

APPELLATION FRANÇAISE (1/3)

Le Roquefort AOP, un fromage à la recherche d'un nouveau souffle

Alain Xavier Wurst

Appellation mythique, la plus célèbre des pâtes persillées perd depuis plusieurs années des parts de marché. Après avoir traversé une grave crise, l'interprofession se relève et veut relancer l'image du Roquefort AOP.

Symbole de la culture gastronomique française, le Roquefort AOP peut se prévaloir d'une réputation mondiale. Mais derrière cette réussite millénaire – le premier témoignage écrit évoquant le fromage de Roquefort remonte au XI^e siècle – se cache une appellation en mutation, confrontée aujourd'hui à des défis humains, économiques et bien sûr climatiques. Des défis d'autant plus importants à relever que cette AOP historique contribue à la valorisation de territoires situés à plus de 90% en zone montagne et sur lesquels, du fait de leurs caractéristiques pédo-climatiques, le pastoralisme est souvent la seule forme d'agriculture possible. L'appellation fait ainsi vivre directement quelque 5000 personnes, sans compter tous les emplois indirects qui en découlent. Avec près de la moitié des éleveurs ayant plus de 50 ans, et seulement 10% ayant moins de 30 ans, le renouvellement des générations est la problématique numéro un de la filière. Celle-ci n'hésite pas à communiquer ouvertement sur ce sujet dans des vidéos Youtube, afin d'attirer de nouveaux arrivants.

Des sols à faible valeur agronomique

La zone de collecte du lait AOP se situe dans un rayon d'environ 100 km autour du village de Roquefort-sur-Soulzon, au sud du Massif Central. Causse du Larzac, Rougier de Camarès, Monts de Lacaune, Causse de Séverac, du Comtal, Lézou ou encore Ségala sont autant de paysages magnifiques et contrastés qui se distinguent,

Gouvernance de l'interprofession

La Confédération générale de Roquefort (CGR) est à la fois l'interprofession et l'organisme de gestion et défense de l'appellation. Elle repose sur deux collèges, celui des éleveurs et celui des fabricants. Au sein de ce dernier, chacun des 7 fabricants dispose d'une seule voix, quelle que soit la taille de l'entreprise, et les décisions se prennent à l'unanimité. De même, les décisions de la CGR se prennent à l'unanimité des 2 collèges. Il y a environ 2800 éleveurs. Les 7 fabricants sont Société (Lactalis), qui représente environ 55% de la production totale de Roquefort AOP, Papillon (Savencia), Fromageries occitanes (Sodiaal), Combes, Vernières, Carles et Gabriel Coulet. **AXW**



Vue de Roquefort-sur-Soulzon, dans le département de l'Aveyron, sur le paysage des Grands Causses, un ensemble de hauts plateaux calcaires dans le sud du Massif Central qui s'élèvent de 700 à 1200 m d'altitude.

A.-X. WURST

Voyage Agridea pour étudier six filières agricoles

Agridea a organisé en mai dernier un voyage d'étude en Occitanie (sud de la France), concernant six filières agricoles: Oignon doux des Cévennes AOP, Roquefort AOP, Olive et huile d'olive de Nîmes AOP, Taureau de Camargue AOP, Riz de Camargue IGP et Pélardon AOP. L'objet de ce voyage était de permettre aux professionnels de l'agriculture suisses de ren-

contrer les responsables de ces filières et de confronter leurs expériences. A travers trois éditions successives, Agri présentera l'organisation de ces appellations et les enjeux auxquels elles sont confrontées. Premier volet, le Roquefort AOP, où comment une filière agricole permet de conserver dans des régions marginales une activité économique à forte valeur ajoutée. **AXW**



Pains de Roquefort AOP entreposés. Le fromage est affiné et mûri pendant une période minimale de nonante jours à compter du jour de fabrication.

A.-X. WURST

pour la plupart d'entre eux, par des sols maigres retenant très mal les eaux de pluie. Ils sont par ailleurs soumis à de fortes sécheresses, lesquelles s'aggravent avec le réchauffement climatique, à l'image de 2022 qualifiée de «terrible» par les éleveurs.

«Les pratiques de pâturage sont les mêmes au sein de notre zone de production, mais les pratiques culturales sont très hétérogènes. Entre le Rougier de Camarès, le Ségala ou les Causses, la structure des exploitations n'est pas la même et les réponses au changement climatique seront différentes», souligne Jérôme Faramond, éleveur et président de l'Association des producteurs de lait de brebis de l'aire Roquefort (APLBR). La question de l'eau est plus centrale que jamais, car les fermes doivent être autonomes en fourrage à 80%. «C'est une des conditions les plus restrictives du cahier des charges. Doit-on alors se priver de tous les modes de récolte et de production de fourrage, comme l'ensilage par exemple, sachant que les fourchettes de temps seront de plus en plus courtes? Nous y ré-

fléchissons», explique Jérôme Faramond.

Derrière le Comté et le Reblochon, le Roquefort est la troisième AOP fromagère française en volume, avec 15 006 tonnes vendues en 2022 contre 15 885 t en 2021. Sur les 170,3 millions de litres de lait produit l'année dernière en zone AOP, seuls 43% sont transformés en Roquefort, les 57% restants sont déclassés. Une bonne nouvelle pointe cependant à l'horizon. Après vingt-cinq ans de démarches, le fromage de brebis Pérail devrait obtenir le label IGP l'année prochaine. Le Pérail étant issu de la même zone que le Roquefort, cette diversification devrait ainsi permettre de valoriser 1100 tonnes de lait supplémentaires.

