

L'Etivaz (Appellation d'origine Contrôlée) : Atouts et contraintes pour l'exploitation agricole en montagne

Dr. Dominique Barjolle & Jean-Marc Chappuis

Institut d'économie rurale de l'Ecole Polytechnique Fédérale de Zurich, IER-AR/EPFL, GR-Ecublens, 1015 Lausanne, Suisse.

E-mail : jean.chappui@iaw.agrl.ethz.ch, Tel. ++ 41 21 693 57 13, Fax. ++ 41 21 693 57 17.

Résumé

Dans cet article, nous analysons les conditions du succès du fromage d'alpage « L'Etivaz ». L'AOC obtenue récemment vient compléter la stratégie de différenciation adoptée depuis longtemps. Les conditions de production définies dans le cahier des charges ont pour but de renforcer la typicité et l'authenticité du produit, tant en termes de qualité que d'image. Ces règles favorisent l'exploitation traditionnelle des alpages et contribuent au maintien d'un paysage ouvert, des chalets d'alpage et des voies de communication. Elles pourraient être considérées comme des limites aux efforts de rationalisation et d'abaissement des coûts. La propension des consommateurs à payer plus cher un produit de qualité doit donc compenser le surcoût lié aux contraintes du cahier des charges. En zone de montagne, les contraintes naturelles excluent de toute manière une compétition par les prix. Au lieu d'essayer de réduire les coûts, la stratégie adoptée est de fixer les règles à respecter pour un produit spécifique et de chercher à obtenir un prix de marché qui couvre ces coûts. Les producteurs de « L'Etivaz » parviennent à cet équilibre grâce à un produit haut de gamme et une bonne communication, une structure d'affinage et de commercialisation collective efficace et une forte cohésion des entreprises sur la définition des objectifs communs.

Mots-clés : Différenciation, coopération, coordination, système d'acteurs, filières agro-alimentaires, fromages AOC.

L'Etivaz (Protected Designation of Origin) : Assets and Constraints for mountain farming

Summary

In this article, we analyze the conditions of success of the mountain cheese "L'Etivaz". The Protected Designation of Origin (PDO) granted recently comes as a complement to the differentiation strategy adopted many years ago. The rules of the product specification aims to strengthen the *typicité* and the authenticity of the product, in words of quality and image. These rules favor the traditional farming of the alpine pasture and contribute to maintain an open landscape, mountain chalets and a road network. They could be considered as a limit to rationalization efforts and cost cutting. The higher consumers' willingness to pay for a quality product must then compensate the higher costs linked to the constraints of the code of practice. In mountain areas, natural constraints leave out a competition based on low costs in any case. Instead of trying to reduce costs, the strategy is to fix a standard for a specific product and to try to get a market price which allows to cover those costs. The producers of "L'Etivaz" manage to reach this balance thanks to a premium product and a good communication, an effective structure of ripening and commercialization and a strong cohesion of the undertakings regarding the definition of the common objectives.

Key Words : Differentiation, cooperation, coordination, system of actors, agrifood supply chains, PDO cheeses.

Introduction

L'agriculture suisse connaît depuis 1992 une réforme en profondeur de sa politique agricole. Dans un premier temps, les prix des produits agricoles ont été progressivement réduits et des paiements directs conditionnés à des prestations écologiques ont été introduits. Dans un deuxième temps, les marchés agricoles ont été partiellement libéralisés : l'obligation de livrer pour les producteurs et de prendre en charge la production pour la Confédération n'existent plus. Les agriculteurs suisses font l'apprentissage de la commercialisation de leurs produits, avec plus ou moins de réussite selon les cas. Dans ce contexte, le succès du fromage « L'Etivaz » est systématiquement mis en avant par les responsables politiques et professionnels qui voudraient que l'agriculture puisse s'adapter rapidement aux nouvelles conditions cadres. En effet, L'Etivaz connaît aujourd'hui en Suisse une renommée accrue, couronnée au début de l'année 2000 par la première Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) attribuée à un produit non viticole¹. Dans la palette des fromages suisses, L'Etivaz se positionne dans le segment supérieur des produits de qualité et apparaît comme le fromage d'alpage traditionnel et typique du Pays-d'Enhaut². Nous voulons montrer dans cet article que le succès de L'Etivaz n'est pas dû au hasard mais à la volonté collective de producteurs qui ont réussi dans un contexte agronomique difficile à construire un produit spécifique recherché par certains consommateurs. Le cas de L'Etivaz nous apprend également que l'AOC n'est pas en soi une condition du succès économique mais qu'elle permet d'encadrer la démarche stratégique et collective des entreprises.

