étranger). Cette répartition ne peut être déterminée dans le cadre de l'étude en raison du secret commercial.

**Les acteurs de l'interprofession génèrent ainsi une valeur ajoutée totale d'environ 48 500 000 CHF (hors allocations).**

Les suppléments d'environ CHF 3 400 000 indiqués dans la Figure 15, correspondent aux suppléments pour la quantité totale de lait transformé en fromage Raclette du Valais AOP dans les exploitations d'alpage et les fromageries. Si l'on ajoute ces suppléments à la valeur ajoutée totale, la **valeur ajoutée générée par les acteurs de l'interprofession s'élève à près de CHF 52 millions.**

### Valeur ajoutée par kg de fromage

Du point de vue de la commercialisation, il est intéressant de présenter la répartition de la valeur ajoutée par rapport au fromage vendu (Figure 16). Chaque kilogramme de fromage RdV produit (poids final, poids de vente) génère une valeur ajoutée d'au moins 10 CHF au niveau de la production laitière, sans les suppléments. Si l'on tient compte de ces derniers, la valeur ajoutée à ce niveau s'élève à près de 12 CHF par kilogramme. La part de valeur ajoutée des fromageries, affinage compris, est légèrement inférieure, avec environ 11 CHF par kilogramme. Environ un cinquième de la valeur ajoutée est généré dans le commerce de détail.

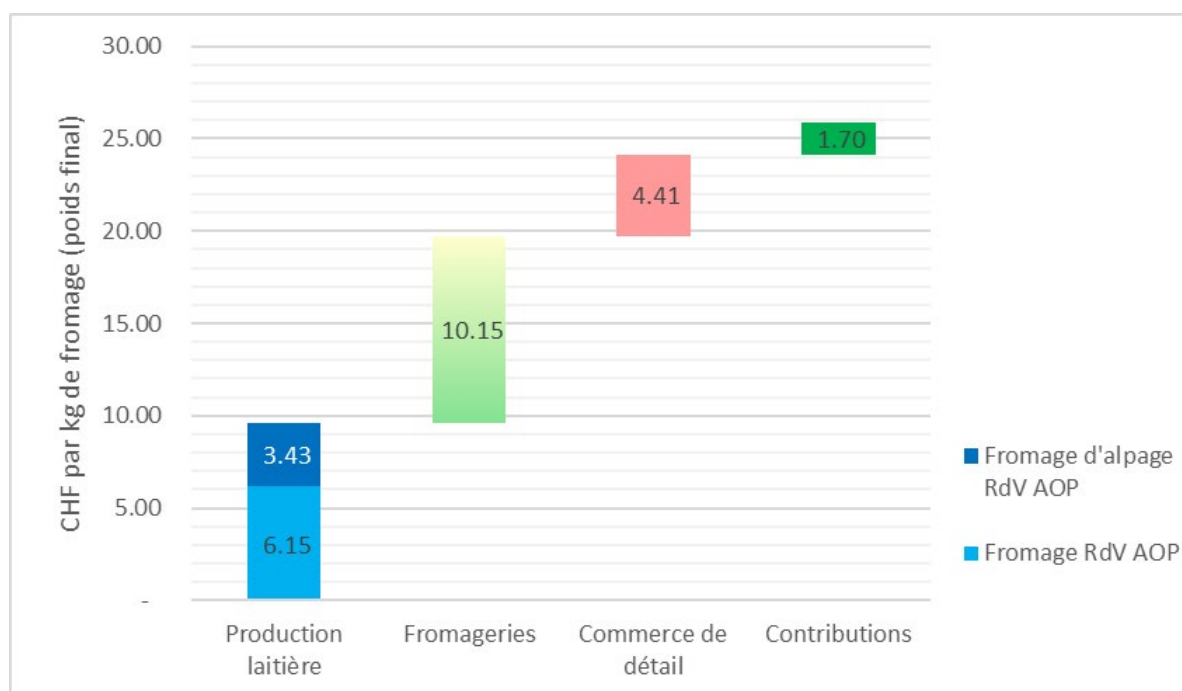


Figure 16 : valeur ajoutée du fromage RdV AOP par kg de poids final par secteur, 2023

