

- 15 Le National Holstein et Red Holstein en une journée
- 16 Prix de référence des céréales fourragères bio
- 17 La floraison de la vigne s'achève; gare à l'oïdium
- 21 Le Festival «Vivre la ferme» à Granges-Marnand



# Vie des filières

## LE LAIT

### SWISS CHEESE MARKETING (SCM)

# Recentrage sur le marché indigène

Grâce à la force de la marque «Fromage suisse» au niveau international, il a été possible d'accroître les exportations en 2013. Pour cette année, SCM entend intensifier ses efforts de promotion sur le marché indigène.

Les actionnaires de Suisse Cheese Marketing SA (SCM) ont tenu leur assemblée générale le 13 juin au Kronberg en Appenzell.

Les délégués ont dressé le bilan des exportations de l'année passée et discuté des futures mesures destinées à atténuer la pression des importations, à consolider les parts de marché actuelles et à conquérir de nouveaux débouchés, peut-on lire dans le communiqué diffusé par l'organisation fromagère.

Alors qu'il a été possible en 2013, grâce à une présence commune et à la force de la marque «Fromage suisse»,



SCM entend concentrer plus encore ses efforts de promotion sur le marché indigène.

d'accroître les exportations de près de 1100 tonnes ou +1,7%, «les derniers chiffres trimestriels de 2014 montrent bien qu'il faut amplifier l'effort de diversification des marchés et se focaliser encore plus sur le marché intérieur suisse», précise SCM. En effet, au cours des derniers mois, les prix à l'export ont augmenté en moyenne de 8% par rapport à l'année passée. Ces augmenta-

tions ont entraîné une baisse des exportations de 6,4% (-1408 tonnes).

#### Ecoutez votre bon goût

Compte tenu de la pression croissante exercée par les importations, SCM a adopté une nouvelle présentation en remettant au goût du jour le logo du joueur de cor des Alpes. Ce dernier a pris forme humaine en vue d'une campagne télé-

visuelle. «Ambassadeur du bon goût, il invite le consommateur d'un clin d'œil à prêter attention à la provenance suisse du fromage qu'il achète», a expliqué David Escher, directeur de SCM et d'ajouter: «Mais les consommateurs ne doivent pas être les seuls à faire attention à la provenance, les restaurateurs aussi». C'est ainsi que SCM entend renforcer la collaboration avec la restauration

collective, une première mesure étant la publication d'un livre de cuisine intitulé «Le fromage suisse dans la cuisine».

Pour sa part, le président de SCM, Guy Emmenegger a souligné la collaboration fructueuse entre les diverses étapes de mise en valeur en relation avec la production artisanale du fromage suisse. Il a salué particulièrement les efforts des interprofessions en

ce sens, et notamment ceux entrepris par l'Interprofession du Gruyère en vue de clairement définir les notions et valeurs de l'artisanat dans un «Guide des bonnes pratiques» soutenu par tous les partenaires de la filière.

#### Protéger la marque et l'origine du fromage

Un autre point qui tient particulièrement à cœur à Guy Emmenegger est la protection de l'origine du fromage suisse ainsi que la protection de la marque «Switzerland» sur les marchés étrangers. «Nous devons nous battre pour assurer la protection de nos fromages car notre argument essentiel de vente est l'origine «suisse» de notre produit, son haut standard de qualité, ses caractères naturel, artisanal et traditionnel».

Rappelons enfin que la production totale de fromage suisse s'est élevée en 2013 à 182 700 tonnes, dont 68 000 tonnes ont été exportées.

SP-JRS

### EXPORTATIONS

# Le Maréchal à la conquête de l'Ouest

Réane Ahmad

**Le Maréchal, célèbre spécialité fromagère de Granges-Marnand, a signé un contrat d'exclusivité avec un distributeur américain. Le canton de Vaud apporte son soutien pour les actions de promotion aux Etats-Unis.**

L'ancêtre Emile Rapin aurait-il imaginé un jour que ses célèbres moustaches traverseraient l'Atlantique, apposées sur un fromage authentique? L'arrière-petit-fils du maréchal-ferrant de Corcelles-

près-Payerne et créateur du Maréchal n'osait en rêver lui-même: «Il y a vingt ans, nous étions déjà très idéalistes de vouloir créer un nouveau produit, se souvient Jean-Michel Rapin. Jamais, on n'aurait mis la barre aussi haut!»

Un nouveau contrat d'exclusivité signé avec Whole Foods Market, en étroite collaboration avec la Maison Emmi, prévoit d'écouler au minimum 15 tonnes du fromage vaudois par an aux Etats-Unis. Ce partenariat a été présenté à la presse le 16 juin à Granges-Marnand, en présence du conseiller d'Etat vaudois en charge de l'économie Philippe Leuba, des représentants d'Emmi, des acheteurs de Whole Foods Market et des producteurs de lait pour Le Maréchal.

Le distributeur américain fait figure de leader dans la fourniture de denrées alimentaires naturelles et biologiques avec plus de 370 magasins aux Etats-Unis, au Canada et au Royaume-Uni. «Ce distributeur est axé sur les produits haut de gamme», précise Bernard Luthi, chef du secteur promotion du Département de l'économie et du sport.