L'AOC : la reconnaissance des efforts de la filière

L'histoire de L'Etivaz est celle d'une communauté de montagnards attachés à leur région et de leur volonté de se maintenir sur un territoire peu favorable en termes de potentiel agronomique. C'est également l'histoire d'une formidable capacité d'anticipation et d'adaptation. Les événements clés du développement de la filière sont les suivants :

1932 : Depuis plusieurs années, la fabrication du fromage au Pays-d'Enhaut connaît une diminution constante. La qualité du produit n'est pas garantie en raison des conditions de stockage souvent précaires dans les caves des chalets d'alpage et les conditions de vente sont devenues plus difficiles en raison de la crise économique. Pour tenter de reconquérir la confiance de leurs clients, les producteurs de la région décident en 1932 de se regrouper et fondent « l'Association des producteurs de fromage d'alpage de L'Etivaz ».

1934 : La construction des caves de L'Etivaz, d'une capacité de 3200 pièces, permet de stocker et d'affiner la production des 30 membres de l'Association.

1945 : L'Association se libère de la tutelle de l'Union Suisse du commerce de Fromage (USF) et obtient la possibilité de commercialiser elle-même son fromage. Elle reste toutefois liée à la Fédération laitière du Léman (ORLAIT), chargée de la gestion et de la vente du fromage.

1946 : L'Association étend son rayon d'action à l'ensemble des Alpes vaudoises. Elle construit également un grenier qui lui permet d'entreposer 2000 pièces pour la fabrication du fromage à rebibes (cf. annexes).

¹ Le système d'Appellation d'origine simple prévalait jusqu'à présent (cf. Ordonnance fédérale sur la désignation des fromages suisses du 10 décembre 1981).

² La zone AOC comprend toutefois l'ensemble des Alpes vaudoises.

1974 : L'essor constant de la production oblige l'Association à agrandir une nouvelle fois ses caves. Elle modifie également ses statuts et passe en coopérative. Cela se traduit par un engagement financier plus important de la part des membres qui possèdent désormais des parts sociales dans la coopérative.

1986 : La production a encore augmenté et une partie des fromages est affinée en plaine. L'annonce de la fermeture des caves de la fédération laitière à Vevey, au bord du Lac Léman, oblige la coopérative à se réorganiser. Elle décide une nouvelle fois d'augmenter la capacité de stockage des caves de L'Etivaz. Par la même occasion, elle restructure tout le complexe afin d'améliorer les conditions de travail et d'affinage. La capacité totale d'entreposage est portée à 14'000 pièces et permet de ramener l'ensemble de l'affinage dans le berceau de production. La Coopérative engage un gérant et se libère de la convention qui la liait à la Fédération laitière vaudoise fribourgeoise (ORLAIT) pour la gestion et la vente du fromage.

1988-1989 : Afin de garantir la rentabilité de ses investissements, la Coopérative s'engage dans une commercialisation totalement indépendante. Elle crée une identité commerciale au fromage sous la forme d'une marque déposée « L'Etivaz® », accompagnée d'un règlement intérieur très strict. Le logo est caractéristique de l'artisanat du Pays-d'Enhaut, le découpage, et reprend sous une forme stylisée les atouts commerciaux de la production : montée à l'alpage, flore alpine et fromage artisanal. Le signe collectif rejoint la marque d'identification du producteur sur chaque pièce de fromage. Le travail de promotion s'oriente sur les relations publiques et la présentation directe du produit et de son berceau de production avec la participation active des producteurs et de leur famille.

1989-2000 : Plusieurs éléments viennent renforcer la stratégie commerciale adoptée par la Coopérative :

