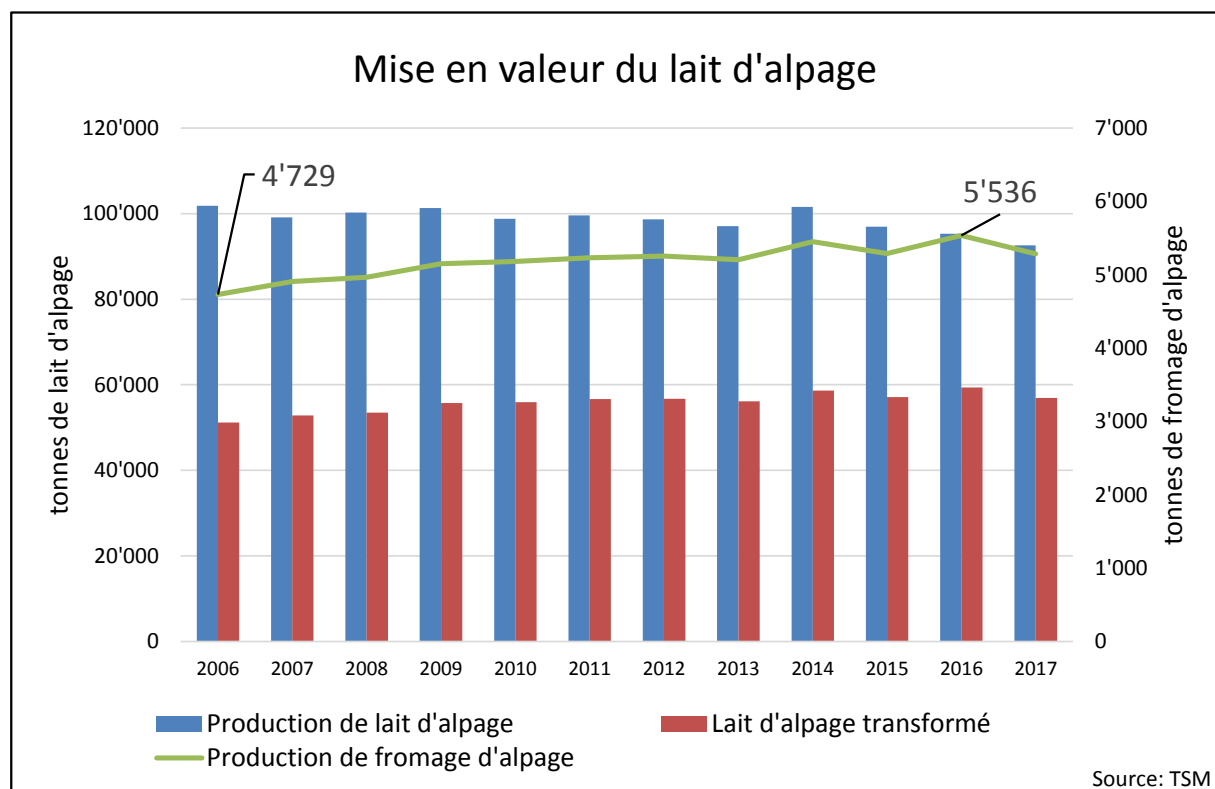




Le fromage d'alpage: un délicieux produit agricole qui a de l'avenir

Le volume de production du lait d'alpage a légèrement baissé ces dix dernières années, atteignant 92 592 tonnes en 2017. En revanche, le pourcentage de lait transformé en fromage d'alpage n'a cessé d'augmenter. Cette production, qui s'élevait à 4729 tonnes en 2006, a atteint 5536 tonnes en 2016, soit une augmentation de 17%. Cet été, le volume de production de lait d'alpage a-t-il vraiment été très inférieur à celui des années précédentes? Quelle quantité de fromage d'alpage a été produite durant la saison d'estivage 2018? Pour répondre précisément à ces questions, il faudra attendre l'été prochain, quand les chiffres de TSM auront été actualisés. Les estimations qui sont néanmoins rendues publiques se basent sur les expériences réalisées dans les diverses régions d'estivage.

Grâce aux importants efforts de marketing consentis, le fromage d'alpage est parvenu à se hisser au rang de produit « premium ». Les prix de gros et les prix de vente au détail ou en commercialisation directe ont augmenté à un niveau stable.



Un des facteurs de réussite est bien entendu la limitation naturelle du volume de production. Pour des raisons climatiques, la saison d'alpage ne dure qu'environ 3 mois. Par ailleurs, des conditions météorologiques ponctuelles exercent une influence, comme cette année : après une fonte des neiges rapide et importante et un très bon démarrage de la production de fromage d'alpage, il n'est pas tombé la moindre goutte de pluie en juillet dans de nombreuses régions. Les pâturages se sont desséchés. Les images des hélicoptères transportant de l'eau pour le bétail à l'alpage sont imprimées dans nos mémoires. C'est surtout en Suisse orientale et au Tessin que le bétail est redescendu en plaine avec quelques jours, voire quelques semaines d'avance. En revanche, sur les versants à l'ombre de Suisse romande et de Suisse centrale, la longue durée d'ensoleillement a eu des effets positifs sur la croissance de la végétation et a permis une belle réussite de la saison d'estivage.



Un autre facteur du succès du fromage d'alpage est constitué par les jalons judicieusement posés lors de la conception des conditions cadres de la politique agricole. Suite à la mise en œuvre de la Politique agricole 2014-2017, les exploitations de plaine et les exploitations de montagne qui mettent leur bétail à l'alpage touchent une contribution d'estivage. Cela permet de pâturer l'intégralité de la région d'estivage en Suisse et d'éviter ainsi son embroussaillage. Les contributions d'estivage permettent de réaliser des investissements de remplacement afin d'assurer un travail rentable à long terme dans les exploitations d'alpage.

Il est actuellement prouvé que l'on peut mettre avec succès un bon produit sur le marché même lors des années où les conditions météorologiques sont difficiles et les volumes de production réduits. Pour y parvenir, il faut un personnel d'alpage bien formé et très motivé, en mesure de s'adapter à ces conditions pour maintenir la qualité de sa production au niveau élevé habituel. Les armaillis ne sont pas les seuls à transpirer durant les journées de canicule ; les meules aussi. À la cave, il faut donc les mettre aux « soins intensifs ».

Comme nous l'avons écrit plus haut, de bonnes conditions cadres sont nécessaires pour soutenir les producteurs dans leur activité. Des études telles que celle d'*Avenir Suisse*, intitulée « Une politique agricole d'avenir », n'offrent guère de perspectives. D'une part, elle souligne en effet, en se servant de l'exemple de l'Étivaz AOP qui brille à l'exportation, que le fromage d'alpage est un modèle de réussite. Mais ses auteurs proposent en même temps, d'autre part, la suppression des facteurs qui permettent précisément à un tel produit d'obtenir un succès durable (contributions d'estivage et contributions de mise à l'alpage). Ils ne font ainsi guère preuve de clairvoyance, mais plutôt d'ignorance.

Les dernières années l'ont montré : le fromage d'alpage est un exemple de l'interaction positive entre un produit de haute qualité, une prospection active du marché et des mesures politiques d'accompagnement. Je considère par conséquent le fromage d'alpage comme un exemple de « produit de bouche agricole d'avenir », capable de générer une plus-value durable.

Martin Rügsegger, 18 octobre 2018