

Le Trèfle, nouveau fromage de chèvre fermier, né d'une association d'éleveurs du Perche et Loir

Johanne Dupuis -Ficow

Face à l'évolution des réseaux de distribution des produits fermiers dans nos régions, unir ses forces de production dans le cadre d'un groupement d'éleveurs peut représenter un atout important, en particulier pour des productions, qui, telles le fromage de chèvre, ne sont pas traditionnelles de par chez nous et ont tout à gagner à se faire mieux connaître.

Face à ce constat, quelques éleveurs wallons se sont mobilisés depuis quelques mois, pour réfléchir aux opportunités d'entamer une démarche de création d'un fromage nouveau, produit et commercialisé par chaque producteur séparément mais sujet à un cahier de charge, une appellation et un label de qualité différenciée communs.

Or, cette démarche a récemment été effectuée par des éleveurs du Perche (France), région dans laquelle la production caprine est également peu connue. Une rencontre de ces éleveurs s'imposait donc, ce qui fut réalisé ces 3 et 4 janvier 2007, par une petite délégation composée d'un couple d'éleveurs, d'un technicien fromager du Centre de Qualité des Produits Laitiers Fermiers et de la Ficow. Compte rendu de la rencontre.

Une association de 7 éleveurs... bientôt à 15 !

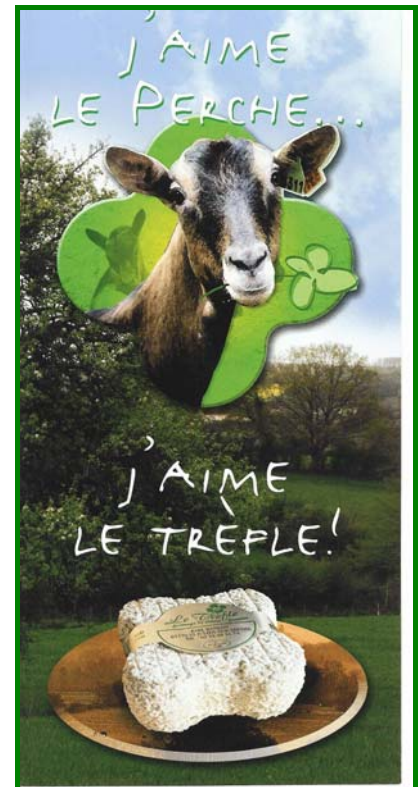
L'association des fromagers caprins Perche et Loir regroupe actuellement 7 producteurs fermiers, installés dans 4 départements voisins du Parc naturel du Perche, aire géographique de 4000 km² environ. Sur l'ensemble de cette aire géographique, on dénombre une quarantaine d'exploitations fromagères, d'une taille variant de 25 à bientôt 900 chèvres. Le président de cette association, Bruno Pelletier, a accepté de nous ouvrir les portes de son exploitation et de nous retracer l'historique de la naissance du Trèfle.

S'associer pour créer un fromage régional

Le projet est né en 1999, à l'initiative d'un éleveur de l'association, sous l'impulsion de sa volonté de faire reconnaître la région comme région productrice de

fromage de chèvres. Lassés d'être considérés comme des amateurs, comparativement à d'autres régions de France où la production caprine est mieux implantée, les éleveurs se sont mobilisés pour créer un nouveau fromage, un produit phare capable de faire reconnaître la région et d'attirer l'attention des acteurs de l'aval de la

filière sur la production, dans cette région, de fromages de qualité. Dans cette optique, contribuer au maintien du nombre d'élevages en place est important : « moins il existe d'exploitation dans une région, moins l'on y vient ». L'objectif n'était pas de réaliser directement des ventes mirobolantes ni de travailler dans une perspective de retour rapide. Par ce projet, les éleveurs s'inscrivent dans une démarche de développement à long terme de leur secteur et de leur production.



Savoir s'encadrer de compétences, jusque dans la réalisation du folder promotionnel



D'une superficie de 4000km², la zone de production du Trèfle, le Parc Naturel du Perche, s'étale sur 4 départements, entre Chartres, Orléans et Le Mans. L'exploitation de Mr Pelletier se situe au cœur de cette région, dans le village de Romilly du Perche.

