



## Le secteur caprin laitier andalou : stratégies de recherche, développement et formation afin d'augmenter la valeur ajoutée des fromages artisanaux

Castel J.M., Navarro L., Ruíz F.A., Mena Y., Sayadi S., Hevilla S., Jiménez M.

in

Pacheco F. (ed.), Morand-Fehr P. (ed.).  
Changes in sheep and goat farming systems at the beginning of the 21st century :  
research, tools, methods and initiatives in favour of a sustainable development

Zaragoza : CIHEAM / DRAP-Norte / FAO

Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 91

2009

pages 227-231

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=801150>

To cite this article / Pour citer cet article

Castel J.M., Navarro L., Ruíz F.A., Mena Y., Sayadi S., Hevilla S., Jiménez M. **Le secteur caprin laitier andalou : stratégies de recherche, développement et formation afin d'augmenter la valeur ajoutée des fromages artisanaux.** In : Pacheco F. (ed.), Morand-Fehr P. (ed.). *Changes in sheep and goat farming systems at the beginning of the 21st century : research, tools, methods and initiatives in favour of a sustainable development*. Zaragoza : CIHEAM / DRAP-Norte / FAO, 2009. p. 227-231 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 91)



<http://www.ciheam.org/>  
<http://om.ciheam.org/>



# Le secteur caprin laitier andalou : Stratégies de recherche, développement et formation afin d'augmenter la valeur ajoutée des fromages artisanaux

J.M. Castel, L. Navarro\*\*, F.A. Ruiz\*\*, Y. Mena\*, S. Sayadi\*\*\*, S. Hevilla\*\*\*\* et M. Jiménez\*\*\*\*

\*EUITA, Univ. Sevilla, Carretera de Utrera km. 1, 41013 Séville (Espagne)

\*\*IFAPA Centro "Las Torres-Tomejil", CICE (Junta de Andalucía), Apdo. Oficial, 41200 Alcalá del Río (Séville) (Espagne)

\*\*\*IFAPA Centro "Camino de Purchil", CICE, Junta de Andalucía, Apdo. 2027, 18080 Granada (Espagne)

\*\*\*\*GDR Guadalhorce, C/ Dehesa, 80, 29560 Pizarra (Málaga) (Espagne)

---

**Résumé.** Le secteur caprin laitier andalou produit 50% du lait de l'Espagne et possède des opportunités de développement très claires utilisant des races autochtones et des grandes surfaces de pâturages disponibles. La production de fromages de chèvre en Andalousie peut être considérée comme un modèle de développement rural durable. Différents organismes publics et privés ont créé récemment un réseau de travail multidisciplinaire pour travailler sur la promotion et le développement des fromages artisanaux andalous, en établissant des stratégies de recherche, de développement et de formation destinées à la valorisation de ces fromages, spécialement ceux de chèvre. A partir des résultats d'une analyse stratégique, le présent travail propose des activités de recherche, de développement et de formation consacrées à la caractérisation de la qualité des fromages artisanaux, aux études de marché sur la connaissance et la perception de la qualité, aux activités de formation spécialisée dans la fromagerie et aux activités de promotion.

**Mots-clés.** Fromages artisanaux – Analyse stratégique – Andalousie.

**The dairy goat sector in Andalusia: Research, development and training strategies to increase added value of handmade cheeses**

**Abstract.** The Andalusian dairy goat sector (representing 50% of the national goat milk production) has potential opportunities for development using autochthonous breeds and semi-extensive production systems. Goat cheese production in Andalusia can be considered as a model for a sustainable rural development. Public institutions of research, development, and training as well as private ones have recently created a multidisciplinary and multinstitutional network to perform actions in favour of the marketing and promotion of the andalusian goat cheeses. In this paper, through the results of a strategic analysis, some research, development, and training actions were proposed. These actions are related with the improvement of quality, and the definition of the hand made cheese attributes; studies on the demand side, and consumer perception of quality; and those related to training and promotion.