- la commercialisation du premier fromage biologique à pâte dure de Suisse (1989),
- l'adoption finale du règlement interne par l'assemblée générale en 1992 et un système de taxation spécifique à L'Etivaz, reconnu par l'Office fédéral de l'agriculture en 1993,
- un système de suivi et de conseil individuel des producteurs pour améliorer la qualité du produit (conseil de fabrication),
- le recours à des contrôleurs extérieurs pour apprécier la qualité du produit,
- un système de paiement des producteurs valorisant la qualité des fromages,
- la participation à différents travaux scientifiques (étude des effets du chauffage au bois sur la qualité du fromage, étude de la relation entre la pâture et la qualité fromagère),
- la construction d'une structure d'accueil pour le public avec diaporama et magasin pour la vente directe ; diversification de la production pour la vente locale (1994),
- la participation à de nombreux événements touristiques dans et hors de la région,
- la certification ISO 9002³ et HACCP⁴ (1997),
- la certification de conformité à la norme UE 92/46 pour l'exportation dans l'Union européenne (1997),
- le dépôt de la demande d'enregistrement de « L'Etivaz AOC » en 1996 et sa reconnaissance en janvier 2000,
- la certification du produit conformément à son cahier des charges AOC par un organisme indépendant accrédité⁵ (janvier 2000).

³ La norme ISO 9002 est l'une des composantes de la certification générale ISO 9000 qui s'applique à la qualité d'une entreprise à tous les niveaux. ISO 9001 décrit les fonctions « *conception, développement, production, installation et prestations associées* » ; ISO 9002 s'attache aux fonctions « *production, installation et prestations associées* » (sans la conception et le développement du produit ou service).

⁴ Hazard Analysis Critical Control Points ou Analyse des risques et maîtrise des points critiques de contrôle.

Ce bref survol historique permet de mettre en évidence trois éléments clés du succès de L'Etivaz :

- 1) La volonté collective de prendre en main son destin, la capacité d'avoir une vision commune et des projets partagés, l'innovation d'entreprendre enfin dans un contexte de politique agricole qui limite l'agriculteur à une fonction de production et néglige alors totalement la commercialisation des produits.
- 2) La capacité de réaliser dans les faits cette vision commune par la création d'un outil de travail performant et d'une organisation collective qui renforce le lien du produit avec son terroir, sa typicité et son authenticité.
- 3) La volonté constante de s'adapter aux conditions du marché sans toutefois renoncer aux éléments fondateurs de la typicité du produit. A ce titre, il faut relever la cohésion et la discipline interne des producteurs.

A ce stade, l'AOC obtenue en 2000 apparaît comme légitime et le cahier des charges ne vient que formaliser des pratiques pour la plupart déjà codifiées dans le règlement intérieur de la Coopérative.

Un environnement institutionnel favorable

L'historique de la Coopérative de L'Etivaz met en évidence la volonté des acteurs locaux de maintenir une activité agricole dans la région et leur capacité évidente à trouver des solutions adaptées à leurs ressources et à leur potentiel. Il faut cependant mentionner l'existence d'un environnement institutionnel favorable qui est venu soutenir et renforcer les décisions stratégiques des acteurs de la filière.

En 1972, un groupe d'investisseurs belges projette de construire un complexe hôtelier de 2000 lits dans la région du Pays-d'Enhaut et de créer un nouveau domaine skiable. Le président des remontées mécaniques de l'époque écrit à la Municipalité de Château-d'Oex pour lui demander si elle réalise ce qu'implique ce nouvel investissement sur l'économie régionale. La Municipalité crée alors une commission chargée d'évaluer les implications du projet sur le tourisme, l'agriculture, les écoles, les hôpitaux. Le Professeur Jean Vallat de l'Institut d'économie rurale de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich (EPFZ), fondateur quelques années auparavant du Service Romand de Vulgarisation Agricole (SRVA), est chargé de superviser les enquêtes auprès des entreprises agricoles. Ce travail permet de tirer une analyse des forces et des faiblesses de l'agriculture au Pays-d'Enhaut.

En 1974, la Loi fédérale sur l'aide en matière d'investissements dans les régions de montagne (LIM) est adoptée par le Parlement. Elle permet de faciliter les investissements dans des projets d'équipement et l'acquisition de terrains destinés à l'industrie et aux arts et métiers dans le but d'améliorer les conditions d'existence dans les régions de montagne par l'octroi d'aides sélectives. Un projet de construction d'une fromagerie qui permettrait de valoriser le lait produit en hiver dans la région mobilise les agriculteurs du Pays-d'Enhaut. L'administration fédérale est d'accord d'entrer en matière à condition qu'une région LIM, conforme à la loi soit créée. Les autorités communales du District de Château-d'Oex et plusieurs associations régionales fondent l'Association pour le Développement du Pays-d'Enhaut (ADPE) en 1975. Cette association reprend la structure de la commission d'évaluation mise en place par la municipalité de Château-d'Oex. Celle-ci compte notamment

⁵ Accréditation à la norme européenne EN 45'011.

un groupe responsable des questions agricoles. L'ADPE propose un programme de développement régional, nécessaire à l'obtention des crédits LIM.

