

# From'info

**BULLETIN N° 4  
JUN 2006**

## LE CENTRE FROMAGER DE BOURGOGNE



**Un lieu de recherche au service des producteurs...**

### **SOMMAIRE**

**p. 2**

**Savoir vendre la qualité  
nutritionnelle de vos fromages**

**p. 3**

**Bilan de la formation sur la  
commercialisation**

**p. 4**

**GBPH**

**Graines de tournesol**

**Le travail**

**A noter dans vos agendas !  
CONCOURS REGIONAL de fromages  
fermiers : le 2 septembre 2006 en  
Saône-et-Loire**



### **LE MOT DU PRESIDENT**



*Commercialiser. Vendre son savoir-faire. Vendre une image valorisante du produit et du producteur. Acte final, récompense ultime pour une superposition de phases de travail et de compétences qui font la particularité de notre métier. Outre la satisfaction de fabriquer des produits d'excellence, c'est par la recherche de débouchés valorisants que nous trouverons la rentabilité de notre outil de travail et une juste rémunération.*

*Le pôle caprin, un outil aujourd'hui opérationnel pour nous aider à la formation, à la commercialisation. Il dispose d'études sur le temps de travail, sur les coûts de production. Ce sont des éléments qui nous permettent de fixer nos prix de vente.*

*La sortie des deux A.O.C. doit, compte tenu des contraintes, nous amener à être vigilants et à ne pas « brader » nos produits. Par ailleurs, des produits bénéficiant d'un signe de qualité, vendus à prix bas, dévalorisent leur image. Puis, n'oublions pas que « l'économie » prime, il y va de la rentabilité et de la pérennité de nos exploitations.*

*Outre les arguments de vente que nous avons l'habitude d'utiliser, nous devons aujourd'hui rétablir la vérité par rapport à la « mauvaise presse » qui avait été faite par le corps médical sur les fromages de chèvre.*

*Les études réalisées par les scientifiques reconnaissent à ce fromage des qualités nutritionnelles et diététiques intéressantes. La nouvelle méthode d'étiquetage de la matière grasse rétablit aussi une situation qui nous était défavorable. Ce sont des arguments que nous devons nous approprier. Ils doivent désormais faire partie de notre langage.*

**Daniel RIZET  
Président du Comité de Pilotage**

# Savoir vendre la qualité nutritionnelle de vos fromages

**Continuons la série d'articles sur les bienfaits nutritionnels des produits laitiers et plus précisément des fromages au lait cru. Voici d'autres sujets qui vous permettront d'étayer votre discours pour mettre en valeur vos fromages.**

## Fromages et acides gras trans

Les matières grasses sont essentiellement composées d'acides gras (AG), dont il existe plusieurs types, qui n'ont pas tous les mêmes effets sur notre corps. Certains acides gras sont dits « essentiels » et doivent être apportés par l'alimentation car ils sont nécessaires à notre organisme qui ne sait pas les synthétiser. D'autres en revanche ont des effets néfastes s'ils sont consommés en trop grande quantité, comme les AG saturés mais aussi les AG « trans ».

A l'heure actuelle, on sait que la consommation des AG trans à des niveaux qui dépassent 2% de l'apport énergétique total est associée à une augmentation significative des risques de maladies cardio-vasculaires entre autres.

Ce problème vous concerne car la première source d'AG trans est représentée par le lait et les produits laitiers (la 2<sup>ème</sup> source est constituée par les viennoiseries et autres produits de panification, dont les matières grasses subissent souvent des transformations pour allonger leur temps de conservation). Peut-être avez vous d'ailleurs déjà eu des questions ou remarques de la part de vos clients à ce sujet ?

Compte tenu des risques pour la santé liés à une surconsommation d'AG trans, l'AFSSA recommande de réduire la consommation d'aliments forts contributeurs d'AG trans et de faible intérêt nutritionnel (viennoiseries, barres chocolatées, biscuits, etc. ). Par contre, elle conseille de ne pas diminuer les apports en lait et en produits laitiers compte tenu des besoins en calcium de la population. Elle précise tout de même que mieux vaut préférer les produits demi-écrémés ou écrémés.

