

TYPE 4

« COEUR DE MASSIF », une démarche territoriale portée par des éleveurs-transformateurs

Avertissement : les informations présentées ici sont issues d'entretiens avec 12 acteurs partie-prenantes de l'initiative, conduits principalement en novembre 2018, par des étudiants de 5^{ème} année de l'ESA, puis actualisés en septembre 2021 :

- Le directeur puis le chargé de développement de l'OS vosgienne (Organisme de Sélection)
- 6 agriculteurs adhérents à l'OS dont le président de l'OS vosgienne
- L'affineur en charge de l'affinage et de la commercialisation d'une partie de la production de Cœur de Massif
- Une technicienne de l'AMF (Association pour l'appui aux producteurs de Munster Fermier et autres produits laitiers fermiers de la montagne vosgienne) ayant participé à la conception de la recette de ce fromage
- Le représentant du PNR chargé de la communication et du marketing autour du Cœur de Massif.
- Un commerçant, propriétaire de deux fromageries vendant du cœur de massif.

Les analyses présentées dans cette fiche sont nécessairement partielles; elles sont orientées sur la question principale du projet : comment les acteurs des filières et des territoires peuvent-ils coopérer pour favoriser des initiatives conciliant enjeu environnemental et valorisation économique des produits pour les éleveurs ? Elles n'engagent que les auteurs.

Ces analyses, réalisées à un moment T de l'évolution du cas étudié, sont aussi à replacer dans la temporalité du projet.

Description de l'initiative

De quoi s'agit-il ?

Le Massif des Vosges se caractérise par l'importance de l'élevage dans l'entretien des paysages (80% de la SAU) et en particulier d'un élevage laitier extensif caractéristique de ce territoire de montagne (40% de la SAU). Ici, beaucoup d'éleveurs transforment et vendent leur fromage en direct. Sur ce territoire, différentes races de vaches sont élevées, dont la Vosgienne, qui après avoir presque disparu dans les années 1970, connaît un regain d'intérêt pour les éleveurs.

Le projet présenté ici est issu d'une ambition d'un groupe d'éleveurs du massif des Vosges, engagés au sein de l'OS Vosgienne, qui cherche une meilleure valorisation de leur production laitière issue de Vosgiennes dans l'objectif de faire perdurer la race. Ils ont, au début des années 2000, pensé créer un cahier des charges spécifique au sein de l'AOC Munster, sans succès. Ils s'orientent alors vers un projet de création de fromage issu de Vosgienne, en lien avec le PNR Ballons des Vosges.

Cette fiche propose de rendre compte de cette initiative, de ses difficultés et succès, tout en discutant plus précisément de la façon dont elle permet de valoriser des pratiques plus respectueuses de l'environnement.

Historique des réflexions

2012 : l'Organisme de sélection (OS) Vosgienne crée la marque « Race Bovine Vosgienne »

2013 : le conseil d'administration de l'OS lance le projet fromage.

2014 : Constitution d'un « groupe fromage » avec 10 éleveurs. Ils définissent les caractéristiques du fromage; une stagiaire conduit une étude de marché

2015 : élaboration de la recette avec l'appui d'une technicienne de l'AMF, formation des éleveurs. Élaboration du cahier des charges, de la gouvernance (commissions de contrôle, commissions de dégustation, pénalités)

Octobre 2015 : lancement du fromage « cœur de massif » à Mulhouse

2016 : partenariat avec la fromagerie de la vallée de Munster. 11 nouveaux éleveurs apportent du lait à la fromagerie. Développement de la commercialisation en magasins locaux et GMS

2018 : fermeture de la fromagerie, tentative de partenariat avec un affineur

2020 : embauche par l'OS d'un technicien chargé du développement de la race, renouvellement du groupe fromage, initiation de différents projets (IGP, inscription dans la démarche slow food...)

