

01



AOP CANTAL

jeune, vieux, entre-deux LA REVUE DE TOUTE LA FILIÈRE DU FROMAGE AOP CANTAL



éditorial

Le décret AOC Cantal du 8 mars 2007 a donné le signal d'un nouveau départ pour notre filière.

Depuis cette date, soyez convaincu que de nombreux travaux ont été engagés : audits et plans de progrès des opérateurs, suivi des volumes, changement des plaques d'identification, renforcement du gradage et communication.

Aussi, dans un but de transparence avec tous les opérateurs de notre filière, le CIF a validé la mise en œuvre d'un bulletin d'information destiné à tous les opérateurs engagés dans la filière AOP Cantal ainsi qu'à tous nos partenaires.

Ce bulletin viendra compléter les différentes

actions, notamment les réunions de terrain, visant à mieux informer chacun d'entre vous. Dans ce premier numéro, vous trouverez une présentation détaillée de la campagne de communication qui démarre, campagne de communication qui constitue une première pour notre filière.

Par cette ambitieuse campagne nous souhaitons repositionner notre fromage auprès des consommateurs, tant au niveau des volumes que des prix. Ainsi, nous agissons pour servir notre objectif commun : celui d'une meilleure valorisation pour chacun des acteurs de notre filière, d'autant plus dans un contexte économique difficile.

Le Conseil d'Administration du CIF

L'AOP CANTAL EN MOUVEMENT

2001

- Validation d'un objectif commun (plateforme).

2004

- Nouveau conseil d'administration.

2004-2006

- Travaux d'écriture du nouveau décret.

2007

- Signature du nouveau décret ;

- Accompagnement de tous les opérateurs.

2008

- Écriture de la procédure de certification ;

- Négociation sur valorisation du lait et du fromage.

2009

- Identification des opérateurs ;

- Signature accord-cadre prime AOC Auvergne ;

- Démarrage plan de contrôle ;
- Lancement campagne de communication.

Les derniers travaux du Comité



Depuis des millénaires, le fromage Cantal est inscrit dans le patrimoine territorial régional.

Bénéficiaire d'un signe de qualité depuis 1956, Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), il est dorénavant baptisé Appellation d'Origine Protégée (AOP) conformément à la réglementation européenne. Cette distinction AOP est une chance pour nous, face aux évolutions en cours de la politique agricole commune.

Conscients de l'importance de préparer l'avenir, nous avons fait évoluer le décret AOP Cantal pour améliorer notre rentabilité, mais surtout pour faire face à la révolution agricole annoncée. Le maintien d'une agriculture forte assurera le maintien d'une économie laitière forte, l'ensemble constituant aujourd'hui la

principale activité économique de notre territoire. Le contenu du dernier décret de 2007 démontre cette volonté de donner du sens à notre futur. Nous avons réaffirmé le lien au territoire au travers des conditions d'élevage, conforté la fabrication traditionnelle, clarifié l'offre au consommateur.

La filière a beaucoup travaillé pour préparer la sortie de ce décret et pour accompagner les opérateurs :

- **Audits chez tous les producteurs de lait de la zone** qui le souhaitent pour présenter le contenu du décret et mesurer les écarts entre leurs pratiques et le décret afin de leur permettre de choisir de s'inscrire dans l'AOP (2 500 visites réalisées).
- **Accompagnements des producteurs** qui se sont inscrits dans l'AOP

par les techniciens des laiteries, de la Chambre d'agriculture et du contrôle laitier (3 600 visites).

- **Audits et suivis chez les collecteurs, les transformateurs et les affineurs** (150 visites).

• **Changement des plaques d'identification des fromages** depuis le 1^{er} janvier 2008. Elles sont dorénavant en plastique : vertes pour le fromage AOP Cantal fabriqué au lait cru et marron pour le fromage AOP Cantal au lait pasteurisé.

• **Formation régulière des membres des jurys** de dégustation qui se réunissent tous les 15 jours pour juger les fromages fabriqués.

• **Obligation d'un seuil de 80% du gradage des fromages** avant commercialisation.

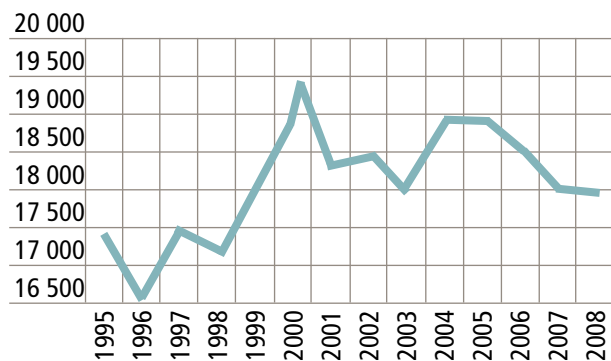
• **Lancement des thématiques de recherche** pour améliorer la qualité dans le cadre du Pôle Fromager AOC Massif Central.

• **Signature d'un accord-cadre de valorisation du prix** du fromage et du prix du lait, à objectif 2015 entre les différentes familles professionnelles d'Auvergne.

• **Certification des opérateurs et des fromages AOP Cantal par l'association Au Sud** qui regroupe notamment deux organismes certificateurs, Aucert et Qualisud.