Lorsque la Coopérative de L'Etivaz doit faire face à la fermeture des caves de la Fédération laitière en 1984-85, elle se tourne vers l'ADPE pour évaluer différentes variantes : construire de nouvelles caves à L'Etivaz ou acheter des caves hors de la région et les gérer depuis Château-d'Oex. Finalement, c'est la solution de construire des caves d'affinage à L'Etivaz qui l'emporte. Le Professeur Vallat fait plusieurs conférences dans la région sur les effets induits des investissements sur l'économie régionale. Un de ses assistants travaille à 50% pour l'ADPE comme conseiller régional. Plusieurs étudiants font des travaux de recherches sur l'économie du Pays-d'Enhaut.

En 1985, l'Institut d'économie rurale de l'EPFZ déplace son Bureau d'études régionales de Charrat (Valais) à Château-d'Oex. Un important centre de documentation l'accompagne. Le Centre d'études rurales, montagnardes et de l'environnement (CERME) est créé. Cette structure favorise de nouveaux travaux de recherches, des séminaires, des journées thématiques avec de nombreuses visites d'exploitations agricoles dans la région.

En 1985, un nouveau conseiller régional reprend le secrétariat de l'ADPE. Son implication dans le développement de la Coopérative de L'Etivaz est déterminant : organisation de visites dans la Vallée d'Aoste (Fontina), dans le Beaufortin et le Val d'Abondance, création de la marque « L'Etivaz® », etc. L'exemple d'autres productions fromagères en zone de montagne permet aux responsables de la Coopérative de mieux définir leur vision stratégique.

Finalement, des politiques sectorielles et régionales viennent renforcer le contexte institutionnel favorable au développement des agriculteurs et de la Coopérative. La LIM joue un rôle non négligeable sur les investissements alors que les paiements directs viennent soutenir le revenu des agriculteurs en zone de montagne. Ils englobent des aides en faveur des régions défavorisées (contribution à la production dans des régions difficiles), des contributions destinées à orienter la production (primes pour certaines cultures) et des paiements directs à objectif social (allocations familiales pour les petits paysans et les travailleurs agricoles). Dès 1992, le système des paiements directs se généralise à l'ensemble de l'agriculture suisse et ne se limite plus essentiellement aux paysans de montagne. Au niveau cantonal, il faut également mentionner la Loi sur la promotion de l'économie montagnarde de 1987 et son extension à l'ensemble de l'agriculture vaudoise en 1995.

Ces quelques éléments du contexte extérieur expliquent aussi le succès de la Coopérative de L'Etivaz. Les acteurs institutionnels ont joué un rôle déterminant dans l'accès à l'information et le conseil aux agriculteurs, ainsi que dans le soutien financier de leurs décisions stratégiques.

Atouts et contraintes liés au respect du cahier des charges AOC

Les atouts du cahier des charges peuvent se résumer en deux mots : authenticité et typicité. Les règles que se sont fixées les producteurs ont toutes pour but de renforcer la spécificité du produit, c'est-à-dire tout ce qui peut le différencier des produits substitués. Elles ont fait l'objet de discussions internes. Chaque modification d'une pratique traditionnelle est analysée pour évaluer dans quelle mesure elle affecte la différenciation du produit, en termes physiques (aspect, consistance, goût) ou d'image. Les technologies nouvelles qui n'affaiblissent pas les

attributs de la différenciation ne portent en principe pas préjudice au produit et peuvent être bénéfiques dans une optique de maîtrise des coûts.

Au niveau des règles de production, il faut relever principalement :

- La zone de production et de transformation qui comprend les exploitations d'estivage dont les chalets de fabrication se situent entre 1000 et 2000 mètres d'altitude. Cette condition limite la production aux régions de montagne et freine un transfert de la fabrication dans les zones les plus favorables du point de vue agronomique autour du centre régional de Château-d'Oex ou encore dans la plaine du Rhône.
- La période de fabrication de L'Etivaz, autorisée entre le 10 mai et le 10 octobre. Les producteurs doivent chercher d'autres formes de valorisation du lait pendant le reste de l'année⁶.
- Les fourrages grossiers qui se composent uniquement des herbages naturels de l'alpage. Cette condition interdit le recours à des fourrages provenant de l'extérieur de la zone de production (achat de foin).
- La transformation du lait à l'alpage et l'interdiction de transporter le lait en-dehors de l'exploitation limitent les possibilités de rationaliser la production en construisant des fromageries de plus grande taille travaillant des quantités de lait plus importantes.
- La fabrication au lait cru dans des chaudières en cuivre et le chauffage au feu de bois rendent impossible toute tentative de standardisation et d'abaissement des coûts.
- Une conservation du lait avant transformation de 18 heures au maximum, ce qui implique une fabrication quotidienne du fromage et empêche le stockage de la matière première.