Produit concerné : L'initiative valorise le lait de troupeaux où la Vosgienne est majoritaire, uniquement sous forme du fromage « Cœur de Massif ». Aujourd'hui, ce fromage est transformé sur les exploitations et vendu en circuit court.

Principaux acteurs concernés

L'OS Vosgienne : L'Organisme de Sélection de la race bovine Vosgienne (OS Vosgienne) est une organisation professionnelle regroupant 4 syndicats d'éleveurs de Vosgienne départementaux. 131 éleveurs y adhèrent. L'OS Vosgienne a un rôle de centralisation des actions de mise en valeur de la race Vosgienne. L'OS est longtemps soutenue par les chambres d'agriculture via la mise à disposition de personnel, puis en 2020 elle prend en charge directement son personnel.

Les 10 éleveurs du groupe fromage : tous adhérents à l'OS Vosgienne, ces éleveurs sont originaires des Ballons des Vosges et attachés à ce territoire, à la race Vosgienne. Les troupeaux sont modestes (10 à 40 vaches), avec un système fourrager fondé sur l'herbe et la transhumance. Ce sont tous des éleveurs transformateurs. Ils portent le projet, conçoivent le fromage. Le président et le directeur de l'OS participent à ce groupe.

L'AMF (Association pour l'appui aux producteurs de Munster Fermier et produits laitiers fermiers de la montagne vosgienne) a joué un rôle important avec la mise à disposition de compétences techniques pour la création du fromage et la formation des éleveurs-transformateurs, le contrôle des pratiques de production et des produits. En 2020, l'OS embauche un technicien fromager (ancien de l'AMF) et limite alors ses interactions avec l'association.

La fromagerie et l'affineur : ils devaient jouer un rôle important pour le développement de la production (en permettant à des éleveurs de livrer du lait non transformé) et des marchés. Ils ont été associés entre 2016 et 2018 mais le partenariat n'a pas fonctionné.

Les institutions locales : Le PNR Ballons des Vosges est associé au conseil d'administration de l'OS. Le commissariat de Massif et la Région Grand-Est apportent leur soutien financier.

Trois instances de gouvernance

- **Le Conseil d'administration de l'OS** : il est composé des représentants des différents syndicats, des chambres d'agriculture du Haut Rhin et des Vosges et du PNR Ballons de Vosges. Il impulse et statue sur les choix structurants du projet fromage.
- **Les commissions dégustation** : elles se tiennent 4 fois par an environ, et font intervenir l'affineur, deux producteurs, deux consommateurs, la technicienne de l'AMF, deux membres du CA de l'OS, et, avant sa fermeture, la fromagerie et deux livreurs de lait. Elles visent à vérifier les qualités gustatives des fromages et à sanctionner les non-conformités du produit. En 2020 elles évoluent : organisées sur les fermes, elles mobilisent un jury resserré (un éleveur, un technicien, expert du monde du fromage : crémier, restaurateur)
- **Les commissions de contrôle** : elles concernent le cahier des charges de production. Les contrôles sont effectués par un agent des chambres d'agriculture.

Cahier des charges « Cœur de Massif » : il porte à la fois sur **les conditions d'élevage**, sur les **caractéristiques du produit et de transformation**.

Pour ce qui concerne les conditions d'élevage, le cahier des charges Cœur de Massif s'appuie sur le cahier des charges de la marque collective « Race Bovine Vosgienne »¹ et le complète. En particulier, pour le Cœur de Massif, la **zone de production** est limitée au massif vosgien, la **proportion de Vosgienne** dans le troupeau est plus élevée : un minimum de 55% de vaches vosgiennes dans le troupeau à l'adhésion, puis une augmentation de 5%/an de vosgienne dans ce troupeau par la suite pour atteindre 80%.

