



## La Denominación de Origen Protegida (DOP) Gruyère resiste bien la crisis sanitaria

*El Gruyère en las listas de compras básicas de los clientes durante el COVID-19.*



ALIMENTACIÓN | DENOMINACIONES DE ORIGEN Y CALIDAD DIFERENCIADA | LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS



EUROPA | SUIZA

GINEBRA 22.04.2020

Las ventas de DOP Gruyère están resistiendo el impacto negativo de la pandemia de COVID-19. Han mostrado un buen desempeño desde el comienzo del año, después de un ejercicio "brillante" de 2019, según Philippe Bardet, director de la Interprofesional del Gruyère (IPG).

La industria de DOP Gruyère produjo 30.755 toneladas durante el año pasado, con ventas de 30.357 toneladas, indicó Philippe Bardet en una entrevista publicada el miércoles en las columnas del diario de Friburgo La Liberté. Ambos volúmenes están creciendo a niveles récord.

El director de la IPG está satisfecho con la resistencia de las ventas en el contexto de la crisis de salud que ha prevalecido desde hace dos meses. "En comparación con el mercado global, el efecto es casi paradójico. A nivel nacional, y aún más regional, los consumidores frecuentan más las tiendas y las fábricas de queso".

"El Gruyère aparentemente aparece en las listas de compras básicas de los clientes de la gran distribución", señala Philippe Bardet. "También nos estamos beneficiando de la tendencia de los últimos dos años, es decir, un buen consumo de nuestro queso a nivel suizo".

### Impacto por cierre de restaurantes y en exportaciones

En cuanto al impacto del cierre de restaurantes, la incidencia es bastante baja. El momento "más o menos coincide con el final del gran período de fondue", señala el director. "Si el anuncio se hubiera hecho en noviembre, el impacto habría sido mayor para nuestro queso".

Las exportaciones también muestran un buen resultado por el momento. "Alrededor del 40% de las ruedas de Gruyère se venden en el extranjero y, hasta finales de marzo, las exportaciones fueron excelentes", se congratula Philippe Bardet. Particularmente a los Estados Unidos, principalmente al final del trimestre.

"Como se programó un aumento de precios para el 1 de abril, algunos clientes pudieron haber comprado rápidamente antes de esa fecha", dijo el director de IPG. Sin embargo, anticipa una disminución en abril.