

>> **Terroir**  
En direct  
de Bourgogne



>> **Actualité**  
Initiatives et vie  
des entreprises



>> **En vedette**  
Mont d'or,  
début de saison



# Profession **fromager**

LE MAGAZINE DES FROMAGES DE TRADITION

N°49, NOV-DÉC 2011 10 €

**PORTRAITS**  
Six familles  
de fromagers

**STRATÉGIE**  
La difficile  
émergence  
des réseaux

NUMÉRO SPÉCIAL

# AU CŒUR DU DÉTAIL

Etat des lieux du réseau traditionnel  
et scénarios d'évolution

Chez Pierre Rollet-Gérard, fromager  
au marché couvert de Libourne (Gironde).

351

352

# Profession fromager

Editions ADS  
7, rue de l'Hôpital-Militaire  
59000 Lille  
Tél.: 03 20 83 13 17  
Fax: 03 20 66 04 83  
www.professionfromager.com  
Email: profession.fromager@wanadoo.fr

### Directeur de la publication,

#### Rédacteur en chef:

Arnaud Sperat-Czar

Tél.: 03 20 83 13 17

#### Secrétaire générale de la rédaction :

Florence Boulenger

#### Rédaction:

Christophe Demay, Michel James,

Thomas Larquemain,

Anne-Laure Soulé

#### Conception graphique :

Laurent Séminel

#### Régie publicitaire:

Ad Hoc, Sylvain Cousin

5, cité Riverin - 75010 Paris.

#### Directeur de publicité:

Nicolas Bevilacqua

Tél.: 01 42 40 94 09

Fax: 01 42 40 66 90

email: nicolas.bevilacqua

@editions-ad-hoc.fr

#### Abonnements:

voir bulletin page 6

Edité par les Editions ADS

7, rue de l'Hôpital-Militaire

59000 Lille

#### Principal associé:

Arnaud Sperat-Czar

#### Imprimeur:

Centre Impression (Limoges)

Les exemplaires destinés aux lecteurs membres de la Guilde des Fromagers comprennent un encart libre de 4 pages, numéroté de I à IV, intitulé "Guilde des Fromagers".

#### Dépôt légal: à parution

#### N° Commission paritaire:

06 09 T 81768

ISSN: 1287-1710

© Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, des pages publiées dans la présente publication, faite sans autorisation de l'éditeur, est illicite et constitue une contrefaçon. Seules sont autorisées les reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective, et les analyses et courtes citations justifiées par le caractère scientifique ou d'information de l'œuvre dans laquelle elles sont incorporées (Loi du 11 mars 1957 - art. 40 et 41 et Code pénal - art. 425).

## AU SOMMAIRE DE CE NUMÉRO

### ACTUALITÉ

4. Vite dit

### DOSSIER

8. Le détail en détails

9. Portraits-robots

10. Synthèse de l'enquête FNDPL-CNAOL-CNIEL

12. Six grandes familles de fromagers

> La fromagerie de quartier

> Le conquérant

> Le mini-réseau

> Un marché par jour

> Une flotte de marchés

> Le maillage d'un territoire

23. Les leviers de la croissance

24. La difficile émergence des réseaux

28. Les nouvelles tendances

32. La part belle aux AOC

### TERROIR

35. En direct de Bourgogne

### ORIGINES

37. Mont d'or, une boîte à deux vitesses



Les détaillants, portrait d'une profession (p.8 à 32).



La filière mont-d'or communique pour allonger la période des ventes, actuellement concentrée autour des Fêtes (p.37).