L'alimentation des animaux fait l'objet de règles précises : Au minimum, 150 jours de pâture et un minimum de 30 ares de pâture/vaches; au minimum, 80% des fourrages et herbes de pâture pour le troupeau viennent de l'aire géographique du Massif des Vosges; en été, ration à base d'herbe pâturée, en hiver, minimum 5kg de foin; interdiction des fourrages fermentés sauf enrubannage à plus de 50% de MS; interdiction des fourrages influençant le goût (colza, choux), ou pourris, souillés... ; limitation des aliments concentrés à 1200kg/VL/an, et ne contenant pas d'azote non protéique, d'acides de synthèses, de facteurs de croissance; 70 unités max. d'azote minéral/ha et interdiction des produits phytosanitaires sur l'herbe. En 2020 est ajoutée l'interdiction des OGM dans la ration.

En outre, le cahier des charges implique pour les éleveurs de s'inscrire dans des **dynamiques institutionnelles complémentaires** : adhérer à l'OS, à la charte des bonnes pratiques d'élevage, au contrôle laitier, se former auprès de l'AMF.

Prix payé aux producteurs : la plupart des fromages sont transformés et vendus par les éleveurs eux-mêmes, en vente directe ou en circuits courts. Pour autant, des discussions ont eu lieu, au sein du groupe fromage, quant au prix final du produit. Pour les leaders de la démarche (le directeur et le président de l'OS), « tout l'objet de la démarche est dans une dynamique long terme, et si les éleveurs de la race vivent bien, la race pourra perdurer. » Ils convainquent ainsi les éleveurs de fixer un prix minimum de vente qui diffère selon que l'éleveur vend à un intermédiaire ou au consommateur en direct. En 2021, le prix minimum au consommateur s'établit à 18€/kg. Si les éleveurs du groupe fromage s'accordent sur ce prix, d'autres producteurs pratiquent parfois des prix un peu plus faibles. Pour autant, aucune mesure contraignante n'est mise en œuvre pour garantir ce prix.

1. <http://www.racevosgienne.com/professionnels/pr%C3%A9sentation-de-los/actions.html>

Négocier entre soi puis mobiliser des acteurs de la filière

Des négociations rapides entre pairs pour définir le projet

Un projet inscrit comme une composante d'une ambition professionnelle ancienne. Le projet cœur de massif a été porté et conçu par un groupe d'éleveurs engagés au sein de l'OS Vosgienne, comme un des moyens de maintenir la race. Il succède à d'autres étapes que sont la création de l'OS dans les années 80, le dépôt d'une marque collective Race Bovine Vosgienne en 2012. Ainsi, l'ambition initiale du projet Cœur de massif est partagée par le groupe des initiateurs.

A partir de 2013, un travail se met en place au sein du groupe Fromage et en relation avec le CA de l'OS pour définir le cahier des charges, identifier les parties prenantes, s'accorder sur la valorisation.

Le cahier des charges est construit par les éleveurs du groupe fromage, avec l'appui de la technicienne de l'AMF. Trois dimensions ont fait débat :

- **La proportion de vaches de race Vosgienne** : si tous souhaitent promouvoir la race, le seuil de vosgienne dans le troupeau a fait débat. Les éleveurs s'accordent sur un niveau minimal de 55% de vosgienne à l'entrée dans la démarche, avec une progression ensuite pendant 5 ans. Ils définissent ainsi des critères plus exigeants que le cahier des charges de la marque Race Bovine Vosgienne, tout en permettant à plus d'éleveurs de rejoindre la démarche et d'engager un changement de leur système.
- **L'alimentation** : celle-ci doit être à base d'herbe, cela fait l'unanimité, mais des désaccords sont apparus sur la possibilité d'inclure des fourrages fermentés (ensilage, enrubannage). D'un côté ces fourrages peuvent induire une variation du goût du fromage, d'un autre, imposer une alimentation à base exclusivement de foin et de pâturage aurait exclu certains éleveurs étant données les conditions climatiques du massif. L'usage d'enrubannage relativement sec constitue donc un compromis trouvé entre éleveurs.
- Certains éleveurs, en particulier les plus petits producteurs, souhaitent pouvoir **stocker leur lait** pour ne pas avoir à le transformer tous les jours. Sur ce point, le président de l'OS a imposé une transformation journalière.