Toutes ces conditions semblent contraignantes si l'on se place strictement du point de vue de la réduction des coûts de production. Traditionnelles, elles ont pourtant été maintenues pour garder le caractère typique du produit et affirmer son identité en termes de goût et d'image par rapport aux concurrents. La propension des consommateurs à payer plus cher un produit de cette qualité doit permettre de compenser les coûts.

Les règles définies dans le cahier des charges ne représentent pas un surcoût important par rapport à un système standard de production de lait dans la même région. Cette comparaison reste à faire pour le Pays-d'Enhaut mais une étude conduite dans le Comté (Bussy, 1993) laisse apparaître que dans des conditions naturelles difficiles, la production de lait destiné à l'industrie n'est pas beaucoup moins coûteuse que celle du lait soumis aux règles de production définies dans le cahier des charges de l'AOC. Les agriculteurs qui livrent du lait à l'industrie n'ont pas de système de production radicalement différent de ceux qui produisent du lait pour la fabrication de L'Etivaz. Les règles du cahier des charges entraînent des coûts supplémentaires négligeables par rapport à ceux induits par les conditions naturelles. Une stratégie des agriculteurs basée sur la production de lait bon marché est une voie sans avenir si l'on considère le prix de marché pour cette matière première.

Les règles définies dans le cahier des charges viennent codifier la vie de l'agriculteur à l'alpage et encouragent des pratiques traditionnelles. L'exploitation des alpages, des chalets et des voies de communication est favorisée et garantit une ouverture du paysage contre l'abandon et le retour de la forêt. Leur rôle est fondamental pour le développement durable de l'ensemble des activités de la région (Allard, 2000).

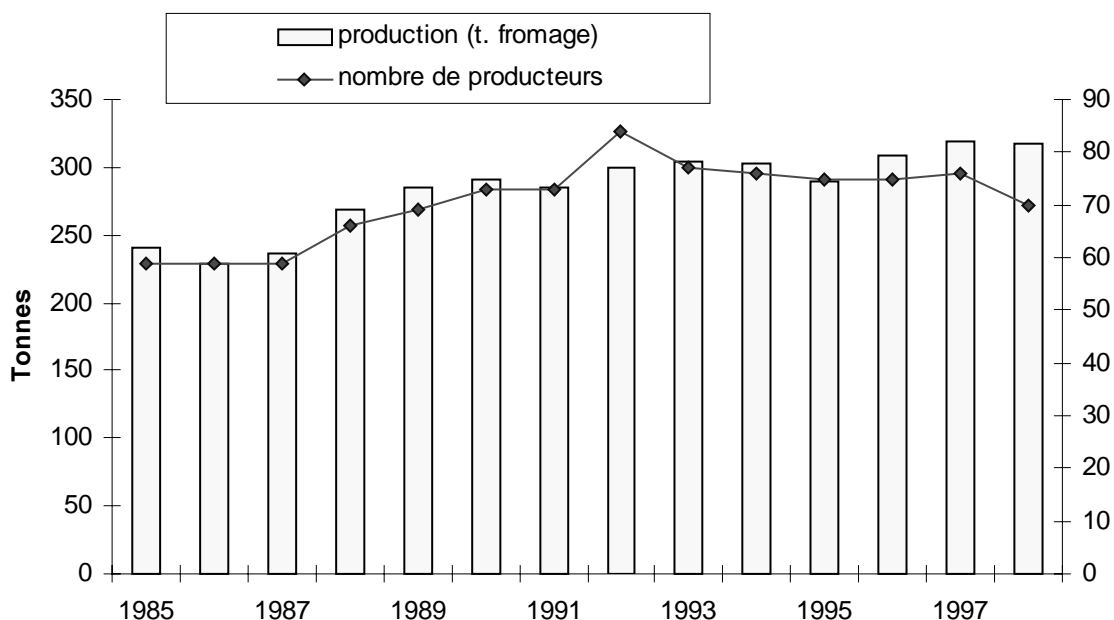
⁶ Fabrication de Gruyère, de raclette et de spécialités locales (tommes) dans les fromageries villageoises ou vente du lait à l'industrie hors de la région.