Changer les habitudes de consommation

Le léger recul des ventes observées en 2022 s'explique par l'inflation et la baisse du pouvoir d'achat, surtout en France, qui représente 75% du marché. Mais ce sont moins ces chiffres conjoncturels que la lente érosion de la consommation observée depuis des années qui inquiètent les responsables. Po-

sitionné plutôt haut de gamme, fortement associé au plateau de fromage de fin de repas, le Roquefort peine aujourd'hui à trouver sa place auprès des jeunes ainsi que dans les nouveaux modes de consommation. «Il y a beaucoup de concurrence sur les pâtes persillées. Nous devons démocratiser et désacraliser davantage les moments de dégustation du roquefort, sans pour autant le vulgariser», explique Sébastien Vignette, secrétaire général de l'interprofession Confédération générale de Roquefort (CGR). Celle-ci entend réorienter à l'avenir sa stratégie marketing «pour élargir notre clientèle dans ces directions, sans délaisser notre cœur de cible qui est plutôt masculin et CSP+», précise Sébastien Vignette.

Sept fabricants, sept prix du lait

Au milieu des années 2010, la filière traverse une grave crise. L'Union européenne exige un changement radical dans la fixation du prix du lait. Pendant des décennies, le collège représentant les éleveurs et celui représentant les fabricants négociaient collégialement un prix



Fissures dans les éboulis, les fleurines sont des conduits d'air naturel fonctionnant comme d'immenses générateurs d'air humide et froid.

A.-X. WURST

Repères

Caractéristiques de l'appellation Roquefort AOP

- Première appellation d'origine fromagère de France, créée en 1925. Reconnue AOP en 1996.
- Uniquement à base de lait cru et entier de brebis de la race Lacaune.
- Pâturage obligatoire et quotidien en période de disponibilité d'herbe. Le fourrage doit provenir à 80% de la ferme.
- Deux traites/jour avec une collecte toutes les 24 h.
- Fromageensemencé par *Penicillium roqueforti*. Chaque fabricant dispose de ses propres souches indigènes.
- Aire de production: grosse partie de l'Aveyron, une bonne partie du Tarn et de la Lozère et une petite langue de l'Aude, de l'Hérault et du Gard.
- L'affinage se fait exclusivement dans les caves situées dans le village de Roquefort-sur-Soulzon. Les effondrements des falaises calcaires du Combalou, à l'ère quaternaire, sont à l'origine du site de Roquefort-sur-Soulzon. Un éboulis long de plus de 1 km et large de 300 m s'est ainsi formé et a entraîné l'apparition de grottes. C'est dans cet éboulis qu'ont été creusées les caves d'affinage, dont la ventilation naturelle est assurée par des fleurines, sortes de failles qui permettent la circulation de l'air.
- 25% export (Espagne, Allemagne, Angleterre, Etats-Unis).
- 4 à 5% en bio.

AXW

unique pour chaque catégorie de lait, valable pour toute la branche. Un procédé considéré par Bruxelles comme une distorsion de concurrence. Désormais, chaque fabricant doit négocier avec ses producteurs les prix du lait. Il y a donc aujourd'hui 7 prix du lait différents. Cette réforme, pour ne pas dire cette révolution, a généré de nombreuses tensions. «Il a fallu réinventer le collectif après cette intervention de l'UE, reconnaît Jérôme Faramond, mais aujourd'hui, on est de nouveau tous assis à la même table.» L'une des conséquences de cette crise fut une réduction drastique du budget promotionnel entre 2013 et 2017. «Quand on disparaît trois ans des canaux de communication, c'est une éternité. Ce n'est pas toujours simple de savoir ce que nous apporte la publicité, mais on mesure tout de suite ce que l'on perd en y renonçant» relève encore Jérôme Faramond. Depuis deux-trois ans, l'appellation est repassée à l'offensive en investissant notamment les réseaux sociaux et en sollicitant des ambassadeurs de prestige. En juin dernier, 7 chefs et cheffes réputés se

sont ainsi confrontés dans une «bataille» sur des recettes, dans lesquelles le roquefort était utilisé comme ingrédient de cuisine à part entière.

Grande notoriété, déficit d'image

Si la notoriété du Roquefort dépasse depuis longtemps les frontières de la France, la question de son image auprès des consommateurs français est moins claire. «Nous jouissons d'une notoriété énorme, mais nous ne savons pas ce que mettent réellement les gens derrière le nom de Roquefort», s'interroge Jérôme Faramond. Le fait que les trois premières marques (lire l'encadré ci-contre) soient aujourd'hui propriétés de trois acteurs agro-industriels français pourrait laisser craindre un certain flou pour l'image d'un fromage artisanal. «On doit remettre l'église au milieu du village. Il n'y a qu'une seule recette, suivie par toutes les maisons, garantie par un cahier des charges très strict, lui-même basé sur des siècles de tradition», insiste Jérôme Faramond. «On est Roquefort AOP ou on n'est pas Roquefort», conclut Sébastien Vignette.