Les autres dimensions du cahier des charges ont été établies en se fondant sur les pratiques et engagements préalables des éleveurs du groupe (notamment MAE).

La **fixation d'un prix plancher** a été l'objet de discussions au sein du groupe fromage. Certains auraient voulu vendre moins cher, mais l'enjeu de mieux valoriser l'élevage de Vosgiennes a prévalu.

Enfin, dans un premier temps, le groupe Fromage a **mobilisé des soutiens dans leur environnement institutionnel proche** : l'AMF - association à laquelle les éleveurs adhèrent, la chambre d'agriculture et le PNR - membres du conseil d'administration de l'OS, puis en 2016, la fromagerie de la Vallée de Munster – fromagerie détenue par des éleveurs. Cette ouverture de la démarche n'a pas fait l'objet de discussions.

« Oui, tout le monde [participait], il y avait des réunions où chacun pouvait mettre son grain de sel »

« On a vraiment fait ce qu'on a voulu faire et ce qui nous paraissait le meilleur pour notre race, pour nos élevages »

Durant cette première phase de conception du projet, le travail a été conduit **entre pairs**, dans le cadre d'un groupe dont les membres partageaient une **même stratégie collective**, et dont les activités avaient **des traits communs**. Le travail a été conduit de manière soutenue (dégustations, étude de marché...), grâce notamment à l'appui de l'AMF et de la Chambre d'agriculture, et a permis d'animer des **espaces d'expression et de négociation** au sein du groupe.

Une ouverture du partenariat à d'autres acteurs de la filière, des négociations plus difficiles

La fromagerie de la Vallée de Munster, sollicitée en 2016, a fermé rapidement. L'OS s'est alors tournée vers un affineur en 2018 pour prendre le relais. L'objectif pour l'OS est **de développer la production** en déléguant l'affinage de certains éleveurs, et de s'appuyer sur le réseau commercial de l'affineur pour développer le marché (en GMS notamment). Pour la première fois, les éleveurs s'adressent à un acteur privé extérieur à la profession, et les négociations s'avèrent plus difficiles.

Si le **prix de rachat des fromages n'a pas fait l'objet de discussions**, ce nouveau partenaire économique a amené à rouvrir des négociations sur la **qualité du lait**, avec une demande d'augmentation **des contrôles** (concentration butyrique) et la possibilité d'ajouter des ferments butyriques. Cette pratique vise à éviter le délitement des meules et ainsi garantir une meilleure qualité des produits. Cependant, les éleveurs sont peu enclins à accepter ces contrôles, le dispositif est jugé très coûteux, et enfin, l'ajout de ferments pourrait modifier le goût du fromage. Un second point de négociation portait sur l'établissement **de contrats annuels sur les volumes** livrés à l'affineur. Le développement des marchés en GMS suppose un approvisionnement régulier, été comme hiver, et implique que les éleveurs acceptent de livrer des fromages en blanc même l'été, alors même qu'ils vendent eux-mêmes leurs fromages à la ferme.

La coopération avec l'affineur s'engage mais ne dure pas. Les producteurs vendant tous dans différents circuits courts ne trouvaient pas un fort intérêt à vendre à l'affineur et ont parfois livré des fromages de moins bonne qualité. Ce qui distingue le Cœur de Massif des autres tommes locales c'est moins ses caractéristiques organoleptiques que la démarche territoriale. Or l'affineur ne s'est pas approprié le projet et n'est pas parvenu à mettre en valeur le fromage.