## 4.6 Valeur ajoutée indirecte

### Coûts et investissements au niveau de la production laitière

Au niveau de la production laitière, les coûts externes s'élèvent à environ 40 millions de CHF, auxquels s'ajoutent les produits dérivés (revenus provenant des animaux, autres revenus accessoires, paiements directs). Près de 12 millions de CHF sont consacrés à l'alimentation animale, aux matières auxiliaires et aux services, qui devraient générer la majeure partie de la valeur ajoutée dans la région. Outre les frais de personnel déjà mentionnés, qui s'élèvent à 8 millions de CHF, les dépenses liées aux machines, qui s'élèvent à près de 10 millions de CHF, constituent les principaux postes de coûts. Les investissements annuels dans les infrastructures (bâtiments, équipements, machines) devraient s'élever à environ 8,5 millions de CHF ; sur les 53 alpages RdV, les investissements annuels dans les infrastructures sont estimés entre 0,5 et 0,75 million de CHF.

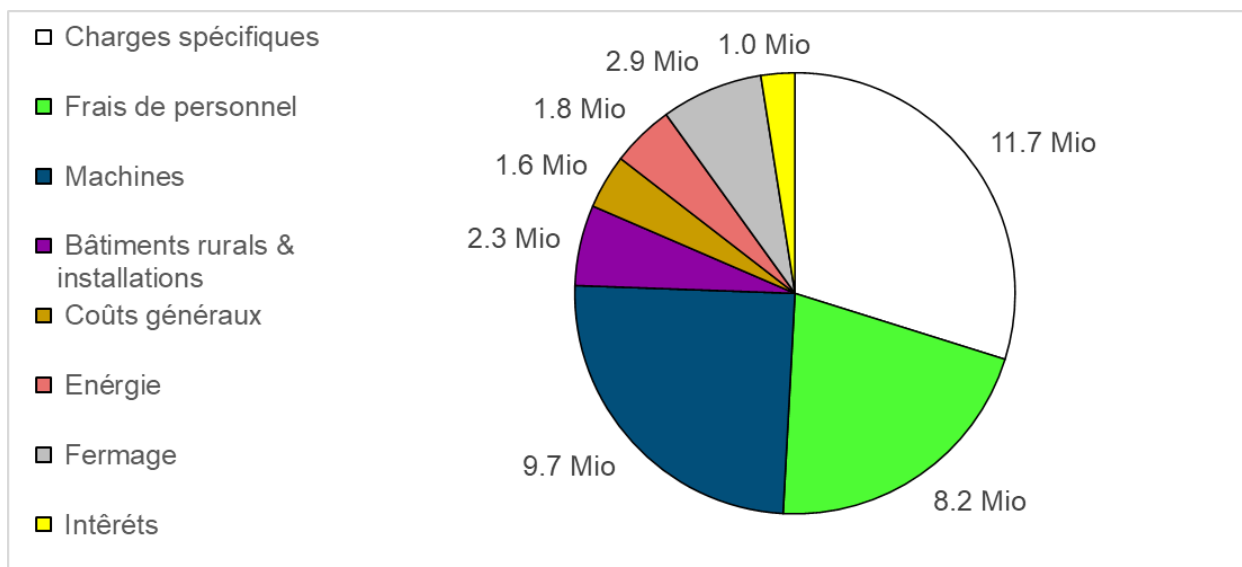


Figure 17 : coûts proportionnels de la production laitière des exploitations RdV, 2023.

### Investissements dans les bâtiments et les installations des fromageries

Les prestations fournies par des tiers revêtent également une grande importance économique pour le Valais.

Il s'agit de prestations fournies par des entreprises qui ne font pas directement partie de l'interprofession, mais qui fournissent des prestations en lien direct avec la production de Raclette du Valais AOP. Les investissements dans les bâtiments et les installations revêtent ici une importance particulière.

71 % des fromageries interrogées ont investi dans des bâtiments et/ou des installations au cours des dix dernières années. Au total, elles ont investi environ **60 millions de CHF**, ce qui a créé des emplois.

36 % des fromageries interrogées prévoient d'investir dans des bâtiments ou des installations au cours des cinq prochaines années. Le montant prévu s'élève actuellement à environ **30 millions de CHF**.

