

FROMAGE

L'Etivaz exporte 40% de sa production et s'inquiète de la cherté du franc

Karine Etter

Pas question de céder à la panique. Néanmoins, la chute de la monnaie européenne préoccupe la Coopérative de L'Etivaz qui réalise 40% de ses ventes de fromages à l'étranger. Son comité a décidé de renforcer la promotion pour lutter contre les effets pernicieux de la cherté du franc suisse.

Au fond de la pièce, le chaudron en cuivre aux deux tiers rempli de lait est placé au-dessus des flammes. Le chauffage se fait à petit feu. Aimée Raynaud garde un œil attentif sur le thermomètre attaché à l'anse. La sonde plonge dans le liquide blanc et affiche bientôt 32°C. La fabrication du fromage L'Etivaz a commencé. Dehors la pluie tombe, les nuages s'accrochent aux sommets d'un paysage montagneux verdoyant. A 1666 mètres d'altitude, la famille Raynaud fait paître une cinquantaine de vaches sur l'alpage de Paray-Charbon. Elle y séjourne plus de deux mois, jusqu'en septembre, puis redescend avec les bêtes au chalet d'en-dessous, au Pâquier-Gétaz. Elle terminera la saison d'estivage là où elle l'a commencée début mai.

Inquiétude mesurée

Si près de Dieu, les hommes perpétuent des gestes séculaires sans se préoccuper de l'agitation mondiale. Ici, pas de télévision, ni d'ordinateur. Seul le téléphone portable relie les alpagistes aux vivants d'en bas. Les producteurs de L'Etivaz AOC se concentrent sur leurs vaches, la fabrication du fromage, les foins, l'entretien des pâturages et des chalets. La crise financière qui secoue l'Europe et les Etats-Unis, la chute du dollar et de l'euro, ne semblent qu'un lointain brouhaha médiatique.

Pas pour Henri-Daniel Raynaud. Le président de la Coopérative des producteurs de fromages d'alpages L'Etivaz, ne cache pas une certaine inquié-

tude tout en gardant la tête froide: «Il ne faut pas dramatiser, ni céder à la panique, mais nous sommes conscients de la situation et envisageons diverses mesures pour tenter de contrer les effets du franc fort».

Un souci légitime: 40% de la pâte dure des Préalpes vaudoises, soit quelque 160 tonnes, s'écoulent sur les marchés étrangers, principalement en France-Benelux (75%), un peu en Allemagne, le reste dans l'Union européenne et aux Etats-Unis.

Pour le moment, Christophe Magne, directeur de la coopérative, reste optimiste: «Si nos clients honorent toutes leurs réservations, nous n'aurons pas trop de problème». La plupart des grossistes ont passé commande entre décembre 2010 et janvier 2011 pour avoir des fromages affinés de plus de 12 mois. «A ce jour, nous n'avons enregistré aucune annulation mais les ventes à l'export de la production 2010 commencent maintenant», explique le directeur.

Trop tôt pour évaluer l'impact de la cherté du franc. Cer-

tains acheteurs lui ont toutefois déjà laissé entendre que les affaires seront difficiles. «Ils mettent la pression pour faire baisser les prix», constate le directeur, habitué à ce jeu. Pas question de céder, Henri-Daniel Raynaud se montre catégorique: «C'est inutile et dangereux!» Même une baisse de deux francs par kilo ne suffirait pas à compenser l'effondrement de l'euro. Elle obligerait les producteurs de L'Etivaz AOC à produire à perte... pour rien!

Renforcer la promotion

Les grossistes et les crémeries de l'Hexagone vont sans doute répercuter les effets de change sur leurs prix. Vendu en France 26 à 40 euros le kilo selon les endroits, L'Etivaz AOC risque de coûter 20 à 30% plus cher. «Toute la question est de savoir si à un tel prix notre fromage trouve preneur?», se demande le président.

L'AOC est un atout indéniable. Faut-il encore l'accompagner d'un message fort. «Nous devons renforcer la promotion de notre fromage d'alpage au

lait cru, unique au monde», déclare Henri-Daniel Raynaud. Dans l'Union européenne, à cause de la législation, plus aucune spécialité fromagère n'est fabriquée au feu de bois. L'Etivaz AOC relève d'un savoir-faire quasi disparu, remontant au XII^e siècle.

Pour tirer parti de cette véritable authenticité montagnarde et mieux la valoriser, le comité de la coopérative a décidé d'engager sur mandat, à 50%, une personne qui se chargera de la vente à l'étranger. Elle aura pour tâche d'intensifier les contacts avec les grossistes et les acheteurs, notamment sur le marché de Rungis à Paris, ainsi que d'organiser des opérations promotionnelles dans les crémeries avec les épouses des producteurs de L'Etivaz AOC.

Sous la houlette d'Aimée Raynaud, coordinatrice, 15 à 20 dames s'engagent à tenir le stand de L'Etivaz lors de foires en Suisse et à l'étranger ainsi qu'à faire découvrir le fameux fromage d'alpage AOC à l'occasion de dégustation dans les magasins spécialisés ou la

grande distribution. «Notre vécu, notre expérience et nos connaissances du produit font que les consommateurs sont très réceptifs», relève Aimée Raynaud. La vie à l'alpage, perché à plus de 1000 mètres d'altitude durant cinq mois, fascine particulièrement le public.