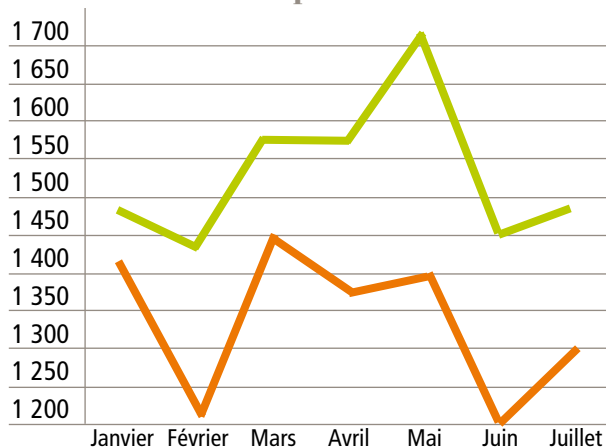
AOP Cantal

Production * de 1995 à 2008



(*) : exprimée en tonnes

Production et comparaison 2008/2009 *



(*) : exprimée en tonnes — année 2008 — année 2009

AOP CANTAL : LES CHIFFRES

Des opérateurs habilités :
2 220 producteurs de lait ;
25 collecteurs ;
19 ateliers de fabrication ;
90 producteurs fermiers ;
26 sites d'affinage ;
18 000 000 kg fabriqués par
an dont 900 000 kg au for-
mat Petit Cantal de 10 kg ;
75% au lait pasteurisé ;
25 % au lait cru.



N'oubliez pas de sortir votre fromage du réfrigérateur 2 heures avant la dégustation. A l'apéritif, servez-le agréablement accompagné de confiture de myrtilles, de chutney de tomates vertes ou de figes... Un délice !



LE COMITÉ INTERPROFESSIONNEL DES FROMAGES

Organisation :

Un conseil d'administration qui prend toutes les décisions à l'unanimité de ses 3 collèges (1 collège représentant les producteurs, 1 représentant la transformation, 1 représentant l'affinage et la commercialisation).

Des commissions de travail composées de représentants des 3 collèges : 1 commission technique sur la production du lait, 1 autre sur la transformation et l'affinage, 1 commission économique et 1 commission promotion.

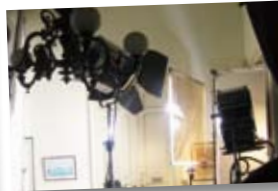
1 équipe technique et administrative de 10 personnes.

Le goût des autres... AOC/AOP



L'AOC Rigotte de Condrieu

La Rigotte de Condrieu, dernière venue (décret du 13 janvier 2009) dans la grande famille des AOC/AOP est fabriquée dans le Parc Naturel Régional du Pilat. Composée de lait de chèvre, ce palet mesure 2 cm de hauteur, 4,5 cm de diamètre et pèse entre 30 et 40 g. 18 producteurs produisent 45 tonnes de rigotte fermière et laitière (chiffres 2008) répartis sur les départements du Rhône et de la Loire (43 communes).



..... Au sein du Conseil d'Administration du CIF, les représentants des producteurs de lait AOP Cantal, des collecteurs, des fromagers, des affineurs ont considéré que tous les importants travaux d'amélioration globale de la qualité devaient être portés à la connaissance des consommateurs et des distributeurs pour que la filière en tire un bénéfice.

Nous avons des atouts à faire valoir : 3^e AOP fromagère française avec 18 000 000 de kilos produits par an, une notoriété assistée de 90%, les images et les valeurs positives que le mot Cantal génère auprès des consommateurs (nature préservée, authenticité, grands espaces...).

Avec le soutien des pouvoirs publics et des collectivités locales, nous avons donc prévu une campagne de communication qui s'étend sur 3 ans ; délai minimum pour nous installer durablement et suffisamment dans l'esprit des consommateurs. Elle a démarré en septembre 2009 et se poursuivra jusqu'au 1^{er} semestre 2012.

Nous avons un objectif opérationnel, faire connaître et apprécier la nouvelle AOP Cantal pour servir notre finalité : **“Accroître le prix du lait et du fromage AOP Cantal”**.

LE CONTENU DE LA CAMPAGNE

Cette campagne a pour objectif d'accroître la notoriété du fromage AOP Cantal. Pour cela, nous utilisons le support le plus porteur : **la télévision**. Plusieurs passages par an sont prévus pour toucher nos acheteurs potentiels situés dans la tranche d'âge 35-60 ans. En 2009, pour nous installer plus rapidement, nous réalisons deux vagues plus rapprochées : une en cours et une autre fin novembre-début décembre.

Nous sommes également présents sur **internet** considérant que ce support est de plus en plus utilisé et que cela donne également une image plus jeune de notre appellation. Le site institutionnel AOP Cantal : **www.aop-cantal.com** a été complètement rénové et un site spécifique pour le lancement : **www.oublier-le-cantal-c-fatal.com**

permet de retrouver les spots télé mais aussi de jouer et de gagner de jolis lots.

Nous sommes présents lors de l'acte d'achat en **magasin** pour relayer nos messages publicitaires et faciliter les ventes. Nous assurons ainsi des actions d'animation dans 1 000 hypermarchés. C'est aussi le meilleur moyen de motiver la grande distribution à commercialiser notre fromage.

Enfin, nous **mesurerons** dès décembre nos résultats afin d'adapter nos actions à venir.

Cette campagne, qui vient renforcer toutes nos actions d'amélioration de la qualité, doit nous permettre de réaliser nos objectifs de marge et de volume. C'est à cette condition que nous pourrions permettre à tous, producteurs de lait AOP Cantal, collecteurs de lait, fromagers, affineurs, d'avoir une activité économique pérenne qui dynamise notre territoire.