## 5 Valeurs ajoutées non monétaires

Contrairement aux plus-values monétaires, les plus-values non monétaires ne peuvent être décrites que de manière qualitative. L'objectif est d'évaluer et de classer l'importance économique, sociale et écologique de la chaîne de valeur ajoutée pour le canton du Valais.

### 5.1 Notion de valeur ajoutée non monétaire

Les plus-values non monétaires sont des effets économiques qui ne peuvent être exprimés en termes monétaires, ou seulement de manière indirecte. Dans le cadre des études sur la valeur ajoutée, les termes suivants sont utilisés comme synonymes ou comme compléments :

- **Effets externes de la création de valeur** : les effets externes de la création de valeur résultent du mécanisme du marché de l'offre et de la demande, mais agissent en dehors de la chaîne de valeur proprement dite, en l'occurrence celle du Raclette du Valais AOP.
- **Effets économiques externes** : les effets économiques externes agissent également en dehors de la chaîne de valeur ajoutée proprement dite. Cependant, ils ne résultent pas du mécanisme du marché, mais comprennent des externalités positives ou des avantages externes dans le domaine social ou environnemental.

En plus de ces effets externes, la présente étude prend également en compte les effets internes qui surviennent au sein de la chaîne de valeur lors de la production, de la transformation ou de la distribution, et qui ne peuvent pas non plus être exprimés en termes monétaires, ou seulement de manière indirecte.

## 5.2 Concept de la logique d'impact

Dans cette étude, les plus-values non monétaires sont enregistrées et analysées dans le contexte d'une logique d'impact spécifique. Une telle logique d'impact comprend, d'une part, certaines activités avec des intrants et des extrants clairement définis. D'autre part, les effets non monétaires déploient leur effet auprès de groupes cibles clairement définis (résultats et impact). Les intrants, les extrants, les résultats et l'impact peuvent être représentés dans un modèle d'impact (voir Figure 18 : schéma du modèle d'impact pour les plus-values non monétaires).

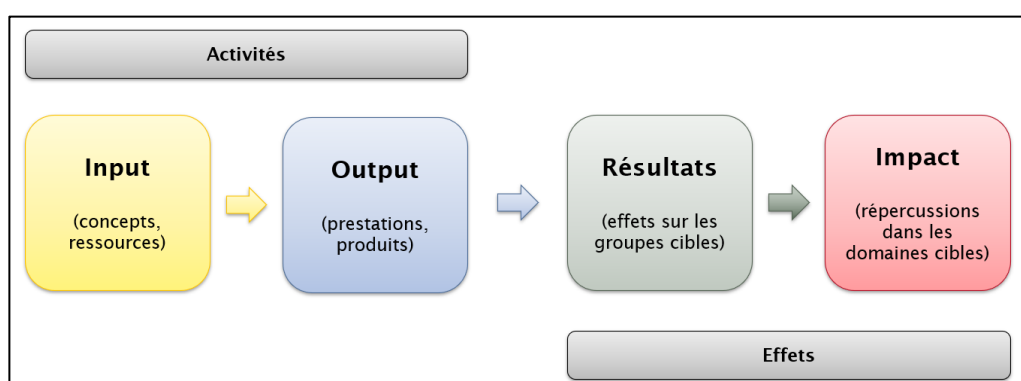


Figure 18 : schéma du modèle d'impact pour les plus-values non monétaires

## 5.3 Résultats

### 5.3.1 Activités

En principe, les activités au sens de la logique d'impact mentionnée ci-dessus comprennent, d'une part, celles qui sont liées à la production et à la distribution du Raclette du Valais AOP (activités à tous les niveaux de la chaîne de valeur) et, d'autre part, celles qui sont liées aux tâches de marketing et de communication de l'interprofession.

#### Activités liées à la production et à la commercialisation du Raclette du Valais AOP

Le cahier des charges de Raclette du Valais AOP permet d'identifier différentes activités spécifiques à l'interprofession (voir **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**).

