

Graindorge : quand les destins sont liés...

Jacques MATHÉ, économiste



Dans la boîte de fromage, un bulletin permet de parrainer une vache.

La laiterie Graindorge et ses producteurs travaillent main dans la main. Le cahier des charges particulièrement contraignant est bien vécu, car les producteurs se sentent valorisés et accompagnés. Témoignage croisé du dirigeant de cette laiterie familiale et d'une agricultrice.

“On n'est pas considérés comme un numéro” dit Jacqueline Julien, qui conduit avec son mari un troupeau de 50 normandes au cœur de la zone AOC Camembert, Livarot, Pont-L'évêque. “Nous avons une relation privilégiée avec notre laiterie Grain-

depuis une quinzaine d'années. “Le cahier des charges doit correspondre aux besoins d'information produit du consommateur sur le produit, mais il ne sert à rien de le sophistiquer. Il doit correspondre à une réalité. On ne peut pas vendre qu'une image, même si un fromage

complète le tout. Mais sa grande satisfaction, c'est l'opération “parrainer une vache normande”. A ce jour, plus de 20 000 vaches normandes sont parrainées par des clients. Ceux-ci reçoivent des informations sur la vie de leur vache (naissances des veaux...). “C'est très motivant pour les producteurs” souligne Jacqueline Julien, “cela nous apporte un lien avec le consomma-

teur, on sait pour qui et pour quoi on travaille”.

“Cette relation que nous entretenons avec nos clients est aussi un plus sur le référencement de nos fromages. Les chefs de rayon y sont très attentifs et nous sommes une alternative aux grands groupes fromagers, nous apportons des produits-image pour la grande surface” assure Thierry Graindorge.



La laiterie accompagne les producteurs dans le respect des procédures de qualité.

dorge. Mais la contrainte sanitaire et les règles du cahier des charges sont plus importantes qu'avec les autres laiteries. Cela exige plus de présence derrière le troupeau et c'est difficile de déléguer cette compétence. Heureusement, on a la satisfaction d'avoir un prix plus rémunérateur, c'est la contrepartie de notre engagement”.

■ “On ne peut pas vendre qu'une image”

La laiterie familiale Graindorge, dirigée par Thierry Graindorge, petit-fils du fondateur, a bâti sa réputation sur l'excellence de ses fromages AOC Normand.

Les 160 producteurs suivent un cahier des charges mis en place

AOC bénéficie d'une reconnaissance naturelle” explique Thierry Graindorge. “C'est un travail de tous les jours avec les éleveurs. Notre laiterie les accompagne dans le respect des procédures qualité : leur savoir-faire fait partie de l'information que nous fournissons aux clients sur les lieux de vente”.

■ Parrainer une vache normande

En terme de communication, Thierry Graindorge ne manque pas d'idées. Un musée du lait est intégré à la laiterie. Grâce à une galerie, les visiteurs peuvent découvrir les différents stades de la fabrication des fromages. Un magasin de vente, auquel sont associés des producteurs locaux,

LE PARTENARIAT GAGNANT “filière – producteur” exige confiance mutuelle et règles de fonctionnement

La réussite économique sur les marchés différenciés nécessite un partenariat fort entre les producteurs et les transformateurs. Celui-ci est souvent matérialisé par un cahier des charges, des normes, des procédures, qui fixent les conditions de production et de livraison et de paiement du produit. Au-delà de ces rapports codifiés, s'établissent à terme des relations de confiance, un jeu gagnant-gagnant où chaque acteur va assumer son rôle pour contribuer à la réussite commune.

La fluidité des relations, c'est à dire la clarté et la précision des informations qui sont transmises de part et d'autre, sont les conditions premières de la réussite.

Mais cela pose aussi la question du donneur d'ordre. Les informations stratégiques viennent la plupart du temps du marché et des clients et c'est l'opérateur (le transformateur, le distributeur) le plus proche du marché qui assume ce rôle de donneur d'ordre. Ce rôle est souvent mal vécu par le producteur qui a l'impression de n'avoir aucune marge de manœuvre et qui ressent les recommandations du donneur d'ordre comme une contrainte.

Ce sentiment est souvent lié à une question de forme (donner du sens, de la pédagogie aux informations marché, valoriser le producteur) plus que de fond (capacité à remplir un cahier des charges, compétences techniques).

Toute la performance de la filière va être liée à la qualité des rapports humains. Les filières locales l'ont compris depuis longtemps, quelques grands groupes alimentaires réalisent que c'est un levier essentiel, au bénéfice des deux parties.