### >> Index: personnes, entreprises et organismes cités dans ce n°

Arnaud, Florence .37	Fromagerie Berthaut . . . . .35	Kassab, Maher 11,23	<b>LES ANNONCEURS</b>
Bartkowiez, Alain 36	Fromagerie Chévenet . . . . .35	Lerner, Anne. . . . .11	Ballouhey . . . . .19
Beillevaire, Pascal 24	Fromagerie du Val d'Osseux . . . . .36	Loisy, Jean-Paul . . .36	Boska Holland . . .21
Blohorn, Stéphane . . . . .24	Fromagerie Giroud . . . . .35	Lorho, Cyrille. . . . .29	Cave de Peyrelade . . . . .35
Bordeau, Sylvie . .18	Fromagerie Onetik 5	Marchand, Philippe . . . . .24	Espagnac Frères . . .5
Borrel, Bruno . . . .25	Fromageries occitanes . . . . .5	Maret, Claude. . . .31	Etoile du Quercy. . .2
Cezard, Eric . . . . .12	Gaec des Maronniers . . . . .36	Maurance, Xavier . . .5	Eudelac . . . . .19
CG Capital Holdings . . . . .5	Gaec Leclere . . . . .36	Michelin, Daniel . .22	Farto de Thônes . .16
Cnaol . . . . .8	Gagne, Pierre-Alain 5	Minvielle, Frédéric . . . . .15	Fromagerie Berthaut . . . . .19
Cniel . . . . .8	Gallileo Business Consulting. . . . 10,23	Moulem, Yolande. . .4	Fromagerie Delin 27
Collet, Bruno. . . .29	Gay, Pierre . . . . .30	Murcia, Stéphane 17	Fromagerie Gaugry . . . . .35
Demarty, Nicole . .11	Gibier, Sandrine . .36	Odéon. . . . .25	Fromagerie Paccard . . . . .32
Dubois, Jean-François . . . . .20	Grosdidier, Clarence 5	Querry, Claude . . . .7	Ideabrill . . . . .16
Dubois, Laurent . .29	Hebel, Pascale . . .11	Quesnot, Jacky . . .10	Odéon. . . . .33,34
Dubouloz, Jacques 21	Hess, Mathilde . . .23	Rizet, Daniel. . . . .35	Syndicat de la fourme de Montbrison . . .39
EARL de la Jersiaise . . . . .36		Tourrette, René. . .24	Syndicat du morbier . . . . .13
Euzet, Pascal. . . .14		Triballat Rians. . . . .4	
FNDPL . . . . .4,8		Verdier, Géraldine. .4	
		Verneau, Dominique . . . . .4	

En vedette

La filière mont-d'or invite ses fabricants à se fournir en sangles d'épicéa locales, même si les sangliers sur zone AOP restent trop peu nombreux.

DAG DU MONT D'OR

# MONT D'OR

## Une boîte à deux vitesses

**S**ous le feu des projecteurs à l'occasion des fêtes de fin d'année, le mont d'or a néanmoins du mal à rester dans la lumière jusqu'en mai. Comme le veut la tradition, les premiers monts-d'or de la saison ont été commercialisés le 10 septembre dernier. Si la filière se porte bien, avec une hausse constante des ventes et de la production (record de 4736 tonnes fabriquées l'année dernière), un constat demeure inchangé : le mont d'or « s'éteint » lentement après les fêtes de fin d'année. Théoriquement, la saison s'étend du 10 septembre au 10 mai, mais en pratique, les ventes sont concentrées sur quelques semaines.

Le mont d'or, qui est la plupart du temps consommé chaud, est ainsi dépendant des conditions météorologiques et victime de son image de fromage de fête, à cuisiner. « La courbe des ventes est de plus en plus marquée au moment des fêtes. L'année dernière, nous avons connu un très bon début de saison avec un climat hivernal en novembre et décembre. Puis la saison s'est presque arrêtée au 1<sup>er</sup> janvier, et en février

le climat était tellement doux que les gens commençaient à ressortir les barbecues », explique Florence Arnaud, animatrice du syndicat. Passé le mois de décembre et ses 990 tonnes vendues, la saison 2010-2011 s'est achevée en toute discrétion avec 273 tonnes écoulées en mars, les mois d'avril et de mai affichant des résultats presque nuls.