Tableau 5 : Activités spécifiques à l'interprofession sur la base du cahier des charges de Raclette du Valais AOP

Étapes de la chaîne de valeur	Activités spécifiques	Cahier des charges
Production laitière	Alimentation à base de fourrage grossier (sans ensilage ni OGM)	Article 6
Transformation du lait	Fabrication à partir de lait cru (sans ultrafiltration, microfiltration, bactofugation, ajout de crème de lactosérum et traitement thermique)	Article 7
	Transformation locale du lait	Articles 2 et 8
	Règle de pureté (seuls l'eau, le sel, la présure ainsi que les cultures lactiques et de morge sont	Article 9

	autorisés comme additifs et auxiliaires)	
	Transformation dans une cuve en cuivre	Article 10
	Utilisation de cultures fromagères spécifiques	
Affinage du fromage	Utilisation de cultures naturelles de croûte fleurie	Article 11
	Stockage sur des planches en sapin rouge brut	Article 2
	Affinage exclusivement en Valais	

Selon les experts interrogés, les activités suivantes sont pertinentes pour la valeur ajoutée non monétaire du Raclette du Valais AOP :

- Élevage et pâturage
- Promotion des exploitations agricoles familiales
- Fabrication et affinage de fromages spécifiques selon le cahier des charges
- Formation et apprentissage du personnel spécialisé
- Diversification des produits
- Commercialisation directe et distribution locale
- Distribution via la restauration locale
- Distribution en Suisse romande et en Suisse alémanique
- Activités d'exportation

#### **Activités liées aux tâches de marketing et de communication de l'interprofession**

Conformément aux statuts, les activités suivantes font partie des tâches principales de l'interprofession Raclette du Valais AOP :

- Protection de la marque Raclette et de l'origine valaisanne
- Promotion de la qualité et des ventes
- Planification et régulation de la production
- Représentation des intérêts et relations publiques

Selon les experts interrogés, les activités suivantes sont pertinentes pour la valeur ajoutée non monétaire de Raclette du Valais AOP :

- Garantie d'origine et de provenance grâce à la marque AOP
- Assurance qualité du produit
- Formation et échange de connaissances
- Campagnes d'information et de sensibilisation
- Différenciation entre la raclette (raclage traditionnel d'une demi-meule de fromage) et la raclonnette (fonte de tranches de fromage dans des poêlons)
- Sensibilisation des hôteliers et restaurateurs
- Communication émotionnelle et travail médiatique (storytelling)
- Participation à des manifestations culturelles et à des dégustations
- Présence à des salons et manifestations internationaux
- Parrainage d'événements nationaux sous forme de fromage, d'infrastructure et de personnel
- Lobbying politique et programmes de soutien financier
- Coopération et présence commune sur le marché des différentes interprofessions
- Coordination entre l'interprofession, Valais Promotion, les autorités cantonales et d'autres organisations agricoles
- Coopérations avec des organisations touristiques
- Plateformes et réseaux pour les producteurs et les commerçants

#### 5.3.2 Groupes cibles

Comme mentionné dans l'introduction, les groupes cibles comprennent des acteurs à l'intérieur et à l'extérieur de la chaîne de valeur. Les acteurs externes peuvent être des acteurs d'autres secteurs économiques, mais aussi des acteurs de la société civile. Dans ce dernier cas, les effets non monétaires ne concernent pas les intérêts privés, mais les intérêts publics de la société.

Selon les experts interrogés, différents groupes cibles bénéficient de la valeur ajoutée non monétaire de Raclette du Valais AOP (voir **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**).

Tableau 6 : Groupes cibles bénéficiant des plus-values non monétaires de Raclette du Valais AOP

Catégorie d'acteurs	Groupes cibles
<b>Acteurs de la chaîne de valeur</b>	Exploitations agricoles et alpines valaisannes (principalement petites et moyennes exploitations laitières)
	Petits et moyens fabricants et affineurs de fromage
	Entreprises de commerce de détail et de gros dans le canton du Valais
	Entreprises actives dans l'exportation de fromage
<b>Acteurs d'autres secteurs économiques</b> (effets externes de création de valeur)	Entreprises artisanales et industrielles (PME) du canton du Valais
	Entreprises touristiques et gastronomiques dans le canton du Valais
	Organisations de promotion touristique dans le canton du Valais
	Organisations culturelles et événementielles dans le canton du Valais
<b>Acteurs de la société civile</b> (effets économiques externes)	Autorités cantonales
	Communauté culturelle et associations dans le canton du Valais
	Population locale
	Jeunes et générations futures du canton du Valais
	Visiteurs suisses et étrangers
	Propriétaires de résidences secondaires
	Consommateurs hors canton
	Établissements d'enseignement et de recherche
Ensemble de la Suisse	

### 5.3.3 Valeurs ajoutées non monétaires (effets)

Les valeurs ajoutées non monétaires suivantes liées à Raclette du Valais AOP ont été mises en évidence lors des entretiens. L'ordre dans lequel elles sont mentionnées est aléatoire et n'a aucune incidence sur leur importance ou leur priorité aux yeux des personnes interrogées.