L'Etivaz AOC et l'exploitation agricole en montagne

L'Etivaz fait vivre aujourd'hui environ 80 familles de producteurs qui exploitent 200 alpages et 200 chalets d'altitude du Pays-d'Enhaut. Les alpages représentent environ 35% de la surface herbagère du Pays-d'Enhaut. Plusieurs producteurs partagent leur saison entre 2 et 4 alpages. La production annuelle de L'Etivaz est de 300 tonnes environ⁷. La moyenne des troupeaux qui passent l'été sur l'alpe compte une quarantaine de vaches en lactation et tout autant de génisses. Plus du tiers des vaches estivées ont été louées ou achetées spécialement pour la saison d'alpage afin d'utiliser au mieux le potentiel herbager naturel des alpages, conformément à une tradition séculaire. Chevaux, porcs, chèvres et moutons complètent un cheptel de plus de 3000 vaches.

Figure 1 :

Evolution de la production des fromages affinés aux caves de L'Etivaz (en tonnes) et du nombre de producteurs



Au niveau économique, les producteurs de L'Etivaz touchent en moyenne pour des fromages de première qualité 1,20 Fr./kilo de lait. A titre de comparaison, le lait livré l'hiver aux laiteries de la région de Château-d'Oex est payé environ 0,78 Fr./kilo⁸ et le lait d'industrie en Suisse est payé autour de 0,77 Fr./kilo⁹. L'hiver, les troupeaux sont plus petits (environ 20 vaches et une quinzaine de génisses) et la plupart des producteurs ont une activité annexe dans le tourisme (hôtellerie et remontées mécaniques).

⁷ Pour l'année 2000, le comité de la Coopérative vise une stabilisation de la production entre 320 et 350 tonnes (max. 14'500 pièces).

⁸ Prix pour l'hiver 1999-2000. Le prix pour l'été 2000 n'est plus que de 0,72 Fr./kilo.

⁹ En juin 2000, 1 Franc suisse = 0.64 Euro = 4.20 Francs français.

De son côté, la Coopérative génère un chiffre d'affaires annuel de 5 millions de francs suisses¹⁰ avec des retombées directes très importantes pour le hameau de L'Etivaz¹¹ et emploie directement 12 personnes. Elle permet de mettre en valeur plus du quart de la production laitière de la région. Elle a en outre un effet global bénéfique sur l'économie régionale (effet multiplicateur) et sur l'innovation régionale (effet stimulant). Elle permet également le maintien du patrimoine naturel, architectural et culturel du Pays-d'Enhaut dont la valeur touristique est incontestable.

Conclusion :

Contrairement aux idées partagées par de nombreux responsables politiques et professionnels, l'obtention d'une AOC n'est pas *a priori* un facteur de succès pour les produits traditionnels. L'AOC n'est en aucun cas une solution facile pour la revalorisation des produits agricoles et l'adaptation rapide de l'agriculture à la libéralisation accrue des marchés agricoles. L'AOC permet tout au plus de structurer la démarche collective des acteurs qui vivent du produit. Le cas de L'Etivaz nous permet d'identifier trois facteurs de succès importants des produits traditionnels, internes à la filière :

- Premièrement, les producteurs de L'Etivaz ont été capables de **construire un produit spécifique** à partir de leurs ressources et de leur savoir-faire propres et ils ont été capables de **communiquer** cette spécificité à un grand nombre de consommateurs.
- Deuxièmement, ils ont su se doter d'un outil de travail performant (les caves) et d'une **organisation collective efficace** (la Coopérative) qui leur ont permis de répondre aux exigences de qualité et de sécurité alimentaire requis par le marché **tout en limitant les coûts** de l'affinage et de la commercialisation.
- Troisièmement, **la cohésion des acteurs** a permis de trouver des objectifs communs à la filière, à côté des objectifs particuliers de chaque producteur, et de mettre en place des politiques cohérentes pour atteindre les buts fixés au niveau collectif. Une histoire commune et le sentiment d'appartenir à une même communauté culturelle¹² ont sans doute contribué à faciliter la recherche de solutions acceptables par la grande majorité des opérateurs économiques.

