

Le fromage «Maréchal» a fait son trou. Jusqu'aux Etats-Unis

GRANGES-MARNAND • *Lâcher le gruyère pour créer un nouveau fromage: le pari de Jean-Michel Rapin était risqué. Mais le succès est au rendez-vous.*

FABIEN HÜNENBERGER

Affichant sa bobine bonhomme sur une croûte aux herbes, le vieillard moustachu n'en finit pas de sourire. Et il a de quoi. Inventé il y a six ans par Jean-Michel Rapin, le «Maréchal» et son célèbre logo connaissent un succès croissant. A tel point que les quantités de ce fromage à pâte dure au lait cru écoulées rejoignent aujourd'hui celles produites avant la reconversion, du temps où la laiterie de Granges faisait du gruyère.

Confectionné en meules de 7 kilos, le «Maréchal» renoue avec des méthodes de production estampillées «terroir». Réunis en interprofession, une dizaine de producteurs de Granges, Marnand et Montet (Broye) ainsi que le fromager se sont dotés d'un cahier des charges contraignant: la standardisation se fait par écrémage à la poche, les cultures sont à base de petit-lait, les cuves en cuivre, les fromages pressés dans des cercles de bois et emballés dans des toiles en

chanvre et la maturation minimum a été fixée à 5 mois.

«Je crois qu'on peut dire que le pari est gagné» se réjouit Jean-Michel Rapin. 125 tonnes de ce fromage profilé «tradition» sortent chaque année des caves du producteur grangeois. «Nous n'arrivons pas à suivre la demande. Les producteurs livrent 1,4 mio de litres de lait mais nous souhaitons obtenir un contingent de 200 000 litres de plus pour l'année laitière 2001».

Une moitié de la production est désormais commercialisée par Emmi, qui fournit notamment la Coop. Quelques dizaines de tonnes sont également destinées à l'exportation. «Les ventes en Allemagne sont passées de 16 à 20 tonnes l'an dernier» se réjouit Jean-Michel Rapin.

US MARÉCHAL

Le «Maréchal» a même franchi l'Atlantique puisqu'un importateur américain s'y est intéressé. «Ça représente entre 50 et 100 pièces par mois». Modeste, Jean-Michel Rapin reconnaît que c'est le look du fromage et la

démarche de son producteur qui ont séduit l'acheteur. «Il n'a même pas négocié le prix, ce qui l'intéressait, c'était l'histoire du «Maréchal».

«Pourtant, au niveau marketing, on a fait tout faux» rigole Jean-Michel Rapin. «Un spécialiste m'a dit un jour qu'il fallait mettre l'image de quelqu'un de jeune, qu'il fallait de la couleur et qu'on ne voyait plus l'image ni le nom du fromage quand on commence à le découper». N'empêche, le fromage a trouvé son créneau, jusque dans les meilleures vitrines. «On en a même vu à la Bahnhofstrasse à Zurich» ajoute Stefan Hugi, président de la société de laiterie. Ajoutant au passage, un peu souffié, que le prix du produit avait alors triplé...

Pour les producteurs, la mise sur pied de ce nouveau produit est une bénédiction. Comparé à ce que paient les fromageries industrielles de gruyère pour un lait de même qualité, les producteurs du cercle grangeois s'en sortent en moyenne avec un revenu de 7-8% supérieur. «Au

début, il a fallu convaincre certains producteurs de se mettre à la production intégrée. Mais je pense qu'aucun ne regrette aujourd'hui d'avoir franchi le pas» note Jean-Michel Rapin. Et pourquoi les distributeurs n'ont-ils pas été intégrés à l'interprofession? «On s'est posé la question. Mais lequel devait-on prendre? Et on a eu peur qu'en les invitant tous ils prennent le pouvoir. On a préféré en rester au fromager et aux producteurs. Et ça surprend les distributeurs quand on vient négocier les prix ensemble» note le fromager.

L'arrière-grand-père de Jean-Michel Rapin - maréchal-ferrant de Corcelles-près-Payerne - va encore élargir le sourire qu'il affiche sur les étagères: les géniteurs du «Maréchal» se sont lancés dans la confection d'un beurre du même nom. «Nous avons créé une société avec les producteurs de lait et nous avons investi dans des machines. Mais nous tournons à 1 tonne par an alors qu'on pourrait en produire 10; il ne nous manque plus que le temps d'en faire la promotion». FH