

# Salon du **Fromage** et des **Produits Laitiers**

**28 février - 3 mars 2010**  
Paris-Porte de Versailles  
Pavillon 8

## **DOSSIER DE PRESSE**



[www.salon-fromage.com](http://www.salon-fromage.com)

## SOMMAIRE

<b>Le marché : zoom Europe, zoom France</b>	
<b>La production</b>	p. 3
<b>La consommation</b>	p. 4
<b>Les appellations d'origine laitières</b>	p.9
<b>Le CNAOL</b>	
<b>Paroles d'experts</b>	
<b>Les crémiers-fromagers-affineurs</b>	p.12
<b>Le circuit de la grande distribution</b>	p.14
<b>L'international</b>	p.16
<b>Animations, ateliers et conférences</b>	p.18
<b>Le salon raconté par les exposants</b>	p.23
<b>Exposants 2010 : qualité, tradition &amp; savoir faire</b>	p.24
<b>Le Salon pratique</b>	p.28

## Le marché

### La production de fromages et de produits laitiers

#### Zoom Europe

##### **Poids dans l'industrie agroalimentaire européenne**

- Le secteur des produits laitiers emploie 387 000 personnes en Europe
- Il représente 128 mds d'€, soit 14% du chiffre d'affaires global de l'industrie agroalimentaire européenne.

##### **La production européenne : dynamisme surtout grâce aux fromages**

La reprise de la production européenne de produits laitiers en 2008 (+1,5% dans l'UE à 27) a essentiellement été dirigée vers la fabrication de fromages.

En effet, comme les années précédentes les fabrications de fromages ont connu une hausse de +1.5% en 2008. L'UE à 15 fabrique 86% des fromages européens. Parmi ces pays, la France a enregistré la progression la plus importante (+.3%), mais également l'Italie et l'Irlande.

##### **Principaux pays producteurs**

- Fromages : Allemagne, France, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni.
- Lait : Allemagne, France, Royaume-Uni, Pays-Bas et Italie.
- Beurre : l'Allemagne, France, Pays-Bas, Irlande, Royaume-Uni, Italie.

##### **Un secteur exportateur**

La balance commerciale des produits laitiers en Europe est positive et en croissance, surtout grâce à la hausse des exportations de produits à forte valeur ajoutée, comme les fromages.

Ainsi, 12% des exportations européennes de produits alimentaires et boissons concernent les produits laitiers. L'Allemagne est à la fois leader mondial des exportations de fromages et premier importateur mondial de fromages.

#### Zoom France

- un CA de 25.8 mds d'€, dont 17% à l'export, en progression de 9.5%
- 700 sites de transformation laitière qui emploient près de 60 000 emplois, soit 15,3% des emplois du secteur de la transformation agroalimentaire
- La production de la filière laitière :
  - o 75% produits de grande consommation : fromages, beurre, lait en poudre, laits conditionnés, yaourts et desserts, crème
  - o 25% produits industriels : poudre de lactosérum, caséines
- La France produit plus de 1 000 fromages différents, dont 45 fromages bénéficient de l'Appellation d'Origine Contrôlée (sept.2008)

(Sources : CNIEL, Office de l'Élevage, AGRESTE)

## Commerce extérieur français de produits laitiers : balance positive

Au global le commerce extérieur de produits laitiers représente un excédent de 2.9 milliards d'€, surtout grâce aux fromages, à l'ultra-frais et au lait conditionné, pour le beurre et la crème la France étant importatrice nette.

Le principal client de la France est l'UE (27) qui représente 82% des exportations françaises de fromages et 80% des exportations de produits laitiers.

Les principaux pays clients pour les fromages français sont : l'Allemagne (25%), la Belgique (13%), le Royaume-Uni (12%), l'Espagne (9.5%), l'Italie (7%), la Suisse (3.5%), les Pays-Bas (3%).

(Source : Douanes, Sopexa)

## La consommation

### Zoom Union Européenne : 1er consommateur mondial de fromage



L'Union Européenne à 27 est aujourd'hui le 1<sup>er</sup> consommateur de fromage, avec 45.5% du total consommé dans le monde. L'autre grand consommateur de fromage est l'Amérique du Nord (36%) : les États-Unis en tête (32% de la consommation mondiale), devant le Canada et le Mexique. A signaler ensuite l'Amérique du Sud avec 8% et l'ex-Union Soviétique avec 6.5% de la consommation mondiale de fromage.

(Source : USDA, estimation 2009)

Le CNIEL a réalisé une étude sur les « **Leviers de croissance du fromage français en Europe** », menée au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 par TNS SOFRES. Cette étude concernait le Royaume-Uni, l'Espagne, la Belgique, l'Italie, les Pays-Bas et la Suisse. En ce qui concerne l'Allemagne, ce pays avait fait l'objet d'une étude antérieure par IPSOS.

L'analyse de ces principaux pays clients des fromages français montre des habitudes de consommation très différentes selon les pays.

### Des habitudes de consommation très différentes selon les pays

Principaux enseignements sur le fromage en Europe :

- **Le fromage est un produit laitier bien ancré dans les habitudes de consommation et très apprécié** dans les pays étudiés.
- **Pays les plus consommateurs** (consommation quotidienne) : Pays-Bas, l'Italie et l'Espagne.
- **Pays qui aiment le plus le fromage** : Royaume-Uni, Espagne et Italie.
- Les **fromages locaux** semblent très **bien implantés et appréciés**, un peu moins en Belgique. Les pays qui aiment le plus les fromages locaux : Italie et Suisse.

## Zoom sur les habitudes de consommation par pays (ordre décroissant des principaux clients des fromages français en valeur)



En **Allemagne**, le fromage ne se consomme pas généralement en fin de repas, mais il constitue le plus souvent la base du repas, en association avec du pain, d'où une demande forte de **produits pré-tranchés**.

Les consommateurs allemands sont plutôt attirés par des **produits peu typés**, mais ils s'avèrent, en revanche, beaucoup plus ouverts que les consommateurs français en termes de saveurs.

Selon le panéliste GfK, les achats des ménages concernent à **85% des produits vendus en libre-service**, les ventes à la coupe connaissant un recul régulier.

Les **fromages frais** (quark, fromages frais à tartiner) **et les pâtes demi-dures** (gouda, édám, tilsit) représentent les  $\frac{3}{4}$  des fromages consommés par les Allemands.



En **Belgique**, le fromage constitue souvent le plat principal d'un repas froid, il est surtout consommé sous forme de sandwich ou sur des tartines, ce qui explique une offre très conséquente de **fromages pré-tranchés**.

A noter des **variations régionales importantes** dans la consommation entre les flamands, moins consommateurs de fromage et relativement proches des Néerlandais en termes d'habitudes culinaires, et les wallons, dont le comportement d'achat de fromages est plus proche de celui des Français.

Les **pâtes pressées non cuites**, et en particulier le gouda, représentent le cœur du marché belge. Le top 3 des fromages locaux les plus connus en Belgique : **Maredsous, Fromage de Herve et Passendale**.

Le fromage local est moins implanté que dans le reste des pays européens : 29% de la consommation de fromage.



Au **Royaume-Uni**, le fromage est un produit laitier assez bien ancré dans les habitudes de consommation. Le déjeuner est le moment de consommation de fromage le plus fréquent, en plat principal, donc en sandwich. La praticité est un enjeu clé dans la consommation de fromage au Royaume-Uni.

C'est le pays où **la consommation de fromages est moins régulière** : 85 % des interviewés en consomme au moins une fois par semaine, et seuls 31% tous les jours ou plus souvent. Les anglais déclarent néanmoins beaucoup apprécier le fromage : 76% déclarent beaucoup aimer/adorer le fromage (le plus haut niveau d'appréciation de 5,1/6)

**Les anglais consomment surtout du fromage local** (67% de leur consommation) et le fromage anglais est bien apprécié.

**Cheddar, Red Leicester, Wensleydale**, sont les fromages locaux les plus connus par les anglais.



L'**Espagne** est un des pays où la consommation de fromages est la plus régulière : 91 % des interviewés en consomme au moins une fois par semaine, 52% tous les jours ou plus souvent.

Les espagnols apprécient beaucoup le fromage et la notoriété des fromages espagnols est très bonne. Les 3 premiers types de fromages espagnols cités sont le **Manchego**, le **Cabrales** et le **Queso de Tetilla**.

Les fromages espagnols sont **consommés régulièrement** (au moins une fois par semaine) par plus de la moitié des espagnols. Ils sont consommés à **tous les moments de la journée**, à dîner le plus souvent.