Du point de vue externe à la filière, le manque d'alternatives à la production fourragère et animale au Pays-d'Enhaut a contraint les producteurs à trouver des solutions rapides aux modifications des conditions cadres, notamment de politique agricole, et la demande accrue des consommateurs pour des produits de qualité liés à l'origine a joué un rôle positif sur le développement des ventes.

L'environnement institutionnel a également joué un rôle prépondérant. Le Pays-d'Enhaut a constitué un terrain privilégié pour la recherche et la vulgarisation agricole. La volonté locale des producteurs a été renforcée par les chercheurs et les organisations de conseil et de développement. Les collectivités publiques ont pour leur part soutenu les efforts d'investissement privés et collectifs (chemins d'accès, rénovations de chalets, construction des caves et du magasin, etc.). Finalement, une aide ciblée de la part du canton de Vaud pour

¹⁰ Coopérative des producteurs de fromages d'alpage « L'Etivaz », Rapport sur l'exercice 1998-1999. Ce chiffre ne comprend pas la Maison de L'Etivaz qui a réalisé un chiffre d'affaires de 1 million de francs en 1999.

¹¹ La réalisation de la Maison de L'Etivaz (1994) en collaboration avec la commune de Château-d'Oex a permis le maintien de l'épicerie et de la poste au village, la création d'une salle villageoise et l'ouverture d'une boutique regroupant la production de 30 artistes de la région.

¹² Le village de L'Etivaz compte 14 sociétés locales pour 200 habitants !

la promotion des produits agricoles a permis de renforcer la notoriété du fromage L'Etivaz auprès des consommateurs.

La décision de ne pas chercher à être compétitif par les coûts a été pour L'Etivaz le choix stratégique décisif. Dans les zones de montagnes où les conditions de production sont difficiles, produire de la matière première bon marché pour l'industrie agro-alimentaire n'est pas une solution durable au défi de l'ouverture des marchés : les entreprises ne peuvent pas être compétitives par rapport à leurs concurrentes de plaine. Les conditions définies dans le cahier des charges de L'Etivaz permettent de fixer le niveau de qualité pour un produit spécifique. Elles ne génèrent pas de surcoût important par rapport à la production standard de lait dans la même région. Le prix obtenu pour un produit authentique sur le marché des produits de qualité permet alors de couvrir les coûts de production du fromage. Cette stratégie renforce le lien de la production agricole avec le territoire et s'inscrit dans une démarche de développement durable.

Bibliographie

Allard R., 2000, **Tourisme durable : une comparaison entre le Pays-d'Enhaut et le Val de Bagnes (Suisse)**, Travail de Mémoire, Institut Universitaire Professionnalisé, Grenoble.

Bussy C., 1993, **Système de production laitière et Appellation d'Origine Contrôlée : le fromage de Comté dans le jura français**, Travail de diplôme, Institut d'économie rurale de l'EPFZ.

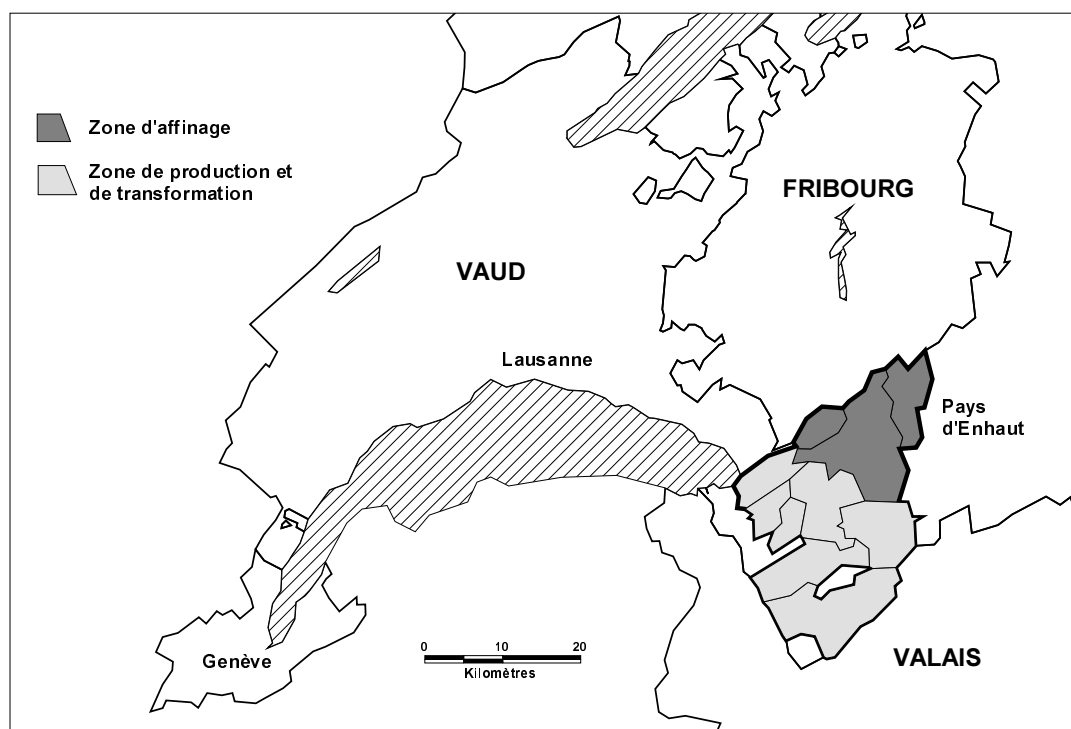
Canno F., 1996, **Le Pays-d'Enhaut face à la réforme de la politique agricole : quelle stratégie pour le maintien d'un paysage agricole vivant**, mémoire de fin d'études, Diplôme d'Agronomie Approfondie – Génie de l'environnement, ENSA-Rennes.