**Keywords.** Hand made goat cheeses – Strategic analysis – Andalusia.

---

## I – Introduction

Le secteur caprin laitier andalou produit 50% du lait de l'Espagne et possède des opportunités de développement très claires, en utilisant des races autochtones (Florida, Payoya, Malagueña et Murciano-Granadina) et des grandes surfaces de pâturages disponibles. La production de fromages artisanaux de chèvre en Andalousie peut être considérée comme un modèle de développement rural durable pour les raisons suivantes : (i) l'utilisation des races autochtones

contribue à la maintenance de la biodiversité; (ii) l'utilisation de pâturages permet diminuer les frais d'alimentation des animaux, au même temps qu' elle contribue à la prévention des incendies; (iii) l'emploi, surtout de caractère familial, généré par la production de lait et de fromages contribue à fixer la population dans ces zones rurales; (iv) l'obtention de produits traditionnels liés au territoire permet mieux valoriser les fromages et obtenir des prix supérieurs à ceux des fromages industriels ; et (v) la possibilité d'établissement de synergies entre la production de fromages artisanaux et le tourisme rural et la gastronomie, contribue au développement rural global. Les fromages artisanaux sont fabriqués, en général, dans des petites fromageries (une centaine, environ) qui produisent une grande variété de fromages sur la base du savoir faire local.

Différents organismes, aussi bien publiques (Université de Seville, Université de Cordoue, IFAPA –Institut Andalou de Recherche et Formation Agraire, de Pêche, Alimentaire et de la Production Ecologique, et GDRs –Groupes de Développement Rural), que privés (Associations des différentes races et QUESANDALUZ –Association de Fromagers Artisanaux d'Andalousie), ont créé récemment un réseau de travail multidisciplinaire pour travailler sur la promotion des fromages artisanaux andalous, en établissant des stratégies de recherche, développement et formation destinées à la valorisation de ces fromages, notamment ceux de chèvre.

## **II – Matériel et méthodes**

Nous avons collecté des informations relatives au secteur fromager afin de réaliser une analyse stratégique basée sur les points faibles, menaces, points forts et opportunités qu'on trouve dans ce secteur. L'information a été obtenue en utilisant différentes méthodes, qualitatives (revue bibliographique, études de cas, interviews d'experts et analyses dynamiques avec des groupes) et quantitatives (enquêtes auprès des producteurs de fromages et des consommateurs afin de réaliser des études de marketing sur les habitudes de consommation, d'achat et des préférences).

L'analyse stratégique présente des caractéristiques internes, c'est-à-dire, des points forts et des points faibles et des conditions agissant de l'extérieur (opportunités et menaces). En procédant à des combinaisons entre les points forts et faibles et les opportunités et menaces, on a pu définir des stratégies à suivre dans le secteur pour promouvoir les fromages artisanaux. Ces stratégies peuvent être offensives, défensives, de réorientation et de survie. Les auteurs ont voulu travailler surtout en utilisant des stratégies offensives, de recherche et développement, parce qu'elles font partie de leur travail habituel. Les résultats aussi bien de l'analyse stratégique de l'application des stratégies de recherche, développement et formation, ont été validés par différents experts du secteur fromager andalou.

## **III – Résultats et conclusions**

### **1. Analyse interne du secteur**

Les principaux points forts font référence à la liaison entre la production de fromages artisanaux et le territoire, dans le sens global mais surtout par rapport aux ressources de ce territoire qui sont utilisées dans le processus de production et commercialisation des fromages. La plupart des fromageries ont un caractère familial et sont dirigées par des jeunes entrepreneurs qui ont une attitude très positive pour aborder des nouvelles activités destinées au développement du secteur. Le lait utilisé pour fabriquer les fromages est issu des chèvres de races autochtones, souvent en pâturage. Ce lait est d'une qualité excellente, avec plus de 5,0% de gras et plus de 3,2% de protéine (Ares *et al.*, 2007) et le nombre de fromages traditionnels est élevé. Ces fromages ont différents degrés d'affinage et contiennent souvent des additifs naturels (huile d'olive, poivre et plantes aromatiques). Récemment, des demandes ont été formulées pour l'obtention de trois certificats d'Appellation d'Origine (AOC). Parmi ces