Les espagnols consomment principalement du fromage local (54% de leur consommation).



L'**Italie** est le pays où la **consommation de fromages est la plus régulière** : 93 % des interviewés en consomme au moins une fois par semaine, 52% tous les jours ou plus souvent.

Le niveau de consommation apparente de fromages avoisine 21 kg par an et par habitant. A ce titre, les Italiens comptent parmi les grands consommateurs de fromages en Europe, avec les Grecs, les Français, les Allemands et les Néerlandais.

Les fromages italiens sont très connus et très présents, les principaux types de fromages cités étant **Pecorino, Gorgonzola et Asiago**. Les fromages sont consommés de façon hebdomadaire pour 93% d'entre eux.

Le fromage constitue avant tout un **ingrédient culinaire**, il est très rarement consommé au petit déjeuner, au goûter ou comme produit de grignotage. Il peut, en revanche, servir de **plat principal au dîner**, en remplacement de la viande.

Les italiens consomment surtout du fromage local (66% de leur consommation).

**La proportion des ventes de fromages opérées à la coupe reste encore très élevée** par rapport aux autres pays européens. Selon Gfk, elles représentent 45% de l'ensemble des volumes de vente de fromages, contre 22% à la fraîche découpée et 33% au libre-service (données 2008).



La **Suisse est le pays qui apprécie le moins le fromage** : 68 % déclarent beaucoup aimer/adorer le fromage (la plus faible note de cœur 4,7/6)

Les **fromages locaux sont très connus** puisque 96 % des interviewés sont capables de citer au moins un type de fromage local, et le répertoire des produits cités est le plus développé de tous les pays étudiés (7,7 fromages locaux cités spontanément): **l'emmental, le gruyère, le tilsiter, l'appenzeller, le vacherin**.

Les fromages suisses sont consommés essentiellement pendant le dîner (87%), mais aussi pendant le déjeuner (45%) en snacking (41%) et au petit déjeuner (45%). Lors du repas, il s'agit principalement d'une consommation en plat principal.

Les Suisses consomment surtout du fromage local (58%).



Aux **Pays-Bas**, la consommation apparente de fromages progresse régulièrement. Cette croissance doit certainement s'opérer au sein du circuit du food-service et des industries agroalimentaires, car les achats des ménages tendent plutôt à se stabiliser.

**L'essentiel de la commercialisation des fromages repose sur les supermarchés** (85%), devant les marchés (7.3%) et les magasins spécialisés (3.9%).

Bien ancré dans les habitudes de consommation, les fromages hollandais sont **consommés dans de nombreuses occasions** : pendant le déjeuner (91%), au petit déjeuner (71%) et en snacking (59%). Lors du repas, il s'agit principalement d'une consommation **en plat principal** (65%).

Les fromages hollandais sont bien connus mais le répertoire des produits cités est peu développé. Parmi les plus cités : le **Goudse kaas, l'Edammer kaast** et le **Maaslander**.

## **Place et perception des fromages français par les consommateurs européens : qualité et savoir-faire, goût et texture, variété, caractère, raffinement, tradition, terroir**

L'étude du CNIEL fait ressortir **la place des fromages français** dans les pays étudiés :

- la consommation est plus importante en Belgique (26%), en Suisse (22%) et en Espagne (19%).
- le répertoire des fromages français connus est très large en Belgique et en Suisse, beaucoup moins dans les autres pays.
- Les pays les plus consommateurs (consommation quotidienne) de fromage français : Belgique, Espagne, Suisse.
- Les pays qui aiment le plus le fromage français : Belgique et Espagne.
- Les pays qui aiment le moins le fromage français : Royaume-Uni et Italie.

Dans l'analyse de la **perception des fromages français, les faiblesses qui ressortent** :

- une offre trop variée, on s'y perd
- des produits chers
- des produits difficiles à trouver
- faiblesse en image sur la cible famille
- peu adaptés aux habitudes locales de consommation.

Les **points forts et « différentiants » des fromages français pour les consommateurs européens** :

- la qualité, la variété, la notoriété,
- très bon goût, prononcé,
- une texture moelleuse, crémeuse,
- des produits ayant du caractère, avec une origine/un terroir, fruit d'un savoir-faire traditionnel,
- raffinés, haut de gamme, exclusifs, vraiment différents des autres, bien adaptés pour offrir aux invités.

Le palmarès des fromages les plus connus par les consommateurs européens : **le Brie, le Camembert et le Roquefort.**

Suite à cette étude, **le CNIEL confie à la SOPEXA la nouvelle campagne de relations presse/rerelations publiques des fromages français** sur ces sept pays : Allemagne, Royaume-Uni, Espagne, Belgique, Italie, Pays-Bas, Suisse.

Cette campagne démarrée en septembre 2009 et pour trois ans, a pour **objectif de valoriser la diversité de l'offre française de fromages** en l'intégrant aux habitudes alimentaires européennes diverses.

## Zoom France : retour à la tradition et au plaisir



Aujourd'hui les consommateurs reviennent à l'essentiel : au **plaisir** du goût, aux produits alliant **tradition et authenticité**, sans oublier également la santé. Les fromages et produits laitiers répondent à ces **valeurs fondamentales** qui sont plus que jamais tendance.

Parmi les produits laitiers, les **fromages et l'ultra-frais** se trouvent en tête de la consommation:

- L'ultra-frais (yaourts, desserts lactés frais, fromages frais et laits fermentés) est le 1<sup>er</sup> contributeur des produits frais en valeur, avec un CA de 4.7 mds d'€, devant les fromages avec 4 mds d'€ (source IRI),
- Les français sont les 1ers consommateurs au monde de beurre (8 kg/hab/an) et 2èmes consommateurs de fromage au sein de l'Union Européenne, derrière la Grèce.
- La consommation de fromage en hausse : après une année 2008 stable, les volumes vendus au 1<sup>er</sup> semestre 2009 ont augmenté de plus de 3%.

Le consommateur français achète les produits laitiers très majoritairement en grande distribution (hyper et supermarchés 81%, hard discount 13.9%) et pour le reste 5.1% en commerce de détail (crémiers-fromagers, supérettes ou autres magasins spécialisés traditionnels).

(Sources : Eurostat, Data & Trends 2008 - CIAA)

## Les Appellations d'Origine Laitières

Le **CNAOL**, association loi 1901 créée en 2002, regroupe l'ensemble des Organismes de Défense et de Gestion (ODG) des AOC Laitières françaises. Il est un interlocuteur privilégié pour les Pouvoirs Publics français et l'INAO, mais également les instances Européennes.

La mention **AOC** identifie un produit agricole, brut ou transformé, qui tire son authenticité et sa typicité de son origine géographique. L'AOC **protège un produit à la notoriété dûment établie**. Les conditions de production du produit sont le résultat d'une culture et d'une histoire (usages locaux, loyaux et constants) et sont inscrites dans un décret.

Chaque AOC est gérée par un **Syndicat de défense** (association Loi 1901, syndicat professionnel Loi de 1884 ou autres), regroupant les différents partenaires de la filière, producteurs de lait, producteurs fermiers, industriels et coopératives, affineurs.

### La première AOC fromagère française date de 1925 ...

C'est le roquefort qui s'est vu décerner la première AOC fromagère française le 26 juillet 1925. Ce monument de notre patrimoine gastronomique existe depuis 1666 !

### Les dernières AOC datent de janvier 2009 ...

- **La Rigote de Condrieu** : Un fromage de lait de chèvre, à pâte molle, qui a connu une production de 60 tonnes en 2008, dont 35 en production fermière. Il est issu du terroir des monts du Pilat dominant la vallée du Rhône et la vallée du Gier.
- **Le Charolais** : fromage de chèvre de grand format à la forme cylindrique légèrement bombée, issu des plaines granitiques du charollais, avec une durée d'affinage de 2 à 6 semaines.

**46 fromages, 2 beurres et 1 crème** bénéficient de la reconnaissance en Appellation d'Origine Contrôlée (**AOC**) en France soit :

- près de 17 000 producteurs de lait,
- 230 000 tonnes de fromages, beurres et crèmes
- environ 17% des fromages affinés.