Coopératives des producteurs de fromages d'alpage « L'Etivaz », 2000, **Rapport sur l'exercice 1998-1999, 1^{er} octobre au 30 septembre.**

Coopératives des producteurs de fromages d'alpage « L'Etivaz », 1997, **Lorsque l'innovation et la coopération régionale donnent de la force à un produit et à une région, le cas de la Coopératives des producteurs de fromages d'alpage « L'Etivaz »**, dossier soumis à l'Agrex-Innovationspreis 1997.

Savin L., 1999, **La contractualisation entre l'Etat et les agriculteurs pour la gestion de l'espace rural : enseignements du cas suisse pour la mise en place des Contrats Territoriaux d'Exploitation en France**, Mémoire de D.E.A, Analyse et Politiques Economiques, INRA-ENESAD, Dijon.

Annexes



Zone de production, de transformation et d'affinage de L'Etivaz

(© OFS, GEOSTAT, CH-2010, NEUCHATEL, © S + T, 1996, CH-3084 WABERN)



Marque collective « L'ETIVAZ® »

Produits vendus sous la marque « L'Etivaz® » et bénéficiant de l'Appellation d'Origine Contrôlée « L'Etivaz AOC ».

« **L'Etivaz** », fromage d'alpage au lait cru à pâte dure, goût franc et aromatique, fruité, avec un léger goût de noisette variant selon le terroir des différents alpages, pâte de couleur jaune ivoirine.

Matière première : lait cru.

Surface : croûte emmorgée et saine.

Hauteur : 8 à 11 cm.

Diamètre : 30 à 65 cm.

Poids : 10 à 38 kg.

Ouverture : la présence de trous est rare.

Aptitude à la conservation : excellente, consommation entre 5 et 13 mois.

Production en 1996 : 308 tonnes.

« **L'Etivaz** » **rebibe**, fromage « L'Etivaz » consommé en rebibes (copeaux) après 3 ans de séchage naturel, pâte très dure et goût corsé.

Matière première : lait cru.

Surface : croûte démorgée et saine.

Hauteur : 8 à 11 cm.

Diamètre : 30 à 65 cm.

Poids : 10 à 38 kg.

Ouverture : la présence de trous est rare.

Aptitude à la conservation : excellente : séché en grenier sec ventilé 30 mois minimum.

Production en 1996 : 10 tonnes.

« **L'Etivaz** » **BIO** (produit selon les critères de l'Ordonnance sur l'agriculture biologique et la désignation des produits végétaux et des denrées alimentaires biologiques du 22 septembre 1997), fromage d'alpage au lait cru à pâte dure, goût franc et aromatique, fruité, avec un léger goût de noisette variant selon le terroir des différents alpages, pâte de couleur jaune ivoirine.

Matière première : lait cru.

Surface : croûte emmorgée et saine.

Hauteur : 8 à 11 cm.

Diamètre : 30 à 65 cm.

Poids : 10 à 38 kg.

Ouverture : la présence de trous est rare.

Aptitude à la conservation : excellente, consommation entre 5 et 13 mois.

Production en 1996 : 13 tonnes.