

Communiqué de presse

Le réseau “éco-fromage AOP” de Kaltbach a été mis en service

Lucerne, le 26 octobre 2021 – **Pour confectionner ses spécialités fromagères Kaltbach affinées en grotte, Emmi mise désormais sur l'énergie solaire et sur un réseau local “éco-fromage AOP”, de la ferme à l'affinage, en passant par la fabrication. La pièce maîtresse de ce système est une nouvelle installation photovoltaïque installée sur le bâtiment de production à Kaltbach. Elle vient compléter la ligne de production d'Emmentaler AOP de la Fromagerie Schlierbach, alimentée à l'énergie solaire. Les fournisseurs de lait locaux se tournent eux aussi de plus en plus vers ce type d'énergie. Les sources d'énergie alternatives constituent un élément important pour Emmi dans son objectif de réduire ses émissions de CO₂ de 60 % d'ici à 2027 et de réaliser sa vision “netZERO” d'ici à 2050.**

Dans le cadre de sa vision “netZERO” 2050, Emmi s'est fixé comme objectif intermédiaire de réduire de 60 % ses émissions de CO₂ d'ici à 2027. Pour cela, le groupe laitier mise d'une part sur l'augmentation de l'efficacité énergétique de ses usines de production, et d'autre part sur le recours accru aux énergies renouvelables et le développement constant des capacités d'auto-production de courant vert.

Emmentaler AOP affiné en grotte et au soleil

Certains bâtiments d'Emmi et de ses filiales en Suisse et à l'étranger sont déjà équipés d'installations photovoltaïques ou solaires thermiques. Le site de production d'Emmen, le plus grand de Suisse, utilise lui aussi l'énergie solaire en plus de son chauffage à copeaux de bois. La “Käserei Studer” à Hefenhofen, la “Molkerei Biedermann” à Bischofszell, la Fromagerie de Saignelégier ou encore la “Lataria Engiadinaisa” à Bever abritent elles aussi des installations photovoltaïques.

2/4

De nouveaux systèmes à énergie solaire ont également été mis en service récemment sur les toits du site d'Emmi à Kaltbach. Ici, dans les profondeurs de la terre, on affine dans des conditions naturelles des fromages Kaltbach AOP sélectionnés: 12,5 degrés et 94 % d'humidité y règnent en permanence. Kaltbach est l'une des marques clés d'Emmi, avec une part d'exportation de 70 % environ.

“Pour Emmi, qui est une entreprise qui voit les choses à long terme, la protection du climat et la réduction des gaz à effet de serre est une priorité absolue afin de préserver le caractère unique de nos spécialités fromagères pour les générations futures. Notre nouvelle installation photovoltaïque incarne notre sens de la responsabilité face à cette mission”, déclare Roland Ziswiler, directeur d'exploitation chez Emmi Kaltbach.

Les partenariats ont du potentiel

L'installation photovoltaïque de Kaltbach est la pièce maîtresse d'un réseau local “éco-fromage AOP”. En effet, non loin de là, la Fromagerie Schlierbach (qui affine également une partie de ses Emmentaler AOP à Kaltbach) mise aussi sur l'énergie solaire, à l'instar de certains producteurs de lait qui fournissent la fromagerie. C'est notamment le cas de Marcel Arnold de la ferme Bodenacherhof à Wikon. Depuis le printemps, la Fromagerie Schlierbach produit du courant solaire sur ses toits et le fournit à Emmi. Bruno Arnold, président de la coopérative fromagère de Schlierbach-Krumbach, explique: “En tant que fournisseur d'Emmi, notre installation solaire nous permet d'apporter une contribution importante au développement durable et à la réalisation de la vision ‘netZERO’ 2050.” Cet exemple l'illustre bien: pour que les générations futures puissent aussi déguster des produits laitiers de qualité et pour réduire les émissions de CO₂ tout au long de la chaîne de création de valeur ajoutée, il faut impérativement réaliser des solutions complètes, en intégrant les fournisseurs de lait, les producteurs et des partenaires innovants.

Investir aujourd'hui pour demain

Dans le sens de son objectif de neutralité climatique pour 2050, Emmi étudie déjà chaque

3/4

projet de construction en Suisse pour voir s'il est possible d'y ajouter une installation photovoltaïque – sur les nouveaux bâtiments comme sur les anciens. Le toit de la nouvelle fromagerie du site d'Emmen, actuellement en construction, comportera également des éléments photovoltaïques. A partir de 2023, ceux-ci devraient fournir 230 000 kWh supplémentaires. En raison du prix de l'électricité peu élevé actuellement, une installation photovoltaïque individuelle n'est pas rentable avant une bonne quinzaine d'années, d'un point de vue purement économique. Mais elle permet de réduire son empreinte écologique et constitue un investissement pour l'avenir, qui aide à atteindre les objectifs fixés.