Sur les 46 fromages AOC, **le lait de vache est majoritaire** :

- **29 AOC au lait de vache** : Abondance, Beaufort, bleu d'Auvergne, bleu de Gex, bleu des Causses, bleu du Vercors-Sassenage, brie de Meaux, brie de Melun, camembert de Normandie, Cantal, Chaource, Époisses, fourme d'Ambert, fourme de Montbrison, Gruyère, Laguiole, Langres, Livarot, Maroilles, Mont d'Or, Vacherin du Haut Doubs, Morbier, Munster, Neufchâtel, Pont-l'Évêque, Reblochon, Saint-Nectaire, Salers, Tome des Bauges.
- **14 AOC au lait de chèvre** : Banon, Chabichou du Poitou, Charolais, Chevrotin, Crottin de Chavignol, Mâconnais, Pélardon, Picodon, Pouligny Saint – Pierre, Rigote de Condrieu, Rocamadour, Sainte Maure de Touraine, Selles sur Cher, Valencay.
- **2 AOC au lait de brebis** : Ossau-Iraty, Roquefort.
- **1 AOC au lactosérum** : Brocciu



**L'Appellation d'Origine Protégée (AOP)** est l'équivalent européen des AOC françaises. Elle vise à protéger toutes les AOC au niveau de la Communauté Européenne en leur permettant de conserver un lien étroit avec le terroir où elles sont produites. C'est l'assurance qu'un produit a été fabriqué selon un savoir-faire transmis de génération en génération et transcrit dans un cahier des charges précis.

Parmi les 48 produits laitiers AOC français, 46 bénéficient de la reconnaissance européenne, Appellation d'Origine Protégée (**AOP**).

Palmarès des AOP laitières en Europe : France (46), Italie (34), Grèce (20), Espagne (18), Portugal (11), Royaume-Uni (9), Autriche (6), Allemagne (4), Pays-Bas (4), Pologne (2), Belgique (1), Irlande (1).

Une étude menée pour le CNIEL en 2008 (réalisée par LH 2), a permis d'analyser **la notoriété de ces appellations auprès du public**.

Si celles-ci participent à la définition d'un fromage de qualité, elles n'arrivent qu'après le goût, les contrôles et l'authenticité.

Dans l'achat d'un fromage, ses qualités organoleptiques priment avant la prise en compte d'une appellation d'origine. Pour autant le label AOC est assez bien connu du consommateur (plus de 7 personnes interrogées sur 10 connaissent ce sigle) et assurément plus que l'AOP mis en place récemment.

Parmi les raisons de consommation de fromage d'Appellation d'Origine, les consommateurs avancent en premier la **garantie d'une région d'origine**, la **perception d'un goût plus prononcé** et **l'assurance d'un contrôle**.

Plus de 3 personnes sur 4 se déclarent consommatrices de fromage AOC, ce sont les mêmes personnes qui consomment le plus fréquemment du fromage.

Les 2 axes à développer selon cette étude étaient le goût « point d'ancrage majeur des consommateurs en matière d'achat » et la protection des productions locales.

Source : CNIEL

### **Un consommateur à la recherche de plus de goût, de qualité, de tradition**

Goût, qualité, tradition, ce sont des valeurs de plus en plus recherchées aujourd'hui par le consommateur et représentées par les AOP laitières.

Le Salon du Fromage et des Produits Laitiers a souhaité prendre la température des AOP laitières françaises et interviewé pour cela **M. Patrice CHASSARD, Président du CNAOL** depuis novembre 2009.

L'étude de notoriété des AOC/AOP menée en 2008 faisait ressortir, a-t-il souligné, « une bonne notoriété des fromages auprès des consommateurs, mais sans qu'ils soient forcément associés à une AOP, d'où la nécessité de mettre plus en valeur le logo ».

### **Une année stable pour les AOC laitières**

« A ce jour, pas de mesure précise de l'impact de la campagne de communication 2009 sur les AOP. Mais, compte-tenu de la crise laitière connue cette année, on peut dire que les produits d'appellation contrôlée ont mieux résisté à cette crise, il n'y a pas eu de chute des ventes, on peut parler plutôt de stabilisation en général ».

« En ce qui concerne les ventes de l'ensemble des AOC par réseau de distribution, nous espérons pouvoir avoir une vision d'ensemble précise de toutes les AOC laitières, très bientôt, depuis un an nous menons un travail d'homogénéisation des données entre les différentes AOC ».

### **Le réseau des crémiers-fromagers et les marchés, très dynamiques pour les AOC**

M. CHASSARD rappelle que « pour la première fois le hard-discount a perdu 2 points de parts de marché. Pour nous qui défendons les AOC, il est important que le petit commerce spécialisé se porte bien. Les crémiers-fromagers apportent de la valeur ajoutée, du service, du conseil, et un savoir-faire essentiels pour la valorisation des produits AOC auprès des consommateurs.

C'est un réseau dynamique, qui se développe et nous en sommes ravis. Pour les ventes de nos produits, il ne faut pas oublier néanmoins les rayons coupe et libre service en grande distribution qui sont un réseau important pour nous, bien que malheureusement ces derniers temps certains rayons coupe aient fermé ».

### **L'Europe en avance dans la défense des appellations d'origine, mais l'Asie avance très vite**

Le CNAOL participe activement à ORIGIN (Organisation for an International Geographical Indications Network) qui regroupe plus de 70 associations de producteurs de 40 pays du monde qui travaillent pour la défense et la reconnaissance des Indications Géographiques au niveau international.

M. CHASSARD indique « l'avance de l'Europe en matière de défense des appellations d'origine. L'autre continent qui avance très vite dans ce domaine c'est l'Asie, les pays les plus dynamiques étant la Chine, la Thaïlande et l'Inde ».

**Le CNAOL, partenaire du Salon du Fromage et des Produits Laitiers 2010**, est présent sur le salon, **stand D50**. Le CNAOL participe également au programme d'ateliers/conférences riche en thématiques d'actualité, programme élaboré par le Salon du Fromage et des Produits Laitiers, en partenariat avec la FNDPL, le magazine Profession Fromager et le CNAOL.

Le Salon du Fromage et des Produits Laitiers est **la plus grande vitrine des AOP laitières françaises**, 44 des 46 AOP existantes à ce jour sont présentes sur le salon.

L'offre française est complétée par certaines AOP européennes comme le seul fromage belge bénéficiant d'une AOP, le fromage de Hervé, des AOP italiennes – Parmigiano Reggiano, Asiago, Grana Padano, Gorgonzola ... - ainsi que quelques AOP du Royaume-Uni.

En parlant de fromages d'appellation contrôlée, il reste à mentionner également les fromages AOC suisses présents sur le salon : Gruyère, Emmental, Appenzeller, Vacherin, Tête de Moine

...

## Paroles d'experts...

### Les crémiers-fromagers-affineurs

#### **Partenaires du Salon du Fromage et des Produits Laitiers**

La FNDPL, fédération professionnelle des crémiers fromagers, est partenaire du salon depuis sa création, ce qui explique pourquoi le Salon du Fromage et des Produits Laitiers est le rendez-vous incontournable des crémiers-fromagers, tous les 2 ans à Paris.

#### **Une profession dynamique et enthousiaste**

La FNDPL représente les 3 800 détaillants de France regroupés au sein de trois syndicats régionaux.

Selon les dernières enquêtes statistiques de la Banque de France, les ventes globales dans les commerces de détail ont baissé en France cette dernière année, bien que le commerce alimentaire affiche une baisse plus faible.

Mais les crémiers-fromagers semblent tenir le cap et faire preuve de dynamisme dans ces temps de baisse de la consommation. Pour **M. Philippe OLIVIER, Président du Syndicat National des Crémiers, Fromagers-Affineurs**, crémier-fromager à Boulogne-sur-Mer, « la profession de façon globale se porte bien, voir très bien, même s'il ne faut pas oublier certains crémiers-fromagers qui peuvent connaître des difficultés ».

#### **Une profession qui revient de loin...**

M. Philippe OLIVIER rappelle : « dans les années 50, nous avons peur que la profession disparaisse et passe à l'oubli. Les BOF (Beurre Œuf Fromage) de l'époque proposaient 1/3 de produits de crèmerie, 1/3 de fromages et 1/3 de produits d'épicerie de dépannage. Avec l'arrivée de la grande distribution nous avons perdu certains produits, parmi eux le lait. Nous pensions à l'époque à la disparition des petits commerces ».

#### **La spécialisation pour se renouveler ...**

Les crémiers-fromagers ont su évoluer, comme le souligne M. OLIVIER : « nous avons su nous spécialiser fromagers-affineurs, nous sommes allés vers des produits de terroir, haut de gamme et typés, aujourd'hui grâce à la dynamique mise en place nous sommes sur les rails du nouveau ».

