

## COMMENTAIRE DU MARCHÉ

# Tendance positive pour les saisons d'estivage des deux dernières années

Les bons résultats des ventes de fromage d'alpage montrent que les efforts déployés en matière d'assurance-qualité et de promotion des ventes sont efficaces.

Alors que la production de fromage d'alpage était de 4729 tonnes en 2006, elle a peu à peu augmenté pour s'élever en 2018 à 5482 tonnes, soit une hausse de 16% en douze ans. Pendant cette période, la production de lait d'alpage a parallèlement diminué de 6%. Comment est-ce possible? La part de lait d'alpage transformé en fromage a enregistré une forte hausse: c'est le reflet d'une tendance. Les bons résultats des ventes montrent en effet que les efforts déployés en matière d'assurance-qualité et de promotion des ventes sont efficaces.

## Un été 2018 bien meilleur que prévu

L'été 2018 a été marqué par la sécheresse. Sur les versants exposés plein sud, en particulier, l'herbe a été brûlée par le soleil. L'armée a gratuitement acheminé de l'eau sur les alpages. En Suisse orientale surtout, les animaux sont souvent redescendus en plaine plus tôt que prévu. Il se disait que la production de fromage d'alpage avait souffert en de nombreux endroits et on ta-



L'alpage d'Ascharina dans les Grisons.

blait sur un recul de la production dans plusieurs régions. Or, selon l'analyse de TSM (disponible seulement l'année suivante), les pronostics ont été déjoués. En 2018, la production de lait et de fromage d'alpage a même dépassé celle de 2017 de 3%! Cet écart entre les prévisions et les données analysées s'explique vraisemblablement par un bon début de saison et par l'abondance du fourrage dans les pâturages humides et ombragés, ce qui a compensé la baisse de production sur les versants exposés. Qui plus est, la production pendant la première moitié de la saison, relativement épargnée par la séche-

resse, a été plus importante qu'en deuxième partie d'été.

## Attentes élevées pour 2019

Cette année, la saison d'alpage a commencé avec environ deux semaines de retard. La faute à la neige, qui a recouvert les pâturages jusqu'à la mi-juin. Si les producteurs ont dû s'armer de patience au printemps, ils ont été récompensés par une saison presque parfaite: beaucoup de soleil, des précipitations régulières et aucun épisode de froid. Les belles et chaudes journées de septembre ont également facilité les derniers travaux sur les alpages. Comme le décri-

vent les alpagistes-blogueurs ([www.histoiresdalpage.ch](http://www.histoiresdalpage.ch)), la météo parfaite se résume en du soleil et de la chaleur la journée, et un peu de pluie la nuit pour faire pousser l'herbe, laver les vaches et remplir les citernes.

On attend pour l'été 2019 une quantité de fromage d'alpage comparable à celle de 2018.

## La qualité à l'origine du succès des ventes

Outre la quantité, c'est la qualité du fromage d'alpage qui est intéressante. Mélanie Hertner, de l'alpage Fasans, explique par exemple que leur fromage d'alpage a reçu une

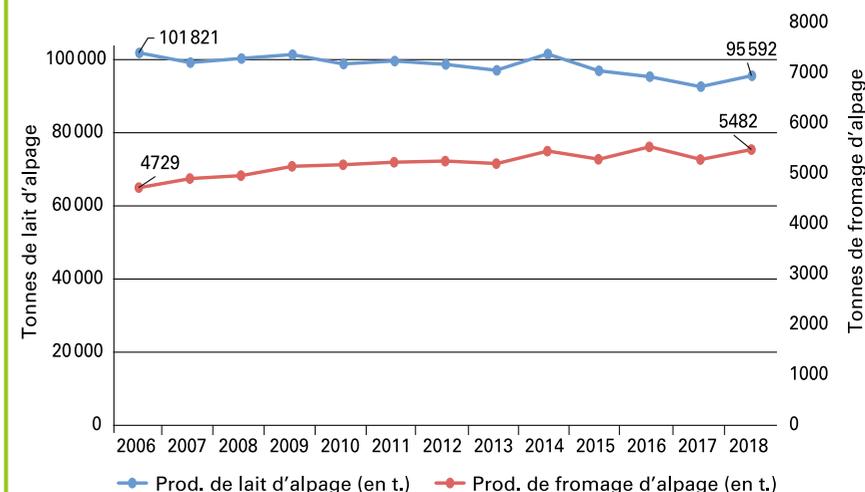
médaille d'or, tandis que leur mutschli à l'ail a remporté l'argent lors d'une compétition tenue à Galtür en Autriche. Elle et son équipe sont fières de cette reconnaissance. Les taxations, les nombreuses distinctions régionales, mais surtout le concours des fromages d'alpage organisé à l'Olma cette année, avec 198 fromages répartis en cinq catégories, sont autant d'occasions de souligner la qualité des produits. En témoigne aussi le chiffre d'affaires réalisé au stand de l'Olma, qui a augmenté de 8% par rapport à l'an dernier. S'ils sont toujours friands de fromages à pâte mi-dure, les consommateurs de

Suisse orientale sont de plus en plus attirés par le fromage extra-dur à rebibes.

Le marché s'est stabilisé ces dernières années. Les prix demeurent stables tant à l'échelon commercial que dans la vente directe. Les référencements temporaires et réguliers dans le commerce de détail ainsi que les retours positifs dans le cadre des sondages auprès des consommateurs sont réjouissants et nous confirment que les efforts de longue haleine déployés pour promouvoir les ventes commencent à porter leurs fruits.

MARTIN RÜEGSEGGER,  
GÉRANT DE LA MARQUE FAÏTIÈRE  
FROMAGE D'ALPAGE SUISSE

## Transformation du lait d'alpage



Source: TSM