Le président insiste: «L'Etivaz fait vivre 72 familles d'agriculteurs et une quinzaine d'autres familles dont l'un des conjoints travaille soit aux caves, soit à la Maison de L'Etivaz». En achetant ce fromage saisonnier typique, le consommateur soutient une économie de montagne familiale dont dépend toute une région. «Nous sommes tous des mordus du chalet mais si nous ne pouvons pas vivre du fruit de notre travail, la motivation s'évaporera», souligne Henri-Daniel Raynaud.

Pour l'heure, les dirigeants de la filière misent sur la promotion. Mais les moyens de la coopérative sont limités, d'autant plus qu'elle vient d'investir ses fonds propres dans la construction d'un nouveau bâtiment pour augmenter la ca-

pacité des caves (lire l'article ci-dessous). Le budget marketing et publicité en Suisse et à l'étranger s'élève à 200 000 fr. par an, soit 50 ct par kilo dévolu à la promotion. C'est peu, raison pour laquelle le comité vient de décider de l'augmenter à 300 000 francs.

Marché suisse saturé

Et le marché suisse? Pourquoi ne pas contrer la baisse de l'euro en renforçant les ventes sur le plan national? Difficile, répond le président. «Il y a trop de sortes de pâte dure et mi-dure en Suisse, chaque fromagerie de village a développé ses propres spécialités et fidélisé sa clientèle avec ces produits.» Sans parler de la grande distribution qui lance régulièrement un nouveau fromage porteur du nom d'une région. La concurrence accrue des importations, en hausse de 6,2% durant le premier semestre 2011, n'arrange pas les affaires des fromages suisses.

Aimée Raynaud entrevoit néanmoins des possibilités de mieux positionner L'Etivaz AOC dans les villes suisses allemandes comme Berne, Bâle, Zurich, et à Genève du côté romand. «Nous avons toujours un énorme succès à la Fête de la Tomate», souligne l'épouse du président. Elle et ses collègues de la commission promotion participent à une dizaine de foires par an ainsi qu'à des actions en magasin pour faire découvrir et goûter L'Etivaz aux consommateurs.

Jusqu'à maintenant, les ventes ont toujours progressé, de 300 tonnes en 2000 à 450 t en 2010; en dix ans, les exportations ont même doublé. Depuis l'enregistrement de l'AOC en janvier 2000, les producteurs de L'Etivaz ont pu être rétribués correctement pour leur travail, en bénéficiant d'un prix du lait à plus d'un franc le kilo.

L'Etivaz connaîtra-t-il le même ralentissement de ses exportations que les autres AOC fromagères helvétiques? Ces prochains mois seront décisifs. Pour la première fois en huit ans de présidence, Henri-Daniel Raynaud ressent une certaine tension.



Henri-Daniel Raynaud, président de la Coopérative de L'Etivaz (à gauche), et Christophe Magne, directeur, veulent lutter contre la cherté du franc en renforçant la promotion de leur spécialité AOC.

K. ETTER

Cave et locaux à neuf pour 5,5 millions

Les pelles mécaniques s'affairent à côté de la Maison de L'Etivaz. La construction de la nouvelle cave d'affinage et de locaux supplémentaires a démarré cet été. Cet ambitieux projet, budgétisé à 5,5 millions de francs, offrira 7000 places de stockage supplémentaires sur le site de la cave de 1934, détruite et reconstruite à neuf. Avec les caves de 1974, 1986 et 2005, creusées en continu sous le parking, la coopérative pourra entreposer 30 000 meules au total.

Le grenier à rebibes, datant de 1946, sera lui aussi refait. Sa capacité passera de 3000 à 5000 pièces. Ces installations garantiront de meilleures conditions d'entreposage (refroidissement et ventilation) et une qualité au top de L'Etivaz AOC. Une

baie vitrée permettra d'admirer les meules à rebibes depuis l'extérieur. Le nouveau bâtiment comprendra également un local de préparation pour l'expédition de la marchandise (marquage, pesage, étiquetage, emballage), une beurrerie ainsi que des bureaux pour les employés.

L'Etivaz AOC, un fromage unique.



La coopérative a saisi l'opportunité de ces travaux pour améliorer les conditions d'accueil du public, un peu à l'étroit quand il débarque par

cars entiers à la Maison de L'Etivaz. Une salle de projection de 50 places sera aménagée ainsi qu'un petit musée qui présentera les instruments de fabrication du fromage. En cave, une galerie visiteurs à mi-hauteur des rayonnages permettra d'admirer les meules et le travail des robots.

Gros investissement

Confiante en l'avenir malgré le franc fort, l'interprofession investit 600 000 fr. de fonds propres dans le projet. Le reste, près de 5 millions, est financé grâce à différents crédits et aides liés aux améliorations foncières (AF), au fonds d'investissements agricoles (FIA), à la fondation d'investissement rural (FIR) et à la Loi d'aide au développement économique

(LADE). Une demande de soutien est encore pendante auprès de l'Aide suisse aux montagnards (ASM).

A cause des travaux, la Coopérative de L'Etivaz a renoncé à organiser la traditionnelle désalpe cet automne. Mais ce n'est que partie remise. La fête sera d'autant plus belle l'année prochaine une fois la construction achevée. Si les délais sont tenus, la production 2012 de L'Etivaz AOC sera entreposée dans la nouvelle cave.

En attendant, la Maison de L'Etivaz reste ouverte aux visiteurs; ils peuvent y voir un diaporama sur l'histoire et la fabrication du fromage d'alpage AOC, visiter les caves et s'approvisionner en produits régionaux au magasin.



L'agrandissement des caves permettra d'entreposer 7000 meules supplémentaires, portant la capacité de stockage à 30 000 places au total.

K. ETTER

KE