Rappelons qu'en France, les magasins spécialisés représentent plus de 5% des produits laitiers achetés par les consommateurs. Sur ce point, M. Philippe OLIVIER souligne que ce pourcentage grimpe pour les produits laitiers à plus forte valeur ajoutée : « aujourd'hui 10% des fromages, entre 40% et 50% des fromages AOC/AOP et même 80% des fromages fermiers sont achetés par les consommateurs chez des crémiers-fromagers-affineurs ».

Ce sont d'ailleurs ces produits les relais de croissance pour les crémiers-fromagers : « des produits qui ont du goût, des produits de fabrication artisanale, des fromages au lait cru, des fromages affinés, des fromages de races locales, des produits ayant une origine contrôlée, que ce soit pour les produits de crèmerie comme pour les fromages, des produits qui sont le fruit du travail d'agriculteurs-producteurs passionnés ».

Pour M. OLIVIER « si le rapport qualité/prix est juste, le consommateur est au rendez-vous. Les fromages sont aujourd'hui associés aux notions de plaisir et de partage, et c'est cela que les clients cherchent aujourd'hui ».

La spécialisation reste une valeur importante pour les crémiers-fromagers. M OLIVIER n'est pas pour la diversification « à outrance », il trouve du sens à « proposer 2-3 produits qui se consomment avec les fromages : une bière artisanale qui se marie bien avec un Maroilles, une confiture de cerises noires pour accompagner un fromage de brebis des Pyrénées ..., pour les vins, il conseille de laisser les cavistes faire leur métier.

### **Un avenir prometteur pour la profession ...**

Aujourd'hui c'est une profession valorisée et reconnue. Les crémiers fromagers sont d'abord et avant tout les ambassadeurs d'une tradition fromagère et d'un art culinaire unique au monde.

La profession de crémier-fromager a de l'avenir, M. OLIVIER le confirme : « le nombre de nos adhérents progresse, alors que les syndicats en général connaissent plutôt des défections, le nombre d'étudiants est également en hausse et certaines villes nous appellent pour nous demander d'ouvrir des fromageries ».

La profession attire non seulement des jeunes, mais également des personnes qui souhaitent se reconverter. « Le syndicat les conseille, leur propose des formations, les oriente vers des villes ayant indiqué un besoin d'ouverture de fromagerie ».

Les crémiers-fromagers sont des passionnés qui, selon M. OLIVIER « trouvent dans le métier de crémier-fromager une diversité très enrichissante et épanouissante : la gestion d'une petite entreprise, le contact avec le monde agricole, le contact avec la clientèle, la gestion des ressources humaines ... ».

M. OLIVIER se souvient : « Petit-fils d'épicier-fromager, quand j'ai eu 18 ans et que j'ai annoncé vouloir être épicier, ma mère a pleuré, pour elle c'était un échec. Je parts à la retraite l'an prochain. Mon fils, qui a fait une école de commerce, m'a annoncé qu'il voulait reprendre la fromagerie familiale, j'en suis ravi ! Je sais qu'il a de l'avenir, en travaillant, en se formant, en proposant des bons produits, notre profession a de l'avenir ! »

Passion, enthousiasme, dynamisme, bons produits, tradition, avenir... ce sont les mots qui définissent aujourd'hui les crémiers-fromagers, **une profession qui a rendez-vous au Salon du Fromage et des Produits laitiers du 28 février au 3 mars 2010 ...**

La FNDPL participe également au programme d'ateliers/conférences riche en thématiques d'actualité. Ce programme a été élaboré par le Salon du Fromage et des Produits Laitiers, en partenariat avec le CNAOL, le magazine Profession Fromager et la FNDPL.

## Le circuit de la grande distribution

En France, la grande distribution représente près de 95% des achats de produits laitiers par les consommateurs.

**M. Frédéric Peyronnet, Responsable Groupe Crèmerie pour INTERMARCHE** a accepté de répondre à quelques questions.

### **Vous avez visité les dernières éditions du Salon du Fromage et des Produits Laitiers, qu'en avez-vous pensé ?**

*C'est un **salon de « spécialistes »** où l'on trouve aussi bien ce que nous appelons les « grandes boutiques » (coopératives, distributeurs, grossistes...), que le petit fabricant et affineur et ce monde de professionnel est évidemment intéressant pour notre groupe.*

*Nous connaissons 90% des exposants, mais il reste toujours 10% de sociétés à découvrir, et nous recherchons surtout lors de la visite sur le Salon du Fromage à **rencontrer de nouvelles PME**.*

*Enfin ce salon permet de voir l'ensemble de la gamme des fabricants présents, ce qui n'est pas toujours le cas lors des rendez-vous organisés dans l'année par nos commerciaux. Cela vaut surtout pour les petites PME.*

### **Comment voyez-vous le rayon des produits laitiers et fromages ?**

*Le marché fromage est **un des piliers de la consommation avec un taux de 95% de fréquentation chez Intermarché**. C'est un rayon très valorisant pour l'image des produits frais qui se divise en deux :*

- *Le « fromage à la coupe » où l'on va être sur des produits de terroir, parfois de véritables petites « pépites » qui attirent un public de connaisseurs qui aiment ces produits typés.*
- *Le « Libre Service » accessible au plus grand nombre avec des produits « marketés », ce dernier représente 80% du chiffre d'affaires.*

### **Quelle est votre vision des PME françaises du secteur ?**

*Ce sont elles qui valorisent le produit. Elles donnent une image professionnelle, d'un **grand savoir-faire**, et de **tradition préservée**. Elles ont su passer au travers de la crise grâce à la fidélité de leurs clients et à une modification du comportement d'achat que cette crise a entraîné. Elle a obligé à effectuer certains arbitrages et à se concentrer encore plus fortement sur la **qualité des produits de caractère**.*

*50% du chiffre d'affaire du rayon à la coupe provient d'ailleurs des produits achetés à des PME. Les amateurs privilégiant un produit et non pas une marque, c'est vrai sur des Comtés, des chèvres, les fromages italiens...*

*Je pense que c'est véritablement le savoir-faire ancestral de ces entreprises qui les fait résister à la crise économique.*

### **Quelles sont vos attentes vis-à-vis des producteurs français ?**

*C'est de les voir **continuer à produire des produits de qualité**. C'est ainsi que le marché sera tiré vers le haut et connaîtra une valorisation non seulement en terme de chiffre d'affaires, mais aussi en terme de plaisir.*

*On fera ainsi consommer davantage les connaisseurs et le volume de consommation globale sera aussi accru par l'arrivée de nouveaux consommateurs.*

*Je souhaite aussi **que l'on sorte de l'uniformisation du fromage**, que ce secteur alimentaire conserve et développe encore sa spécificité locale et ses références à notre terroir. Au niveau national le groupe Intermarché remet des moyens importants sur **le secteur du fromage** car c'est un marché qui globalement **progresses de l'ordre de 2% par an** et qui reste une de nos priorités.*

En 2008, 22% des visiteurs du Salon du Fromage et des Produits Laitiers étaient issus de la Distribution-Commerce (GMS, grossistes, import-export).

Du 28 février au 3 mars 2010 **les acheteurs, les chefs de rayon, les chefs de produit crèmerie, fromage, produits frais... ont rendez-vous au Salon du Fromage et des Produits Laitiers**, à Paris, Porte de Versailles - Pavillon 8.

## L'international

En 2008, **12% des visiteurs** du Salon du Fromage et des Produits Laitiers sont **venus de l'international** (Belgique, Suisse, Espagne, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni, États-Unis, Japon)

**Mme Rachel Perez**, Associate Team Leader, Speciality Department – **WHOLE FOODS MARKET** faisait partie de ces visiteurs internationaux et a accepté de répondre à quelques questions.