### >> Pour une réhabilitation sur les plateaux

Face à ce pic de ventes et à ces demi-saisons discrètes, le syndicat mise sur une communication prolongée afin que le consommateur garde le mont d'or à l'esprit. « Pour la première fois, nous organisons en janvier 2012 un concours de recettes dans les cuisines d'un chef étoilé du Haut-Doubs. Ces festivités se dérouleront dans le cadre d'un événement sportif de grande envergure : le combiné nordique. Nous visons pour cet événement inédit une couverture médiatique nationale », annonce Florence Arnaud. Mais la « boîte chaude » comme on la surnomme, ne peut suffire à un succès prolongé surtout lorsque

les beaux jours reviennent. « Nous ne renions pas le mont d'or chaud, c'est un moteur de la production et des ventes, mais il faut aussi réhabiliter ce produit comme un fromage de plateau. Les fromagers mettent tellement de soin à le fabriquer, qu'il est dommage de ne connaître que le goût du mont d'or passé au four. Par ailleurs, le mont d'or affiche une qualité constante tout au long de la saison », estime Florence Arnaud. Parfum léger d'épicéa et de champignon, goût franc légèrement salé avec des arômes lactiques, boisés, texture fondante et onctueuse sans être coulante, le mont d'or développe une riche palette organoleptique. « L'idée que ce fromage est aussi à déguster froid, peut être véhiculée par le travail des crémiers-fromagers avec des dégustations grâce au grand format destiné à la coupe », explique le syndicat. Chaud ou froid, le succès du mont d'or ne se dément pas, mais ce fromage typique d'automne-hiver ne bouderait pas le plaisir de grappiller quelques jours de printemps. ■

PAR THOMAS LARQUEMAIN ●●●

# Les points-clefs du décret

DGS DU MONT D'OR

« Théoriquement, la saison s'étend du 10 septembre au 10 mai, mais en pratique, les ventes sont concentrées sur quelques semaines. »



## Repères

- ▶ **AOC** : 1981
- ▶ **Poids** : de 480 g à 3,2 kg
- ▶ **Forme** : cylindre plat
- ▶ **Fabrication** : du 15 août au 15 mars
- ▶ **Vente** : du 10 septembre au 10 mai
- ▶ **Volumes** : 4 736 tonnes (2010)
- ▶ **Affinage** : 21 jours
- ▶ **Filière** : 494 producteurs de lait, 11 ateliers de fabrication

## Mise en boîte

●●● Si la boîte est véritablement l'emblème du mont d'or, elle permet aussi de lui donner sa forme si caractéristique. Sous le couvercle, la croûte ondule. Ces plis qui font écho au relief des montagnes de son berceau d'origine se forment au moment de la mise en boîte. Le fromage sanglé possède en effet un diamètre plus large que celui de la boîte.

## L'épicéa, l'ami de toujours

C'est ce résineux qui est en partie responsable du goût du mont d'or. Il est présent à plusieurs étapes de la fabrication et son utilisation est rendue obligatoire dans le cahier des charges. On trouve l'essence d'abord dans la sangle qui entoure le fromage après le pressage et le démoulage du caillé. Le mont d'or est également affiné sur des planches en épicéa. Enfin, la boîte est faite du même bois.

Les sangliers de la région dénoncent depuis plusieurs années l'importation de sangliers étrangers. Ils ont ainsi mis en place une pétition durant l'été 2011, réclamant l'utilisation unique de sangliers locaux. De son côté, le syndicat du mont



d'or rappelle que la sangle d'épicéa « fait partie des conditions de production, son utilisation est définie dans le cahier des charges : essence du bois, dimensions, conditions de stockage. En revanche son origine n'en fait pas partie. Si une zone devait être définie, ce ne pourrait être que celle de l'AOP, or les sangliers fabriqués dans cette zone seraient insuffisants en quantité ». La filière indique cependant qu'elle incite les fabricants à se fournir localement. « Nous déplorons le manque d'organisation de la profession des sangliers pour faire face à la demande », conclut le syndicat du mont d'or.

## Zone de production

Comme son nom l'indique (le Mont d'Or est le point culminant du Doubs à 1463 m), le mont d'or est un fromage de montagne. Il est fabriqué uniquement sur les plateaux du Haut-Doubs et seulement dans des villages situés à plus de 700 m d'altitude. Sa zone de production est définie entre la source du Doubs et le Saut du Doubs, à la frontière franco-suisse. Elle s'étend sur 95 communes du Haut-Doubs. ■