*D'après un communiqué de presse de l'AFSSA d'avril 2005*

Cependant, **rien ne prouve aujourd'hui que les acides gras trans « naturels » soient néfastes pour la santé.** Dans les produits laitiers, le principal acide gras trans (l'acide vaccénique) serait même plutôt bénéfique car à l'origine d'une molécule (acide ruménique) pour laquelle on a trouvé d'importantes propriétés anticancéreuses (*Pariza, 1999*).

Depuis quelques temps, un projet d'étiquetage nutritionnel obligatoire est en réflexion au niveau européen. Afficher les teneurs en acides gras trans, sans distinction de leur origine porterait donc injustement tort à la filière laitière.

Ce projet d'étiquetage est, de plus, très inquiétant pour les fromages issus de laits produits à l'herbe qui sont plus riches en acide ruménique. Ainsi, plus les fromages seront bénéfiques et produits de façon traditionnelle, plus ils devraient afficher une dangerosité présumée.

*A suivre...*

*D'après le compte rendu d'activité de la FNAOC*

## Produits laitiers et maladies cardiovasculaires ? Où en est-on ?

L'étude de l'effet des constituants du lait (acides gras, calcium, protéines,... en général à des doses ni nutritionnelles, ni physiologiques) sur le taux de cholestérol et l'athérosclérose a conduit par le passé à des interprétations hâtives du type « les produits laitiers augmentent le risque de maladies cardiovasculaires ». En regardant de plus près les études récemment publiées, un **effet plutôt neutre voire même parfois positif des produits laitiers** a été trouvé sur la santé cardiovasculaire de l'homme sain...

Ainsi, les produits laitiers auraient globalement un effet bénéfique sur le syndrome métabolique (obésité, hypertension et anomalies au niveau des lipides sanguins et du métabolisme des sucres...). Et le rôle positif du fromage et de certains produits laitiers fermentés sur le cholestérol et la santé cardiovasculaire mériterait même davantage d'investigations...

En terme de recommandations, il est cependant toujours essentiel de distinguer les personnes malades (ou à risque) du reste de la population. Les premiers se verront à juste titre conseiller par leur médecin un régime (avec notamment moins de beurre, de crème, de fromages gras etc....). Pour les autres, les produits laitiers dans toute leur variété, ont tout à fait leur place dans le cadre d'une alimentation équilibrée !

*D'après Current Opinion in Lipidology 2006*

## Un nouveau logo !

**Peut être l'aurez vous déjà remarqué en première page, mais le Centre Fromager possède désormais son propre logo**



# Commercialisation :

## les enseignements de la formation

Au mois de janvier dernier vous était proposée une formation en deux jours sur le sujet « Mieux vendre vos fromages fermiers ». 9 producteurs bourguignons y ont participé. La première journée a présenté les **arguments nutritionnels** que les producteurs de fromages fermiers peuvent avancer pour vendre leurs produits et répondre aux attaques des clients. Une dégustation des fromages apportés par les producteurs a aussi permis de construire une description simple et positive pour chacun d'entre eux.

Armés de ces arguments, la seconde séance a été l'occasion pour les stagiaires d'améliorer leur façon d'aborder un client potentiel, avec les conseils avisés d'un professionnel de la technique de vente. Pour mieux présenter le **comportement à adopter**, la présentation au client potentiel peut se résumer en 3 grandes étapes : connaître le client, le convaincre et conclure. Cette approche peut paraître simpliste. Mais en la regardant de plus près, elle présente au moins l'intérêt d'anticiper les erreurs à ne pas faire... La première étape pour **connaître le client** est la prise de contact, elle est primordiale puisqu'en général, « la première impression est la bonne ». Il s'agit de se présenter, de façon brève et partielle, sans stress visible (de toute façon, vous n'avez rien à perdre, le pire serait d'avoir un nouveau client !), avoir une attitude tonique mais sans agressivité, en restant simple. Le comportement face au client est essentiel, ne serait-ce que la poignée de main qui est facilement interprétée (domination si on l'écrase ; manque de franchise ou stress si les mains sont moites). Cette présentation doit être incomplète pour garder matière à discuter pour convaincre. Il est donc conseillé de passer rapidement à la « découverte » du client : quelles sont ses attentes, ses problèmes, les avantages qu'il souhaite obtenir, les solutions qu'il envisage, les produits qu'il souhaite développer. Il n'est pas toujours évident de le faire parler. Le plus simple est de commencer par des choses générales (son rayon, les fêtes à venir, le marché actuel,...) avant de parler de fromages, de sa gamme, puis des fromages que vous pouvez lui proposer. L'important à cette étape est de bien savoir l'écouter pour pouvoir reformuler ce qu'il attend sans se tromper. Cette reformulation doit vous permettre d'entamer la présentation des réponses et solutions que vous pouvez lui apporter.