- Le Raclette du Valais AOP comme élément constitutif de l'identité régionale et de la fierté du canton du Valais (également chez la jeune génération)
- Raclette du Valais AOP comme vecteur d'image authentique pour le marketing touristique du canton du Valais (au sens d'une carte de visite)
- Le Raclette du Valais AOP comme élément d'une expérience culinaire régionale (avec le vin, la viande séchée et les abricots)
- Raclette du Valais AOP comme élément d'une économie locale avec des circuits courts et des lieux de formation et de travail décentralisés
- Maintien et entretien du paysage culturel alpin grâce aux vaches laitières et à la production laitière
- Raclette du Valais AOP comme stratégie de création de valeur pour l'agriculture et l'économie alpestre basées sur les prairies du canton du Valais
- Raclette du Valais AOP, vecteur des méthodes de fabrication traditionnelles et du savoir-faire artisanal
- Consommation de Raclette du Valais AOP comme événement communautaire à valeur ajoutée conviviale
- Réputation nationale et internationale du Raclette du Valais AOP en tant que fromage de variété de haute qualité

## 5.4 Résumé et conclusion

De manière générale, les experts interrogés voient de nombreuses valeurs ajoutées non monétaires qui profitent à différents groupes cibles. Cela profite non seulement aux acteurs de la chaîne de valeur proprement dite, mais aussi à d'autres secteurs économiques tels que le tourisme et la société civile au sens large. Une large gamme d'activités est nécessaire pour que ces valeurs ajoutées puissent être créées et exploitées. Outre la production et la distribution de Raclette du Valais AOP, les activités de l'interprofession jouent un rôle essentiel à cet égard.

En résumé, différentes chaînes d'effets peuvent être décrites (voir **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**).

Tableau 7 : d'effets concernant les plus-values non monétaires du Raclette du Valais AOP avec des activités et des groupes cibles spécifiques

Activités	Valeurs ajoutées non monétaires	Groupes cibles
Fabrication du fromage selon un cahier des charges strict garantissant l'origine et la provenance	<b>Le Raclette du Valais AOP, vecteur d'image authentique</b>	Organisations de promotion touristique
Récit émotionnel par l'intermédiaire de l'interprofession, qui établit une distinction claire entre la raclette et la raclonette		Entreprises industrielles et artisanales cantonales
Bonne collaboration avec Valais Promotion, les organisations touristiques et le canton		Autorités cantonales
Commercialisation du fromage en dehors du canton et exportation	<b>Réputation nationale et internationale du Raclette du Valais AOP en tant que fromage de qualité supérieure</b>	Exportateurs de fromage
Contrôle qualité strict par l'interprofession		Consommateurs hors du canton
Parrainage d'événements nationaux		Établissements d'enseignement et de recherche
Participation à des manifestations internationales		Toute la Suisse
Distribution du fromage via la gastronomie locale	<b>Le Raclette du Valais AOP comme élément d'une expérience culinaire régionale</b>	Entreprises touristiques et gastronomiques
Sensibilisation de l'hôtellerie et de la restauration		Clients suisses et étrangers
Bonne collaboration entre les différentes organisations professionnelles agricoles cantonales	<b>Le Raclette du Valais AOP dans le cadre d'un événement communautaire à valeur ajoutée conviviale</b>	Organisations culturelles et événementielles
Participation de l'interprofession à des manifestations et des dégustations		Communauté culturelle et associations
Campagnes régulières d'information et de sensibilisation	<b>Le Raclette du Valais AOP comme élément constitutif de l'identité régionale et de la fierté cantonale</b>	Population locale
Lobbying politique par l'intermédiaire de l'interprofession		Jeunes et générations futures