Matériel à télécharger et informations complémentaires

[Photos](#)

[Portrait de Bodenacherhof, Wikon](#)

[Site Web Fromagerie Schlierbach](#)

[Site Web Kaltbach](#)

[Modèle de durabilité Emmi](#)

Contact pour les médias

Communication du groupe Emmi

Markus Abt, responsable de la communication du groupe

media@emmi.com

A propos de la grotte de Kaltbach

Kaltbach incarne les meilleures spécialités fromagères suisses, affinées par la grotte et par les maîtres. Dans la grotte de grès naturelle du Santenberg lucernois, le climat unique (12,5 degrés et 94 % d'humidité en permanence) et les soins attentifs des maîtres-fromagers transforment un fromage suisse de qualité en véritable œuvre d'art de Kaltbach affinée en grotte. Déjà au début des années 1950, on stockait du fromage dans une galerie longue de 50 mètres, creusée dans le grès. La grotte a été agrandie pour la première fois en 1956. En 1993, Emmi a racheté la grotte et l'a transformée en un site de fabrication de spécialités fromagères, parvenant naturellement à maturation dans une grotte.

C'est en 1999 que Le Gruyère AOP est affiné pour la première fois en grotte. Située jusqu'à 60 mètres de profondeur, la grotte s'étend actuellement sur plus de 2,3 kilomètres et peut accueillir près de 150 000 meules de fromage. La famille des fromages Kaltbach regroupe neuf chefs-d'œuvre uniques, dont Le Gruyère AOP Kaltbach, Kaltbach Emmentaler AOP et Kaltbach Appenzeller pour ne citer qu'eux. Ces fromages suisses traditionnels s'accompagnent du fromage de montagne Kaltbach Engadiner Bergkäse, du fromage à la crème Kaltbach, ainsi que du Kaltbach Swiss Gouda et, depuis peu, du fromage de chèvre Kaltbach. Les fromages issus de la grotte de Kaltbach sont populaires en Suisse et à l'étranger. Près de 70 % des fromages Kaltbach sont exportés, principalement aux Etats-Unis, en Allemagne et aux Pays-Bas.

4/4

La grotte est ouverte aux visiteurs et peut aussi être visitée de manière virtuelle: <https://www.emmi-kaltbach.com/che/fr/la-grotte/visite-virtuelle>.

A propos d'Emmi

Emmi est le premier groupe laitier de Suisse. La société a été fondée en 1907 par 62 coopératives laitières de la région de Lucerne. Au cours des 20 dernières années, Emmi s'est développée pour devenir un groupe d'entreprises international coté en Bourse, avec des marques solides, comme Emmi Caffè Latte ou les fromages Kaltbach, et une position de leader sur les marchés. Emmi mène depuis de nombreuses années une stratégie fructueuse basée sur trois piliers: la consolidation de sa position sur le marché intérieur suisse, le développement de ses parts de marché à l'étranger et la maîtrise des coûts. Les principes de l'entreprise témoignent du sens aigu des responsabilités dont Emmi fait preuve vis-à-vis des personnes, des animaux et de l'environnement.

Emmi élabore en Suisse une gamme complète de produits laitiers portant ses marques propres ou les marques de ses clients, dont les champions de l'exportation Emmi Caffè Latte et Kaltbach. Selon les pays, Emmi fabrique aussi localement des produits qui sont le plus souvent des spécialités. La société transforme du lait de vache ainsi que du lait de chèvre et de brebis.

En Suisse, le groupe Emmi compte 25 sites de production. A l'étranger, l'entreprise possède des filiales dans quatorze pays et des sites de production dans neuf d'entre eux. Elle exporte ses produits depuis la Suisse dans près de 60 pays. Outre le marché intérieur suisse, les marchés principaux d'Emmi sont l'Europe occidentale et le continent américain. Le chiffre d'affaires de 3,7 milliards de francs suisses, réalisé pour plus de 10 % avec des produits bio, se répartit pour moitié en Suisse et pour moitié à l'international. Près des deux tiers de ses 8900 collaborateurs environ travaillent sur des sites hors de Suisse.