### **Pouvez-vous présenter rapidement Whole Foods Market ?**

*Whole Foods Market est une enseigne d'hypermarchés née au Texas à la fin des années 70. Elle est spécialisée dans les produits bio et naturels, les produits sans conservateurs, un positionnement haut de gamme. Il s'agit d'une grande surface qui propose des produits frais, des produits de qualité, qui défend la culture de l'alimentation saine, en opposition avec le reste des hypermarchés américains proposant essentiellement des produits très industriels. C'est un concept assez européen par rapport à nos concurrents américains, où tous les produits sont pré-emballés. La dimension environnementale est également très importante. Nous avons un objectif permanent de réduction de l'empreinte carbone. Moins de 10% des déchets vont à la poubelle, pour le reste c'est le recyclage et le compostage.*

*Whole Foods Market est devenu un acteur important de la grande distribution aux États-Unis, avec une présence au Canada, et également en Europe via le Royaume-Uni, où il a 5 points de vente à Londres.*

### **Selon un classement du top 25 des marques de distribution dans le monde (source Millward Brown Optimor) Whole Foods Market apparaît en 22<sup>ème</sup> position par la valeur de sa marque.**

*Ce n'est pas étonnant, notre enseigne est en plein développement. Whole Foods Market est en effet une marque citadine, reconnue comme la marque des « foodies » (=gourmets), qui cible une clientèle plutôt aisée préoccupée par son alimentation. Selon une étude publiée il y a 2-3 ans, les loyers des habitations situées à proximité des magasins Whole Foods Market avaient augmenté de +10%.*

### **Quelle a été votre parcours chez Whole Foods Market ?**

*J'ai commencé il y a 5 ans comme vendeuse de fromage et j'ai ensuite évolué petit à petit. En 2008, lors de ma visite du Salon du Fromage et des Produits Laitiers, j'étais acheteuse pour le rayon fromage en poste à Londres. Aujourd'hui j'ai cette même responsabilité, élargie sur d'autres produits (café...), mais basée cette fois à New York.*

### **Quel est le positionnement du rayon des produits de crèmerie et fromage au sein de Whole Foods Market ?**

*Chaque magasin adapte l'offre à ses consommateurs. Les achats se font en direct par chaque magasin, il n'y a pas d'achats centralisés. Je peux vous parler du rayon fromage des magasins de Londres et New York.*

*A Londres, par exemple, le rayon fromage fait partie du rayon « Speciality » qui regroupe tous les produits frais, gourmets. Ce rayon très important représente presque 1/3 de la surface du magasin et 27% des ventes. Les fromages sont présents en libre-service et à la coupe.*

*Aux États-Unis, ce rayon ne représente que 5% à 8% des ventes. Les fromages sont proposés en libre service et à la coupe, occupant au total 16m linéaires environ, ce qui est assez réduit pour la taille du magasin (environ 50 000 m<sup>2</sup>).*

### **Le fromage est donc un produit perçu très différemment par les américains et les britanniques**

*Oui, le fromage de qualité que nous proposons n'est pas une nécessité pour les américains, ils sont très sensibles au prix. La consommation de fromage est plutôt occasionnelle.*

*Ceci rend difficile notre politique d'achats. Pour les fromages étrangers, avec les coûts de transport et les taxes d'importation, nous atteignons des prix trop élevés pour les produits artisanaux. En plus nous ne pouvons pas importer des fromages au lait cru (frais DLC moins de 60 jours), à cause des lois d'importation américaines, très restrictives à ce sujet, pour motif de listeria... Actuellement nous ne pouvons proposer des fromages français artisanaux.*

*Mais il y a de plus en plus de producteurs américains qui proposent des produits artisanaux notamment dans le Vermont, dans le Wisconsin, en Californie, les lois sur le lait cru étant moins strictes pour les producteurs américains. C'est un créneau très important pour nous.*

*Les américains préfèrent des fromages sans goût, et en cela ils sont très différents des britanniques et des français. Parmi les fromages français, ils connaissent essentiellement le Brie, le Gruyère, le Camembert.*

*Le magasin de New York a une clientèle très internationale, avec un certain pouvoir d'achat. Ce sont des consommateurs qui suivent le grand mouvement très en vogue actuellement aux États-Unis : les marchés fermiers et bio. C'est une clientèle qui est prête à dépenser plus pour une alimentation et des produits de qualité et qui apprécie le côté exclusif de nos produits.*

*A Londres, nous étions en mesure de proposer une gamme très variée de fromages français. Nous avons l'habitude de travailler avec le fromager-affineur Hervé Mons qui nous conseillait sur la sélection des fromages et ensuite nous passons par une société d'importation.*

#### **Et leur perception des produits AOC ?**

*A New York, les AOC ne leur parlent pas.*

*A Londres les AOC sont très appréciées.*

#### **Que préférez-vous de votre métier ?**

*Travailler avec les fermes américaines, pour les aider à développer leurs productions artisanales.*

*Cela nous permet ensuite de vendre non seulement des produits, mais l'histoire, la passion qu'il derrière chaque produit.*

*La vente de fromages est une passion et nous essayons de transmettre cette passion à tous nos vendeurs, ce qui n'est pas toujours aisé.*

#### **Vous aviez visité le Salon du Fromage et des Produits Laitiers en 2008, comptez vous revenir fin février à nouveau ?**

*Bien sûr, je viendrais cette année, c'est important pour nous. Je serai accompagnée par 3 collègues des États-Unis et 3 de Londres.*

*Ce qui nous intéresse le plus c'est la rencontre avec les producteurs artisanaux. En 2008 notre objectif était de sélectionner une Tomme de Savoie. Après 6 à 8 dégustations, nous avons fait notre choix. Nous réfléchissons à nos objectifs pour la visite de cette année.*

**Du 28 février au 3 mars 2010 les acheteurs internationaux de produits laitiers et fromages ont rendez-vous au Salon du Fromage et des Produits Laitiers, à Paris, Porte de Versailles - Pavillon 8.**

## Animations, ateliers et conférences

**Un programme d'animations, d'ateliers et de conférences rythment ce rendez-vous professionnel où viennent s'exprimer les experts de la filière.**

Le Salon du Fromage et des Produits Laitiers est un lieu d'échange et de rencontres pour la profession, un événement qui réunit pendant 4 jours business et convivialité.

Le programme de conférences, ateliers et animations sont organisés en partenariat avec la FNDPL (Fédération Nationale des Produits Laitiers), le CNAOL (Conseil National des Appellations d'Origine Laitières) et le magazine Profession Fromager.

**Date : dimanche 28 février**

### → Les Ateliers du CNAOL (Conseil National des Appellations d'Origine Laitières)

**Horaire :** 10h00-11h00

**Thème :** Les Appellations d'Origines Contrôlées à l'export – Dégustation des fromages AOC Exports (Roquefort, Comté, Époisses, Chaource...)

#### *Intervenants*

*Luc Morelon, représentant d'une grande entreprise laitière mondiale « Lactalis »*

*Didier Lincet, représentant d'une PME française qui fabrique du Chaource, « Lincet Fromager en Bourgogne »*

### → Conférence : Les crémiers-fromagers acteurs de la promotion et de la distribution des produits authentiques

**Horaire :** 11h30-12h30

#### Définition des « produits authentiques »

L'authentique est un créneau aujourd'hui porteur. Au-delà de cette notion très prisée par certains services marketing, pour le crémier-fromager l'authentique c'est dénicher des produits rares fabriqués selon les us et coutumes.

Les consommateurs ne s'y trompent pas et apprécient leur crémier-fromager pour ces raisons.

#### Intérêts de crémiers-fromagers à proposer des produits authentiques

Garant du savoir-faire fromager

Distinction par rapport à l'offre globale du marché

Création de nouveaux produits ou retour de fabrications historiques

Promotion spécifique du fromage

Un marché de niche qui trouve preneurs

#### Attentes des consommateurs

Qualité, goût, rapport de confiance.

#### *Intervenants :*

*-Stéphane Blohorn – Dirigeant des magasins ANDROUET – Paris (75)*

*-Philippe Olivier – Président du Syndicat National des Crémiers, Fromagers-Affineurs, Fromager à Boulogne sur mer (62)*

*-Frédéric Royer – Gérant de la Fromagerie BOUJON – Thonon les Bains (74)*

## → **Conférence : Comment transmettre le savoir-faire à travers les générations ?**

**Horaire** : 14h00 – 15h00

### Constat

La profession de Crémier-Fromager va faire face à de nombreux départs en retraite.

Auparavant, la transmission du commerce se transmettait par filiation, ce qui n'est plus aujourd'hui le cas le plus fréquent.

Actuellement, la profession accueille de nombreux passionnés par le fromage en reconversion professionnelle. Il faut capter cette nouvelle population et la former.

Comment ?