On entre alors dans l'étape « **convaincre** » de votre entretien. Mieux vaut alors approfondir quelques arguments bien choisis plutôt que d'énumérer rapidement toute une liste d'arguments. A chaque argument avancé, l'objectif est de faire admettre à l'interlocuteur que c'est bien l'un des avantages qu'il attend (et ainsi d'éviter de revenir en arrière). Après s'être présenté plus précisément (historique, moyens

matériels, méthodes, procédures de contrôle, résultats, traçabilité,...), proposez votre gamme dans un ordre cohérent (par exemple du frais à l'affiné). Attention ! Vous n'avez pas de bas de gamme ! Au pire, vous avez des produits d'entrée de gamme. N'oubliez pas que vous vendez des produits fermiers dont vous pouvez être fiers ! Annoncez les avantages de chacun.

C'est à ce moment là que votre interlocuteur sera tenté de vous énumérer toute une série d'objections telles que : « je manque de place dans le linéaire », « j'ai déjà d'autres fournisseurs », « les fromages fermiers sont irréguliers », « travailler sur de petits volumes engendre des complications administratives »... Il faut alors éviter de lui répondre un « ce n'est pas vrai » catégorique. Mieux vaut accepter sa remarque et la reformuler en essayant de la « déformer » à votre avantage.

**Le sujet des tarifs** ne doit être abordé qu'une fois que vous aurez donné les arguments pour les défendre. Evitez à ce sujet de proposer un tarif préférentiel au client ! Vous risqueriez de « fâcher » un de ses concurrents qui s'approvisionne aussi chez vous s'il l'apprenait. Annoncez précisément les prix ! N'hésitez pas à refuser la collaboration si le client tire trop les prix ! En effet, il ne faut pas oublier que le prix est souvent synonyme de qualité pour le consommateur. Présentez les éventuelles alternatives qui pourraient réduire les coûts (remise sur quantité, différents emballages, réactivité de livraison...)

Vient enfin la prise de décision qui est souvent annoncée par des signaux : demandes de précisions, appel d'un collègue, emploi du futur, relâchement des gestes.

Cette présentation donne quelques clefs pour gagner un nouveau client. Reste ensuite à mettre tous ces conseils en application, ce qui n'est en général pas la partie la plus facile. Il s'agit souvent d'un travail sur soi qui s'enrichit avec l'expérience.

*Cet article a été rédigé à partir du cours de Daniel MARTELLON, dispensé le 25 janvier 2006*

### A VENIR...

Une suite à cette formation est d'ores et déjà prévue pour l'automne 2006. Il s'agira essentiellement de mises en situation : négociation avec un nouveau client potentiel. Les personnes n'ayant pas suivi la formation de janvier seront bien sûr les bienvenues.

- ◆ lieu : Pouilly en Auxois
- ◆ dates : automne, à préciser

### Appui technique fromager : RAPPEL DES TARIFS

- **Contrat 1 visite : 80 €** - Visite supplémentaire : 120 €
- **Contrat 3 visites : 160 €** - Visite supplémentaire : 80 €
- **Contrat 1 visite + dossier technique = 160 €** (plan fromagerie, dossier agrément, plan maîtrise des risques....)
- **Possibilité de devis pour toute autre prestation spécifique**

**Contactez Sandrine DOLLE au 03.86.34.22.95.**

## Le travail

A l'automne dernier, une formation sur l'organisation du travail en atelier caprin fermier vous a été proposée. 5 exploitations ont participé à une première session de 2 jours. Cette formation a été réalisée avec l'intervention de Huguette DELAGE, technicienne à la Chambre d'Agriculture de Saône-et-Loire, spécialisée en ergonomie. Pour votre information, on entend par ergonomie au sens large, tout ce qui concerne l'organisation du travail et non pas simplement les aspects pénibilité ou position de travail.