#### Un bon départ

Le Maréchal, qui fête ses vingt ans cette année, est vendu depuis plusieurs années déjà aux Etats-Unis par différents distributeurs. «Nous avons eu des hauts et des bas, jusqu'à descendre à 4 tonnes seulement en 2013», précise Jean-Michel Rapin. Avec ce contrat exclusif, les quatorze producteurs de lait espèrent ainsi inverser la tendance sur sol américain. Ce qui semble bien parti. «A la moitié de l'an-



De gauche à droite, Philippe Leuba, conseiller d'Etat, Jodie Wische, d'Emmi Roth, Jean-Michel Rapin, créateur du Maréchal, Cathy Strange, de Whole Foods Market, et Darcy Swenson, d'Emmi Roth.

née, nous en sommes déjà à 9,3 tonnes!», se réjouit le créateur du Maréchal.

Stefan Hugli, président de l'Organisation des producteurs et utilisateurs (OPU), articule l'objectif de 20 à 25 tonnes en 2015. «Nous avons l'espoir d'augmenter la production de lait. Nous sommes aussi sensibles à pouvoir honorer le marché indigène et à garder un certain équilibre entre Emmi, Migros et les autres grossistes.»

François Huguenin, d'Emmi international Ltd, table de son côté sur une croissance à deux chiffres en 2014 concernant les exportations. En 2013, les ventes ont atteint près de 320 000 kilos, dont 90 000 ont été exportés notamment vers la France, l'Allemagne, le Benelux, les Etats-Unis et le Canada. «Que les ventes se fassent en Suisse ou aux Etats-Unis, nous sommes payés le même prix, souligne Stefan Hugli. Avec un prix du lait qui se maintient au-dessus de 90 centimes, la valeur ajoutée est excellente. Sur le prix

de vente des fromages, environ un tiers revient au producteur.»

#### «High quality, please!»

«Nous travaillons avec les meilleurs fromages de Suisse, explique Cathy Strange, Global cheese buyer chez Whole Foods Market. Nous sommes fiers d'avoir ce haut niveau de qualité avec Le Maréchal, à commencer par l'élevage des animaux.»

Stefan Hugli précise: «Nous avons fait la connaissance des responsables américains il y a environ deux ans, tout de suite nous avons eu un bon sentiment. Ils sont particulièrement sensibles à la question de l'hygiène d'un produit au lait cru et à la façon dont on traite le bétail en Suisse. Le label tradit les interpellés.»

Ce nouveau partenariat est une satisfaction pour les producteurs ainsi qu'un espoir pour certains de pouvoir investir. «J'ai moi-même un projet de construction», indique le producteur de Granges-Marnand.

### En bref

#### L'entreprise Mifroma menace l'Emmentaler AOP

Mifroma, l'entreprise d'affinage et de conditionnement de fromage de Migros, a menacé de radier l'Emmentaler AOP, parce que l'Interprofession Emmentaler Switzerland (ES) a augmenté, en début d'année, le prix indicatif de son fromage de 50 centimes à 7,50 francs par kilo, écrit le *BauernZeitung* dans sa dernière édition. Heinz Wälti, le nouveau président d'Emmentaler Switzerland confirme ces faits en précisant que «l'ES recherche maintenant le dialogue avec Mifroma», mais souligne que «ce n'est pas aux plus faibles maillons de la chaîne, à savoir les paysans et les fromagers, d'en faire les frais.»

JRS

#### Le champion du monde du fromage honoré à Berne

C'est sur la place fédérale à Berne que le champion du monde du fromage a reçu, le 12 juin dernier, les honneurs du conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann.

En effet, lors du World Championship Cheese Contest au Wisconsin (USA), Gérard Sinnesberger, de la Fromagerie Sinnesberger à Gams (SG), a obtenu pour son Emmentaler AOP le meilleur score, toutes catégories confondues.

Dans une brève allocution, le conseiller fédéral Schneider-Ammann a souligné l'importance du fromage comme produit d'exportation avant de féliciter Gérard Sinnesberger pour son titre de champion du monde du fromage. Celui-ci a ensuite découpé une meule d'Emmentaler AOP pour faire déguster ce fromage au public présent.

SP-JRS



De g. à dr., Gérard Sinnesberger en conversation avec le conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann et le président du PLR Philipp Müller.

### FINANCEMENT DU CANTON

Dans le cadre de la nouvelle Loi vaudoise sur l'agriculture, le canton de Vaud financera les mesures promotionnelles, principalement des campagnes de dégustation, à hauteur de 17 000 francs par an durant deux ans. «La *success story* du Maréchal est un exemple pour l'agriculture, souligne le conseiller d'Etat en charge de l'agriculture Philippe Leuba. Le canton concentre ses efforts de promotion sur des produits qui ont une forte valeur ajoutée.» L'Organisation des producteurs et utilisateurs (OPU) Le Maréchal financera elle aussi la promotion à raison de 17 000 francs par an.

RA

PHOTOPRESS