### Accompagnement de la FNDPL

Présentation de Devenir Fromager : guide et site internet

Nos offres de formations : stages et CQP

### Zoom sur l'histoire de la profession de Crémier-Fromager et mise en perspective

La transmission du savoir-faire à travers les générations

### *Intervenants*

-David Bazergue, Délégué Général Adjoint FNDPL

-Claude Bellot, Président de la Fédération Nationale des Détaillants en Produits Laitiers (FNDPL)

-Laurence Brisoux – Plateau de terroirs – Chelles (77)

-André Dufour, Président du Syndicat des Crémiers-Fromagers Rhône-Alpes PACA

-Violaine Verein, La Fromagerie de Violaine (Paris 8)

## → **Les Ateliers de la FNDPL (Fédération Nationale des Détaillants en Produits Laitiers)**

**Horaire** : 15h30 – 18h00

**Thème** : la connaissance de la filière laitière en Île de France, décliné en trois pôles :

Pôle producteurs de lait, découverte de la filière, dégustation des Bries Fermiers.

Pôle fabricants/affineurs, découverte des Bries et de leur spécificité : gestion et coordination syndicat des crémiers.

Pôle Région Île de France qui présentera l'opération « la fête des bries » organisée au mois de mars à destination des Crémiers-Fromagers de la région.

### *Intervenants*

- Xavier Thuret, meilleur ouvrier de France

- Gérard Petit, meilleur ouvrier de France

- Caroline Boquet, analyste sensoriel

## → **Ateliers / dégustation Vin de Loire et fromages**

**Horaire** : 18h00-19h00

### *Intervenants*

-Henry Marionnet, propriétaire du domaine de La Charmoise

-Alain Dubois, Président, Salon du Fromage et des Produits Laitiers

**Date : lundi 1er mars**

→ **2<sup>ème</sup> Concours de La « Lyre d'Or, Trophée du Plateau de Fromage**

**Organisateur** : le Syndicat des Crémiers Fromagers d'Île de France

**Début de l'épreuve** : 13h30

**Remise des prix** : 18h30

Objectif : confectionner un plateau de fromage, sur des critères et thèmes définis, par les candidats crémiers fromagers. Les participants doivent impérativement utiliser 15 sortes de fromages ou produits laitiers représentant toutes les familles dont au moins 7 AOP.

Une Lyre d'or, une Lyre d'argent et une Lyre de bronze seront décernées à l'issue de ce concours.

Seront pris en compte dans l'attribution des prix :

- ✓ La maîtrise de l'hygiène
- ✓ L'esthétique de la présentation
- ✓ La qualité des fromages présentés
- ✓ La transportabilité du plateau
- ✓ La valorisation d'un ingrédient « mystère ».

*Maggy Piniero de la fromagerie parisienne « Martine Dubois », première lauréate du concours 2008 témoigne :*

*« C'est Madame Dubois qui m'a poussée à me présenter après 27 ans de maison pour voir récompenser mon professionnalisme. Participer à ce type d'événement est très important pour valoriser cette profession et donner envie à des jeunes de reprendre le flambeau ».*

*Ce titre lui a apporté une considération non seulement auprès de la clientèle mais aussi auprès de ses proches. «C'est une véritable reconnaissance sociale pour un métier qui n'est pas très reconnu ».*

**Date : mardi 2 mars**

→ **Les Ateliers du CNAOL (Conseil National des Appellations d'Origine Laitières)**

**Horaire** : 10h00-11h00

**Thème** : Les 4 nouvelles appellations reconnues - Charolais, Gruyère, Mâconnais et Rigotte de Condrieu.

Les 4 Présidents, représentants ces AOC viendront expliquer pourquoi ils ont demandé la reconnaissance en ODG et ce que cela apporte à leur filière.

*Intervenants*

*Daniel RIZET Président du Charolais,*

*Gabriel MOUREAUX Président du Gruyère AOC*

*Thierry CHEVENNET, Président du Mâconnais,*

*Claude BOUCHER Président de la Rigotte de Condrieu*

## → Les Ateliers du CNAOL (Conseil National des Appellations d'Origine Laitières)

**Horaire** : 11h30-12h30

**Thème** : Comment les AOC devront s'organiser dans un marché dérégulé ? Le Président du Comté expliquera l'importance de l'évolution française et donnera son opinion sur l'importance d'une organisation adaptée des AOC à la dérégulation des marchés laitiers.

*Intervenant*

*Claude Vermot Desroches, Président du Comté*

## → Conférence : Prix du lait, prix des fromages : quel équilibre ?

**Horaire** : 14h00 – 15h00

*Intervenants*

*Jehan Moreau, Directeur de la FNIL et Directeur délégué de l'Atla*

*Gilles Psalmon, Directeur de la FNDPL*

*Benoît Rouyer, Chef de service PAC-OMC-Economie du CNIEL*

*Profession Fromager*

## → Conférence : Comment véhiculer le goût et la tradition grâce aux fromages ?

**Horaire** : 15h30 – 16h30

Exemples de partenariats gagnant-gagnant à travers divers témoignages

Les partenariats entre fabricants et Crémiers-Fromagers

Mise en valeur des produits par la promotion des fromages, animations...

*Intervenants*

*-Erik Boistay - Le Fromager des connaisseurs – Antony (92)*

*-un représentant du CIGC au sujet des Ambassades du Comté*

*-Marlène Desaegher – Maison Desaegher – Bergues (59)*

*-Eric LEFEBVRE – Président du Syndicat des Crémiers-Fromagers de l'Île de France, Fromager à Paris, Meilleur Ouvrier de France Fromager.*

*-Philippe Olivier – Président du Syndicat National des Crémiers, Fromagers-Affineurs, Fromager à Boulogne sur mer (62)*

## → L'Atelier des Brasseurs de France

**Horaire** : 17h00 – 18h00

**Thème** : Bières et Fromages : Les accords

Une alliance originale : les brasseurs vont démontrer à travers cet atelier de dégustation que l'association bière – fromage pour surprenante qu'elle paraisse au premier abord n'en est pas moins réussie.

Dépourvue de tanins, la bière s'accorde souvent avec le moelleux de la plupart des fromages. La spécificité, la pétillance, la fraîcheur... chaque paramètre est pris en compte pour déterminer le bon mariage.

A partir d'une sélection de fromages - munster, cantal, comté, pavé de Lille - l'animateur expliquera pourquoi tel type de bière s'associe mieux que tel autre.

Les blondes légères font bon ménage avec des fromages légers et moelleux comme les chèvres frais. On mariera plutôt une bière brune avec des fromages persillés comme le roquefort ou les bleus. Enfin les bries, camembert et autre Saint Marcellin forment un bon duo avec une bière ambrée !

L'origine géographique est aussi à prendre en compte dans ces alliances : un maroilles lavé à la bière démultipliera ses saveurs avec une bière ambrée dans la tradition du nord, tout comme un brocciu de brebis un peu affiné avec une bière corse à la châtaigne.

**Date : mercredi 3 mars**

**→ Les Ateliers du CNAOL (Conseil National des Appellations d'Origine Laitières)**

**Horaire** : 10h00-11h00

**Thème** : Qui sont les consommateurs d'AOC ?

*Intervenant*

*Noëlle Paolo, Chargée de Mission Stratégie / Comportement des Consommateurs, CNIEL*

**→ Les Ateliers du CNAOL (Conseil National des Appellations d'Origine Laitières)**

**Horaire** : 11h30-12h30

**Thème** : Fromages d'Auvergne (Cantal, Salers, Saint-Nectaire, Bleu d'Auvergne et Fourme d'Ambert)

## **Le Salon du Fromage et des Produits Laitiers raconté par les exposants ....**

« Carrefour de rencontres », « public de connaisseurs », « le rendez-vous où il faut être »...sont les arguments les plus souvent avancés par les exposants du salon qui pour certains y participent depuis sa création.

### **Coopérative Jeune Montagne**

Présente sur le salon depuis sa création, pour elle le salon est incontournable pour les petites entreprises traditionnelles, par la valeur des contacts qui s'y nouent et son potentiel commercial.

« C'est grâce au salon que nous avons été découvert plusieurs fois par des clients que nous n'aurions jamais eu l'opportunité d'approcher. En tant que seul fabricant de l'Alligot de l'Aubrac, notre présence sur le site est importante en termes d'image vis-à-vis de nos clients», nous confie Monsieur Robert, directeur de la coopérative.

**Fromagerie Pierucci**, fidèle puisque exposant depuis maintenant 10 éditions. Pour son dirigeant ce salon est convivial et à taille humaine. Les exposants étant principalement des PME cela permet aux gérants de ces entreprises d'aller directement au contact de leur clientèle. «C'est très important pour nous d'avoir ce contact direct, cela nous fait mieux prendre en compte la demande des clients et nous permet de faire évoluer nos produits. On constate un bon maintien de la clientèle à chaque édition » nous rapporte Monsieur Pierrucci.