Les rôles déterminants de leaders et du soutien institutionnel

Le directeur et le président de l'OS ont joué un rôle **déterminant dans la mise en place de la démarche**. En initiant le projet, **en animant et recadrant le travail** du groupe fromage, en intervenant comme **intermédiaires** dans la négociation avec l'affineur. Le président **développe la notoriété** de la démarche à travers différentes actions (émission TV, participation à un ouvrage, à des colloques). Ce leadership du président, reconnu par tous les enquêtés, laisse parfois une place modeste aux éleveurs, comme pour la décision de ne pas stocker le lait. Pour autant, l'aboutissement et la notoriété du projet génère **une grande satisfaction, une fierté**, des éleveurs qui considèrent avoir pu contribuer effectivement à son élaboration.

Après une période de mise en place jusqu'en 2018, **la dynamique collective s'affaiblit**. Les éleveurs produisent et vendent le cœur de massif « en routine ». L'arrivée en 2020 d'un technicien fromager chargé du développement de la démarche joue un rôle essentiel dans le maintien de la démarche. Il refonde le groupe fromager et **initie différents projets** qui visent à asseoir la visibilité de la démarche pour mobiliser de nouveaux producteurs (projet d'IGP), à constituer un collectif d'éleveurs motivé et soutenu.

En outre le développement de ce fromage s'est appuyé sur **des ressources institutionnelles essentielles** : la mise à disposition d'agents des Chambres d'agriculture pour animer et accompagner l'OS (dont le directeur de l'OS), pour conduire des enquêtes (étude de marché, enquête auprès des producteurs) la mobilisation de l'association AMF, et encore du PNR Ballon des Vosges pour soutenir la démarche sur le plan technique et promouvoir le produit, le soutien financier du Commissariat de Massif et de la région Grand-Est.

*Le directeur de l'OS « il perçoit bien avec l'expérience qu'il a, ça fait 5 ans qu'il est là, il perçoit bien les personnalités, il est bien à sa place, **il pousse toujours**, il a toujours plein d'idées, plein de réflexions » (éleveur du groupe fromage)*



Des enjeux environnementaux implicites

Le premier objectif de la démarche « cœur de massif » est de promouvoir la race locale Vosgienne et de maintenir son élevage sur le massif des Vosges. **Race et territoire sont au cœur, la question environnementale est d'emblée considérée comme secondaire...**

Pour autant, les éleveurs, en définissant le cahier des charges du Cœur de Massif y ont inclus **des critères relatifs aux conditions de production** (système fourrager et autonomie alimentaire, amendements et usage de produits phytosanitaires). Il va de soi pour eux, que c'est une forme d'élevage, de montagne et respectueuse de l'environnement, qu'il s'agit de valoriser. Les **pratiques environnementales apparaissent associées à un bouquet de services** (sauvegarde d'une race, maintien de l'élevage sur le massif, meilleure rémunération des producteurs...). Et au sein de ces critères environnementaux de conditions de production, les éleveurs ne mettent pas en valeur d'objet ou enjeu spécifique.

Cette position, à la fois secondaire mais évidente, de l'enjeu environnemental dans la démarche se traduit dans le travail de mise en valeur du produit. Que ce soit sur l'étiquette, le logo, les flyers produits ou dans le discours des éleveurs et commerçants auprès de leur clients, **la race et le massif sont fortement valorisés**, et associés de manière plus ou moins forte à certaines conditions de production. Sur les points de vente du massif (fermes auberges, magasins de producteur), **l'origine locale, et la relation directe** construit un rapport de **confiance et de surveillance** avec le consommateur, les éleveurs disent peu expliciter leurs pratiques. En revanche, les commerçants intervenant **hors du massif** disent mettre davantage en valeur le mode de production environnemental. Pour autant, l'affineur n'est pas parvenu au final à faire valoir la différenciation du produit sur cette dimension pratique et environnementale et s'est retiré de la démarche.

