

LE MOCI

Jeudi 19 Mars 2009

PAYS Spécial Etats-Unis

Des fromages du terroir sur les tables américaines

Depuis 2008, la chaîne américaine Whole Foods (type Fauchon) commercialise dans ses 160 enseignes le saint-marcellin des Fromageries de l'Etoile. Une belle vitrine pour le french cheese fabriqué à Saint-Juste-Claix, en Isère, et une percée plutôt rare sur un continent encore peu formé aux goûts de terroir...

Il n'y a pas une miracle a cela. Le spécialiste du fromage au lait cru a retravaillé ses recettes pour coller aux papilles et moeurs américaines, pasteurisant quatre de ses produits phare: le saint-marcellin, le saint-félicien, le roves des garrigues et le provençal, leur conférant ainsi une plus longue conservation. Les fromages, estampillés l'étoile du Sud, ont été packages à l'américaine (coque plastique notamment). Ils ont obtenu leur passeport de l'International Food Standard et de BRC Certified.

La fromagerie iséroise n'aurait pas entrepris ces démarches sans l'assurance de débouchés. C'est ainsi qu'avec les fromagers Berthaut, E. Graindorge, Lincet et Comté Rivoire Jacquemin, l'Etoile du Sud fonde le French Cheese Club en 2007. Le GIE s'appuie sur deux leviers: ses exportateurs basés à Rungis et, sur le

sol américain, une ambassadrice, Cécile Delannes, franco-américaine. Son rôle? Faire la promotion des fromages du Club à travers les médias, organiser des dégustations, former les vendeurs américains, faire remonter les envies... Sa zone de prospection? «Les magasins haut de gamme dans les villes où la consommation des fromages fins est importante: autour de Boston, New York et Washington», déclare-t-elle. A raison de 5 a 10 dollars le saint-marcellin, il est vrai que l'amateur américain de fromages français est doté d'un certain pouvoir d'achat.

Après un an de travail, l'ambassadrice estime «avoir réussi à faire passer une meilleure reconnaissance des produits par les consommateurs et une augmentation de la demande. Malheureusement, la crise a ralenti l'impulsion».

Le démarrage est encore modeste: les Fromagerie de l'Etoile ont vendu 100000 fromages aux Etats-Unis en 2008 (sur une production annuelle de 10 millions). Son directeur général, Nicolas Guize, espère tripler ce chiffre d'ici trois à cinq ans. En contact permanent avec un des membres du GIE, qui change tous les six mois, l'ambassadrice n'est pas livrée à elle-même. Une fois par an, chacun des partenaires du Club lui prête main-forte, dans le cadre d'un événement Ubi-france ou pour rencontrer un importateur. Nicolas Guize sera ainsi à ses côtés en juin prochain au salon Fancy Food Show, à New York. |

Un French Cheese Club et une «ambassadrice» sur place

Séverine CATTIAUX