### **Sté Ambrosi – Emmi France**

C'est la première fois que la société viendra sur le salon en tant qu'exposant après des années en tant que visiteur. Monsieur Foex, l'un des responsables de la société nous explique pourquoi la décision de participer à été prise : « En voyant la qualité du salon, sa fréquentation, le business qui s'y fait nous aussi avons voulu en être ».

### **Les Fromagers Sud de France**

« Ce sont dans un premier temps les bons échos entendus sur le salon qui nous ont incités à participer au Salon du Fromage et des Produits Laitiers », nous dit l'une des responsables du groupement. « On perçoit aujourd'hui un retour vers les fromages de valeur, et en tant que producteurs nous cherchons des relais pour faire connaître nos produits. Participer au salon c'est le moyen de s'adresser à un public de connaisseurs, et le meilleur endroit pour rencontrer les professionnels qui nous intéressent. »

### **Lustenberger & Durst**

Cette entreprise suisse vieille de 150 ans exporte ¾ de son chiffre d'affaires notamment sur le marché français.

« Ce marché est très important pour nous déclare Monsieur Bülher, l'un des responsables de la société, et nous voulons y améliorer notre présence. Pour cette raison nous avons décidé pour la seconde fois d'exposer sur le Salon du Fromage en mettant cette année l'accent sur la gamme Libre Service.»

« Le plus du salon pour nous est sa véritable spécificité fromage que l'on ne retrouve pas sur d'autre salons agroalimentaires. Les visiteurs savent pourquoi ils viennent et se concentrent sur l'achat fromage. »

## Exposants 2010 : qualité, tradition & savoir-faire

**Actilait**, institut technique du lait et des produits laitiers spécialisé en technologie, microbiologie d'intérêt laitier, sécurité sanitaire, présentera aux visiteurs ses différentes missions. Tous les stades de la technologie laitière et fromagère seront abordés, du lait de traite à la perception des produits laitiers par le consommateur en passant par les procédés de fabrication.

**Ambrosi – Emmi France**, distribue en France des fromages italiens et suisses : Parmigiano-Reggiano, Grana Padano, Gorgonzola, Gruyère AOC, Emmental AOC, Tête de Moine, Appenzeller.

**Belgomilk**, important transformateur de lait au sein d'un groupe laitier belge, cette entreprise propose des fromages de marque réputés comme les nombreux fromages de Bruges. Le dernier né présenté sur le salon : le Brugge affiné à la bière.

**Compagnie Fermière Ferme des 30 Arpents**, les 3000 litres de lait produits quotidiennement à la ferme sont transformés sans délai et 7 jours sur 7 en fromages de Brie, brie de Meaux et de Melun AOP fermiers. Parmi les nouveautés présentés le Délice de Favieres truffé.

**Coopérative des Monts de Joux**, 4 AOC franc-comtoises présentées : Morbier, Mont d'Or, Bleu de Gex, Comté, parmi lesquelles 3 produits médaillés au Concours Général Agricole :  
Le Mont d'Or, médaille d'or en 2009  
Le Morbier, médaille d'argent 2008  
Le Bleu de Gex, médaille d'argent 2009

**Coopérative Jeune Montagne**, seul fabricant de l'Alligot de l'Aubrac, pour fêter ses 50 ans, elle propose un nouveau conditionnement plus pratique et plus esthétique pour sa gamme d'Alligot de l'Aubrac.

**Danapak Flexibles**, fabricant de petit matériel pour les crémeries-fromageries, cette société Danoise est de retour sur le marché français avec une large gamme de produits, notamment des papiers fromagers avec et sans alu, des opercules pour yaourts, fromages frais, beurre...

**Fromagerie Arnaud**, spécialiste des fromages de Franche-Comté cette entreprise d'affinage et de commercialisation présentera ses Comté, Bleu de Gex et Morbier.

**Fromagerie Berthaut**, producteur du fromage d'Époisses AOP et de spécialités à pâte molle et croute lavée. Lancement pour le salon du nouvel habillage de la gamme « rayon libre service ».

**Fromagerie Chabert**, cette entreprise 100% savoyarde depuis 3 générations, présentera sa gamme de fromages de terroirs : l'Abondance AOP, l'Emmental de Savoie IGP, le Reblochon AOP, la Tomme de Savoie IGP, le Vacherin des Bauges. Nouveauté 2010 : le Gruyère AOC.

**Fromagerie Champignon**, entreprise allemande de production de fromages à pâte molle persillée, le « Cambozola » et de la « Rougette », fromage aufour.

**Fromageries de Blamont** (union de coopératives agricoles), collectent le lait et le transforment principalement en pâtes à Munster, en fromage affiné à la Fleur de Bière mais aussi en fromage en croute fleurie comme le Carré de Lorraine et la tartiflette.

**Fromagerie de L'Etoile**, producteurs de fromages traditionnels haut de gamme, plusieurs nouveautés seront dévoilées sur le salon : la gamme « spécialités italiennes », la gamme BIO (Saint Félicien, Saint Marcellin, Mozzarella), Les terrines de Fromage de chèvre frais Etoile du Quercy.

**Fromagerie Fermière de Juchy**, présente le Brie de Provins® qui renoue avec une authentique fabrication artisanale respectueuse de l'environnement et une production laitière dans la plus pure tradition paysanne briarde. Il bénéficie dorénavant du label « Fromage Fermier ». Le Brie de Provins® s'inscrit dans une démarche responsable axé sur le respect des principes d'une agriculture raisonnée et du développement durable.

**Fromagerie Frech**, Munster, Roue d'Alsace, Tomme fermière font partie des spécialités de cette entreprise, auxquelles il convient de rajouter une nouveauté, le Pavé Frech, fromage à pâte molle à croute lavée.

**Fromagerie Grillot**, spécialiste dans l'affinage du Comté du Morbier et de la raclette au lait cru. Une nouveauté présentée : un fromage à pâte pressée cuite à teneur en sel réduite.

**Fromagerie Haxaire**, seule fromagerie alsacienne fabricant et affinant du munster AOP, présentera des nouveautés originales telles que la confiture de lait à la bergamote, à l'eau de vie de mirabelle ou encore au marc de gewurztraminer. Ils organisent aussi sur leur stand un « Cheese Happy Hour » tous les soirs à 17h afin de faire découvrir une raclette affinée à l'eau de vie de mirabelle associée à de la bière.

**Fromagerie Jean-Yves Bordier**, dernier artisan beurrier à malaxer son beurre dans un malaxeur en bois et à le saler à l'ancienne. Outre le beurre doux et demi sel, des beurres spécifiques comme le beurre aux algues ou le beurre au sel fumé sont aussi commercialisés. Deux nouveautés cette année : le beurre au Yuzu (hybride de mandarine sauvage et de citron) et le beurre au piment d'Espelette.

**Fromagerie Le Francomtois**, fabrication et affinage d'Emmental, fabrication de crème fraîche et de Cancoillotte nature ou aromatisée.

**Fromagerie Le Maréchal**, entreprise familiale et artisanale suisse, est à l'origine depuis 1992 de ce fromage du même nom, à pâte mi-dure au lait cru qui se démarque du gruyère. Sa spécificité tient à sa chair fondante subtilement imprégnée des arômes contenus dans les herbes aromatiques ajoutées manuellement en phase d'affinage.

**Fromagerie Les Courtenay**, fabrique et affine Brie de Meaux et Coulommiers au lait cru.

**Fromagerie Marcel Petite**, affinage et commercialisation de Comté AOC, Morbier AOC, Bleu de Gex AOC, tomme et raclette au lait cru.

**Fromagerie Marty**, située dans le Tarn, cette exploitation produit des fromages et yaourts issus du lait de brebis Lacaune sans aucun ajout de poudre de lait ou de conservateur. Toute la fabrication est artisanale, moulage à la louche, retournements manuels, et respect de l'environnement.

**Fromagerie Pierre Jacquin**, fabricant et affineur de fromage de chèvre, outre les spécialités AOP Selles sur Cher, AOP Valencay, AOP Sainte Maure de Touraine, la société présentera ses nouveaux produits : La Gâtinette et la tomme des prairies du Fouzon.

**Fromagerie Pierucci** présente quatre nouveaux produits cette année : « L'Empereur », tomme de brebis à l'affinage minimum de 12 mois, le « Paese », nouvelle tomme de chèvre, « Le Petit Corse », fromage de brebis à pâte molle nature ou parfumé aux herbes du maquis, un dessert à base de brousse, 80% de fromage composent ce gâteau ajouté à du sucre, des œufs et du citron.