Au cours de la première après-midi, Huguette a présenté les quelques notions de vocabulaire indispensable, pour que tout le monde parle de la même chose, puis chaque producteur a défini ses attentes par rapport au travail. La deuxième journée se voulait "pratico-pratique", sur la base d'échange de pratiques, nous l'avons donc réalisée en ferme. Au cours de la matinée, le groupe a suivi le producteur dans toutes les étapes de la fabrication fromagère, du caillage jusqu'au retournement en passant bien sûr par le lavage. La confrontation entre les différentes façons de faire à chaque étape a été très riche en échange et en information pour chacun. Dans la même logique, l'après-midi a été consacrée à la partie élevage et organisation du travail au sein de l'exploitation entre les différents intervenants : deux associés et salariés. La dernière demi-journée a été ciblée sur l'agencement de la fromagerie visitée la journée précédente, chaque producteur a proposé son plan d'aménagement intérieur de la fromagerie avec l'équipement existant afin d'améliorer l'efficacité du travail et de réduire la pénibilité des opérations.

Suite à cette première session, le groupe a demandé à poursuivre le travail engagé dans chaque exploitation sur un thème donné et différent d'une exploitation à l'autre. Ainsi, sur la deuxième session, les 4 autres exploitations ont reçu leurs collègues et nous avons abordé différents thèmes : la gestion de 2 troupeaux laitiers vaches et chèvres, la gestion de la commercialisation, la gestion administrative de l'exploitation (salariés, administratif, réglementaire,...) et dans le cadre d'une installation, l'aménagement de bâtiments existants.

Cette formation a permis aux producteurs d'échanger sur leurs pratiques et d'avoir des regards extérieurs sur leur organisation du travail. Cette formule a permis à chacun d'eux de prendre du recul et d'intégrer dans sa réflexion le paramètre travail, déterminant dans l'équilibre d'une exploitation.

*Frédéric JACQUET*

Frédéric JACQUET, technicien caprin à la Chambre d'Agriculture de Saône et Loire depuis 12 ans a décidé de changer d'horizon. Il est remplacé par Thomas ARDIET. Souhaitons bon vent à Frédéric !

## Alimentation aux graines de tournesol

Plusieurs exploitations de la région ont déjà testé la complémentation en matière grasse de la ration des chèvres sous forme de graines de tournesol entières. Quelques jours après l'apport complémentaire, certains d'entre eux ont, semble t'il, observé une augmentation de la quantité de lait produite ainsi qu'un meilleur rendement fromager. Les essais qui seront menés en 2006 par le Centre Fromager de Bourgogne viseront à

- ♦ quantifier ces observations (quantité de lait, qualité du lait, rendement fromager)
- ♦ évaluer les conséquences au niveau du goût des fromages.

Cette étude pourrait être complétée avec un essai identique sur les tourteaux de tournesol pour répondre aux questions que se posent les agriculteurs qui envisagent l'utilisation de biocarburants.

Recherchons toute exploitation intéressée pour participer à cette étude. *Contactez Delphine*

## Formations A VOS AGENDAS...

Vous n'avez pas encore construit votre plan de maîtrise des risques sanitaires ? Ou vous voulez simplement le remettre à jour ? De nouvelles sessions de formation au Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène (obligatoire pour les fromageries en dispense d'agrément) sont proposées en 2006.

En Saône-et-Loire :

- ♦ 5 et 12 octobre à **Gueugnon**
- ♦ 21 et 28 novembre à **Jalogny**

Dans la Nièvre : date et lieu à préciser

**Inscrivez-vous dès maintenant !**

### Exprimez-vous !

Pour mieux répondre à vos attentes, n'hésitez pas à nous proposer des sujets de formation qui vous intéresseraient (tél. : 03.85.35.89.40, mail : [dcuvillier@sl.chambagri.fr](mailto:dcuvillier@sl.chambagri.fr)).

**ATTENTION !** Le numéro de téléphone du Centre Fromager a changé : pour joindre la technicienne régionale à Davayé, il faudra désormais composer le **03.85.35.89.40.**

Le technicien caprin de Saône et Loire sera aussi disponible tous les lundis après midi à ce même n°.

*Rédaction : Delphine CUVILLIER*