« Quand ils viennent acheter chez nous, ils ont le terme ferme auberge, vente directe, local.... C'est pour eux un circuit court, plus naturel, ils ont confiance en l'éleveur du produit » (éleveur)

« Petits producteurs de montagne ça s'entend que c'est une agriculture respectueuse de l'environnement. C'est pas une ferme de 1000 vaches qui sort de je ne sais où. Je pense que le consommateur l'entend comme respectueux de l'environnement » (affineur)



Quels sont les effets du Cœur de massif sur l'environnement ? Pour les initiateurs de la démarche, les conditions de production définies dans le cahier des charges correspondent à leurs pratiques. La démarche n'a donc pas induit d'amélioration des pratiques sur le plan environnemental pour ces derniers. Elle visait en revanche à mieux valoriser économiquement des pratiques existantes jugées vertueuses sur le plan environnemental. Pourtant, les éleveurs qui ont rejoint la démarche en 2016 (une dizaine de producteurs) ont du adapter leurs pratiques, et quelques uns ont développé leur troupeau de vosgienne. La démarche permet alors de **valoriser économiquement un mode d'élevage montagnard existant, de le promouvoir, le développer parmi les éleveurs du massif**. Cet élargissement de la démarche à d'autres éleveurs reste en 2021 un objectif central.

Le territoire au cœur, des acteurs publics locaux périphériques

Si le PNR Ballon des Vosges est partie-prenante de la démarche, il y joue un **rôle secondaire** : ils est présent dans le CA de l'OS mais n'intervient pas dans la conception du projet, qui reste pensé et porté par des éleveurs.

Cependant, le PNR a contribué à soutenir cette initiative qui s'inscrit dans l'ambition du parc. Ce soutien s'est traduit notamment par la proposition d'une **expertise technique** auprès des éleveurs relative à la gestion des compositions prairiales en zone de montagne, et par la **promotion du « Cœur de Massif »**.

Pour autant, comme nous l'avons noté précédemment, le **territoire est bien au cœur de l'initiative** : à travers la promotion d'une race locale et d'une aire géographique de production. Ce sont d'ailleurs des critères essentiels du cahier des charges, qui ont fait l'objet de discussions importantes entre éleveurs.

En outre, la définition du cahier des charges sur le plan des pratiques agricoles reprend des dispositions présentes dans d'autres dispositifs publics environnementaux : les règles relatives aux zones vulnérables, aux MAE territorialisées, à la présence de zones de captage. Ainsi, **via ces dispositifs territorialisés**, les institutions locales impriment un cadre et des contenus relatifs aux conditions de production.

Quels points commun/différences avec les autres initiatives étudiées du type T4

Points communs :

- Le territoire / l'origine des produits sont valorisés dans le produit
- Les enjeux environnementaux territoriaux sont pris en compte, ici, via l'intégration de conditions de production inspirées des différents dispositifs agri-environnementaux du territoire
- Le marché est essentiellement sur le territoire de production
- Initiation du projet avec un groupe restreint de producteurs dont les modes de production correspondent à l'ambition de la démarche, puis recherche d'élargissement

Les différences :

- Les Collectivités Locales (en l'occurrence le Parc) sont périphériques, l'initiative est d'abord portée par un groupe d'éleveurs. C'est le cas aussi pour le projet de relocalisation de la filière laitière à Belle Ile, contrairement au cas de la démarche Terres de Sources où Eau du Bassin Rennais et Rennes métropole jouent un rôle déterminant
- Les enjeux environnementaux sont peu spécifiés, ils se traduisent par la promotion d'un mode d'élevage de montagne, défini de manière englobante, et structuré par le fait de produire du lait de vosgienne.
- Le paiement passe par la valorisation du produit uniquement, avec la définition par les éleveurs de manière unilatérale du prix plancher de vente. Il n'y a pas de négociation sur ce plan, à l'inverse des autres cas où l'enjeu d'un meilleur prix payé aux producteurs pour valoriser de façon juste des pratiques considérées comme favorables à l'environnement est négocié.
- L'engagement des éleveurs dans une démarche d'évolution de leurs pratiques fait l'objet de discussion sur les critères à inclure (ou non) dans un cahier des charges.