**Fromagerie Poitou Chèvre**, fabricant et affineur de spécialités de chèvre du Poitou Charentes propose plusieurs nouveautés cette année : la gamme « Frais Emballé » comprenant le Mothais sur Feuille, le Cabri Fleuri, le lot de 2 crottins avec ou sans sel. Autre nouveauté : le « Plateau d'Antan » spécial restauration, composé d'un assortiment régional de différents chèvres, et enfin des petits chèvres aromatisés au piment d'Espelette, au romarin et au poivre.

**Fromagerie Renaud Gillard**, spécialiste du Brie de Meaux, met en avant cette année la gamme de brie aromatisé où ce dernier s'associe subtilement aux cranberries, à la mirabelle de lorraine, à la truffe ou encore à l'ail et aux fines herbes.

**Fromagerie Rouzaire**, fabricant et affineur de fromages de Brie, Brie de Meaux et Melun AOP, Fougereux. Cette fromagerie traditionnelle affine toujours manuellement ses fromages dans des caves souterraines. Pour fêter leur 50<sup>ème</sup> anniversaire, ils feront découvrir et déguster leur brie aux truffes ou au Grand Marnier.

**Fromagerie Siffert Frères**, spécialisée dans l'affinage de Munster pasteurisé, cru et bio ; ainsi que dans une spécialité maison, le fromage affiné au marc de Gewürztraminer à la poire Williams. En présentation cette année le Vogesen Käse fromage à pâte molle à croute lavée.

#### **Les Fromagers Sud de France**

Sous cette appellation se regroupent 4 fromageries de la région Languedoc Roussillon cherchant à promouvoir leurs fromages, Tomme, Brousse, Pélardon...ainsi qu'un nouveau fromage de chèvre le « Parpaillote » originaire des Cévennes.

**Fromagerie Vagne**, entreprise spécialisée dans l'affinage des produits au lait cru, particulièrement le Comté et le Morbier.

**Fromagerie Xavier Morin**, affinage de spécialités auvergnates, comme le Cantal entre deux au lait cru, le Fouchtra de chèvre, sorte de tomme semi pressée et affinée 5 mois, et le Pavé de Cantal, cantal pané qui se déguste poêlé en accompagnement des charcuteries de la région.

**Hervé**, fabrication de fromage à pâte molle, croutes fleuries, bleus, croutes mixtes, croutes lavées, dont le fromage de Hervé, seul fromage belge bénéficiant d'une AOP.

**Gabriel Coulet**, fabrication et commercialisation de Roquefort et de fromage de brebis pour salade. Commercialisation des pâtes pressées au lait de brebis.

**GAEC des Tourelles**, fabricant de fromages fermiers au lait cru produit avec le lait de l'élevage, chaource et soumaintrain. Un nouveau packaging est proposé pour le soumaintrain fermier et le bouchon d'Armanche, conditionnés dans des boites en bois.

**Gillot**, producteur de fromages normands aux multiples médailles au Concours Général Agricole, présentera en nouveauté des rouleaux de beurre doux et aux cristaux de Guérande, ainsi que du Pont l'Évêque en part de 110g.

**Groupe Odeon**, le spécialiste des fromages et produits laitiers du Marché de Rungis, sera présent sur le salon pour la seconde fois. Véritable galaxie, le groupe sera entouré des différentes sociétés le composant : Odéon et Au Marché du Fromager – SCPL – Fromages & Détail – Dexpa. Fort de plusieurs milliers de références, le groupe viendra à la rencontre de ses clients et profitera du salon pour lancer son nouveau site internet.

**Le Moulis**, située dans les Pyrénées ariégeoises, cette entreprise perpétue depuis 4 générations une tradition fromagère. Toute la gamme sera présentée pendant le salon, du fromage des Pyrénées, de la tomme de chèvre affinée, jusqu'au mélange vache-chèvre ou vache-brebis, en passant par la tomme ou la tomme de brebis.

**Le Vieux Berger**, entreprise familiale créée en 1923, fabrique du roquefort depuis maintenant 3 générations. Soucieux de conserver une tradition, toutes les étapes de fabrication, caillé, découpe du caillé, retournement pour essorage, salage, sont encore effectuées manuellement.

**Les Fromageries Occitanes**, spécialiste des fromages AOP d'Auvergne, Roquefort-Causse et des Pyrénées. Les techniques de fabrication restent artisanales pour cette société, l'affinage se faisant sur des planches de sapin et le brossage à la main. Pas moins de 19 fromages médaillés au Concours Général Agricole seront présentés sur leur stand.

**Les Fromagers de Tradition** regroupent 4 fromagers qui perpétuent un savoir faire séculaire et valorisent un terroir. La **fromagerie de la Houssaye** met en avant les spécialités normandes comme le Pont l'Évêque, le Livarot, le Deauville et le Pavé d'Auge. **Les Cabasses** présentent des fromages traditionnels de l'Aveyron en particulier Le Pérail. **La Fromagerie du Curé Nantais**, originaire du pays de Nantes propose sa spécialité éponyme qui se déguste aussi bien chaud que froid. **La Fromagerie Hardy**, située dans le Cher, est spécialisée dans le fromage de chèvre fermiers.

**Lincet Fromager en Bourgogne**, depuis 1957 la fromagerie s'est spécialisée dans la fabrication de fromages de terroir, notamment les fromages AOP Chaource, Époisses, Brillat Savarin, Saint Florentin...

**Lustenberger & Durst**, entreprise suisse vieille de 150 ans qui exporte ¾ de son chiffre d'affaires notamment sur le marché français. Exposera sur le salon la majeure partie des fromages suisses des plus classiques - Emmental, Gruyère, Appenzeller...- et aussi les spécialités régionales - Tête de Moine, Vacherin...- parfois moins connues.

**Mifroma France**, producteur et importateur de produits suisses ultra frais. Un nouveau produit est mis en avant cette année : La crème de marron Swiss Délice, fondue prête à l'emploi.

**Onetik**, producteur de fromages basques au lait de vache, de brebis ou de chèvre, présentera en nouveauté, un produit élu saveurs de l'année 2010, « la préparation Bayonne », barquette culinaire au caillé de vache et aux ingrédients aromatiques (poivron rouge et vert, piment d'Espelette, jambon...), ainsi qu'une nouvelle gamme de pâte molle lactique.

**Société Fromagère du Livradois**, crée il y a 60 ans, cette PME familiale fabrique les 5 appellations d'origine protégée fromagères auvergnates : Bleu d'Auvergne AOP, Fourme d'Ambert AOP, St Nectaire Laitier et Fermier AOP, Cantal AOP et Salers AOP.

**Société Laitière de Laqueuille**, fabricant de fromages d'Auvergne, dont Fourme d'Ambert et Bleu d'Auvergne pasteurisé au lait cru. La fabrication est faite uniquement au lait de montagne. Plusieurs spécialités régionales seront présentées dont une spécialité exclusive : le Bleu de Laqueuille.

# Le salon pratique

**Dates** : du dimanche 28 février au mercredi 3 mars 2010

**Lieu** : Pavillon 8 – Paris, Porte de Versailles

**Horaires** : 9h00 –19h00

## Organisateur :

Comexposium, 70 avenue du Général de Gaulle 92058 Paris La Défense

[www.comexposium.com](http://www.comexposium.com)

Salon biennal **réservé aux visiteurs professionnels**. Pour accéder au salon, 2 options:

- Jusqu'au 25 février : demande de badge on-line [www.salon-fromage.com](http://www.salon-fromage.com), pour accéder au salon sans file d'attente,
- Du 28 février jusqu'au 3 mars : présentation d'une carte d'invitation ou d'un justificatif professionnel à l'entrée du salon.

## Qui expose ?

150 exposants : coopératives, producteurs, affineurs, industriels, importateurs, spécialistes des fromages et des produits laitiers, du petit matériel pour le commerce spécialisé

## Qui visite ?

6 000 professionnels à la recherche de produits laitiers du terroir réunissant qualité et authenticité

**Toute l'actualité sur le site internet**

[www.salon-fromage.com](http://www.salon-fromage.com)

## Contacts presse :

Brigitte Motola-Guillet

Directeur du service de presse

01 76 77 14 70

[brigitte.motola-guillet@comexposium.com](mailto:brigitte.motola-guillet@comexposium.com)

Corinne Isambert-Allard

Attachée de Presse

01 76 77 11 09

[corinne.isambert@comexposium.com](mailto:corinne.isambert@comexposium.com)