L'aboutissement d'environ 80 réunions mensuelles !

En 1999, Bruno Pelletier organise une première réunion, à laquelle il convie les 40 producteurs de la région. Une douzaine d'entre eux répondent présents. Le projet, qui nécessitera un solide investissement en temps sous la forme de réunions mensuelles pendant 5 ans, aboutira en 2005, grâce à une stratégie bien pensée.

Au démarrage du projet, les éleveurs constituent rapidement l'Association des fromagers caprins Perche et Loir. L'objet social de cette association, précisé dans les statuts, est l'obtention d'un Certificat Conformité de Produit¹ pour un produit nouveau (en terme de forme et de technologie).

L'Association étant créée, les éleveurs se mettent en quête des ressources techniques et financières nécessaires à l'aboutissement du projet.

Ils se feront ainsi assister dans leurs démarches par trois personnes compétentes : un technicien fromager, précieux pour sa contribution à l'élaboration du fromage, un certificateur Ecocert, compétent pour le suivi administratif et le respect des échéances pour le dossier «cahier de charges», et un technicien caprin de la Chambre d'Agriculture, qui soutient les éleveurs dans l'élaboration du cahier de charges.

Financièrement, l'Association sera entre autres soutenue par le Conseil Général du Loir-et-Cher, qui prend en charge la rémunération de ces personnes ressources et des investissements tels que la matrice du moule et l'impression de la première série d'étiquettes.

Une fois les éleveurs associés, encadrés et soutenus, le cœur du travail peut commencer : créer le nouveau fromage et y associer un cahier de charge en vue de l'obtention du CCP, et ultérieurement d'une IGP².

Le nouveau fromage devait respecter les contraintes suivantes : valoriser un savoir faire (fromages à pâte lactique), ne pas nécessiter d'investissement matériel



PHOTO : Laurent Demeffe

Mises en évidence sur l'étiquette, les caractéristiques communicantes, points clés du cahier de charge, sont le moulage à la louche et un affinage de 10 jours. D'autres caractéristiques importantes du cahier de charge sont la fabrication au lait cru, l'interdiction du report par congélation, le statut d'agriculteur obligatoire pour le producteur, et l'origine locale des aliments grossiers.

supplémentaire dans les fromageries tout en étant innovant ; l'innovation s'est dès lors axée sur la forme du fromage. Lors d'une visite d'un musée de poterie local, un ancien moule issu de Ligeron, dans la Sarthe, attire l'attention des éleveurs par sa forme originale avec ses quatre lobes : le trèfle est né.

La mise au point de la recette (salage, égouttage, affinage,...) et de la forme définitive du moule nécessitera 6 mois d'essais réalisée chez un éleveur par le technicien fromager.

Ce n'est qu'en 2002 que l'association entamera l'élaboration du cahier de charges, qui, après de multiples modifications, sera reconnu officiellement en 2005, et attribuera au Trèfle le Certificat de conformité de Produit.

Dès ce moment, les éleveurs ne ratent plus une occasion de participer à des manifestations (salon de l'agriculture, concours national,...), voir de créer des événements (organisation dans chaque département de journées de présentation du Trèfle), pour établir la notoriété du produit.

A cette fin, un important travail de communication et de publicité reste à réaliser (passages radio, cars publicitaires, abribus,...).



PHOTO : Laurent Demeffe

Pour déterminer le nom du nouveau fromage, le Trèfle, celui-ci a été présenté aux enfants d'une quinzaine d'écoles de la région, qui avaient pour mission d'exprimer ce que ce fromage leur évoquait.

¹ Certificat de Conformité de Produit : signe de qualité français

² Indication Géographiquement Protégée

Conditions d'accès à l'association

L'accès à l'association est exclusivement réservée aux producteurs de la zone inscrits comme agriculteurs : l'industrie est donc exclue, ce qui préserve le caractère fermier du produit.

A priori, tout producteur fermier de la zone peut rentrer dans l'association : la demande pour le produit n'est à ce jour pas comblée et aucune crainte de concurrence interne n'est exprimée par les éleveurs.