Préservation et promotion de l'élevage et de l'utilisation des pâturages	<b>Maintien et entretien du paysage culturel alpin grâce au Raclette du Valais AOP</b>	Hôtes suisses et étrangers
Promotion des exploitations agricoles familiales		Propriétaires de résidences secondaires
Diversification des produits	<b>Raclette du Valais AOP comme stratégie de création de valeur pour l'agriculture et l'économie alpestre basées sur les prairies</b>	Petites et moyennes exploitations laitières
Bonne formation du personnel spécialisé	<b>Le Raclette du Valais AOP, vecteur des méthodes de fabrication traditionnelles et du savoir-faire artisanal</b>	Petits et moyens fabricants de fromage et affineurs
Offres de formation et échange de connaissances par l'intermédiaire de l'interprofession		
Commercialisation directe et distribution locale	<b>Le Raclette du Valais AOP, élément constitutif d'une économie locale caractérisée par des circuits courts et des lieux de formation et de travail décentralisés</b>	Petites et moyennes exploitations laitières
Réseaux de producteurs et de commerçants		Petits et moyens fabricants et affineurs de fromage
		Entreprises de commerce de détail et de gros

Enfin, il convient de noter que ces différentes chaînes d'impact ne fonctionnent pas isolément les unes des autres, mais uniquement dans leur ensemble. Il existe des interactions plus ou moins fortes et des recouvrements plus ou moins importants entre les différentes chaînes d'impact. C'est notamment le cas, par exemple, entre l'identité régionale et l'aspect convivialité ou entre l'entretien du paysage et la stratégie de création de valeur basée sur les prairies. L'approche isolée doit toutefois faciliter, dans une prochaine étape, l'identification d'approches possibles pour une meilleure valorisation des plus-values non monétaires.

## 6 Conclusion

Sous l'appellation d'origine Raclette du Valais AOP, environ deux tiers du lait cru produit sans ensilage en Valais sont transformés et commercialisés sous forme de fromage. Le RdV AOP contribue de manière significative à la création de valeur ajoutée régionale dans l'agriculture valaisanne, crée et maintient des emplois dans les régions périphériques, contribue directement et indirectement au maintien des structures, à l'identité régionale et à l'attractivité du Valais en tant que région touristique.

## 7 Bibliographie

Blätter T, Durgai B, Peguiron D, Raaflaub M, Winckler L, 2013. Wirtschaftlichkeit der Alpung in der Schweiz. Serie AlpFutur. Agrarforschung Schweiz 4 (3): 108-115, 2013

Feller M, Blättler T, 2025. AlpkostenErgebnisseNeu 06\_2025. Fichier Excel du 1.07.2025. Données non publiées issues de travaux en cours. Haute école des sciences agronomiques, forestières et alimentaires, 3052 Zollikofen.

MISTA, 2024. Statistiques laitières de la Suisse, 2023. TSM, SMP, SCM, BO Milch, Agristat. [https://www.sbv-usp.ch/fileadmin/user\\_upload/MISTA2023\\_def\\_online.pdf](https://www.sbv-usp.ch/fileadmin/user_upload/MISTA2023_def_online.pdf), consulté le 01.07.2025

Schmid D, Hoop D, Renner S, Pierrick J, 2024. Évaluation centrale des données comptables. Statistiques du revenu agricole 2023. Échantillon de la situation des revenus. Économie, publication spéciale, novembre 2024. Agroscope, Tänikon 1, 8356 Ettenhausen, Suisse. <https://link.ira.agroscope.ch/de-CH/publication/57795>

Service de l'agriculture, 2025. listeIPRAnonymisée. Fichier Excel contenant des données structurelles anonymisées sur les producteurs de lait Raclette du Valais AOP. Office de l'agriculture du canton du Valais. Consulté le 05.03.2025

Swissmilk (2018): Raclette du Valais AOP. Marktstudie 2018. Nationale Erhebung. Onlinebefragung (Présentation).

Swissmilk (2023): Marktstudie Raclette du Valais AOP 2023. Onlinebefragung (Présentation).

## Remerciements

Les auteurs de l'étude remercient chaleureusement l'interprofession Raclette du Valais AOP pour cette précieuse mission, tous les producteurs et transformateurs laitiers interrogés ainsi que les experts interviewés pour leurs informations et leur confiance, et l'Office de l'agriculture du canton du Valais pour son soutien !