Pour être membre, et avoir ainsi accès à la production de Trèfle, les éleveurs paient une cotisation annuelle de 150 euro. Ils financent également l'association par le biais de l'achat des étiquettes (0.05€/ étiquette). En contrepartie, l'association finance l'encadrement technique, les contrôles et la certification, la fourniture des moules et du premier lot d'étiquette... De sorte que l'éleveur qui rentre dans l'association n'ait aucun investissement à réaliser pour se lancer dans la production.

Conserver les réseaux de commercialisation traditionnels... tout en en élaborant de nouveaux.

A l'heure actuelle, chaque éleveur conserve ses réseaux habituels de distribution ; certains échanges de client s'opèrent (en fonction de la proximité des exploitations), et des collaborations se mettent doucement en place, pour s'introduire dans des marchés demandeurs de volumes plus importants. Même si la commercialisation reste individuelle, une règle d'or s'impose : un prix plancher a été fixé, prix sous lequel il est interdit de vendre le fromage. Ceci afin de protéger l'ensemble des producteurs d'une spirale de chute du prix.

A moyen terme, l'association envisage, puisque de nouveaux éleveurs se joignent à l'aventure, d'engager un commercial à mi-temps, chargé de la commercialisation des fromages annoncés par les producteurs.

Contrôle et certification : une collaboration entre l'association, les techniciens et le certificateur.

L'organisation du contrôle en vue de la certification est un compromis entre une recherche de rigueur et d'acceptabilité du coût.

Quatre contrôles annuels sont réalisés, par l'association elle-même, par le technicien fromager, le technicien de la Chambre d'Agriculture et par le certificateur.

L'association a établi une commission de dégustation, qui déguste trimestriellement les fromages de tous les producteurs, et les évalue sur base d'une fiche de dégustation établie par le technicien fromager.



La labellisation et la création d'un nouveau produit bien identifiable constituent un atout commercial en circuit long, plus qu'en vente directe, circuit dans lequel le lien privilégié entre le producteur et le consommateur confère déjà au produit une identité forte.

Parallèlement, le technicien fromager et le technicien caprin de la Chambre de l'Agriculture réalisent un pré-audit dans le courant du premier semestre, suite auquel le producteur définit le temps qui lui est nécessaire pour d'éventuelles mises en conformité. Vers le mois de novembre, le certificateur effectue l'audit général.

Comme mentionné plus haut, le coût des pré-audit et de l'audit général sont pris en charge par l'association, grâce aux recettes effectuées sur les ventes d'étiquettes. Afin de réduire ce coût, l'association envisage d'espacer le passage du certificateur (tous les 2 ans), le contrôle annuel restant assuré par les 2 techniciens, qui ont été agréés comme contrôleurs officiels.

Vers une augmentation des ventes en circuit long, plus marquée que dans les circuits courts !

Pour plusieurs éleveurs, et notamment les éleveurs en phase d'installation, la production du trèfle génère un réel effet bénéfique sur leur commercialisation, au point que certains d'entre eux ont été amenés à augmenter leur cheptel de 30 à 50% pour suivre la demande. Ceci est particulièrement vrai pour les éleveurs qui commercialisent sur Rungis ou sur Paris par l'intermédiaire de grossistes, intéressés par l'originalité du produit et par le label. Le Trèfle représente pour ces éleveurs, un bon produit d'appel, leur permettant également de faire connaître le restant de leur gamme. En vente directe par contre, l'impact de la production de Trèfle sur le chiffre d'affaire est à l'heure actuelle moins tangible.

En plus de l'effet bénéfique sur leur commercialisation, la création du Trèfle et de l'Association fournit aux producteurs une opportunité d'amélioration technique de leur exploitation, de par le passage fréquent du technicien fromager en exploitation, et surtout grâce au contact avec les autres éleveurs occasionnés par les nombreuses réunions, avec qui les échanges sont souvent fructueux et porteurs de savoir-faire.

Remerciements : à Mr Pelletier et Mr Boucher, membres de l'Association, pour leur accueil lors de notre visite.