fromages, deux sont fabriqués avec du lait de chèvre (*Queso Sierra de Cádiz* et *Queso de Málaga*) et un autre avec du lait de brebis (*Queso de Grazalema*). Depuis dix années de travail pour structurer le secteur fromager, l'Association QUESANDALUZ a été créé récemment et a établi un cahier de charges pour les fromages de chèvre affinés et demi-affinés pour enfin obtenir la marque de qualité régionale *Calidad Certificada*. Cette réalisation va rendre plus facile le processus de commercialisation de ces fromages à l'extérieur de l'Andalousie.

Les principaux points faibles du secteur fromager artisanal andalou sont le manque de promotion, voire la disparition de certaines recettes traditionnelles, le manque de formation continue spécialisée (pas la formation basique, parce qu'elle fonctionne bien), la structuration encore faible du secteur et le manque de canaux commerciaux spécifiques pour les fromages artisanaux. Pour ce dernier aspect, deux constatations sont à souligner: (i) une partie importante des fromageries ne valorise pas suffisamment les fromages fabriqués avec du lait de haute qualité, soit du lait cru soit du lait venant des chèvres qui vont au pâturage ; et (ii) l'offre locale est très atomisée. Le fait que les fromagers ont, souvent, des installations surdimensionnées et des coûts de production excessifs, constituent d'autres points faibles.

## 2. Analyse externe du secteur

L'environnement du secteur fromager est constitué par les éléments suivants : les caractéristiques socio-économiques des consommateurs, la situation de la recherche, le développement et la formation, les normes, la situation du marché et la concurrence. Ces éléments peuvent créer des situations favorables à des menaces pour le secteur qu'il faut surmonter si on veut assurer la durabilité.

Actuellement, il existe des opportunités liées à l'augmentation de la perception de la qualité des aliments (associée aux caractéristiques du paysage et aussi à la tradition) par une proportion importante de la population. Les organismes officiels, à travers l'orientation politique vers la durabilité et l'appui aux productions locales, soutiennent une ambiance propice à cette situation. Parallèlement, le secteur dispose de plusieurs éléments pour accumuler les connaissances et les diffuser, à savoir, la technologie, les chercheurs, les agents de développement et les formateurs.

La principale menace est la forte concurrence des fromageries industrielles, à cause de la demande de lait de qualité et de l'offre des produits à un prix plus bas. L'application trop stricte des normes qui règlent la création de petites fromageries artisanales et la production de fromages fabriqués avec du lait cru, constitue aussi une menace. Il faut souligner aussi que la plupart des fromagers sont très peu intéressés aux activités de recherche, de formation spécialisée et de promotion différentielle des produits.

## 3. Stratégies proposées

En faisant des combinaisons entre les résultats des analyses internes et externes, nous proposons des stratégies pour le développement du secteur fromager artisanal andalou (Fig. 1).

Les stratégies offensives combinent les points forts du secteur avec les opportunités du marché. Il s'agit de prendre en compte la demande interne croissante de produits alimentaires de tous les types de qualité, artisanaux et traditionnels et de réaliser des activités pour la promotion des aspects différentiels des fromages de bonne qualité. Au même temps, on doit réaliser des activités de recherche, de développement et de formation. Les stratégies défensives sont celles qui essayent à surmonter les menaces externes à travers des points forts. A cette fin, on propose de trouver des canaux commerciaux spécifiques pour les produits différenciés, afin d'améliorer la compétitivité et d'élaborer des instruments d'appui officiel pour les zones fragiles qui produisent des objets de qualité, considérés comme des vrais actifs patrimoniaux.

		CONTEXTE EXTERNE	
		OPPORTUNITES	MENACES
CONTEXTE INTERNE	POINTS FORTS	<b>Stratégies offensives</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Diversification des productions</li> <li><input type="checkbox"/> Promotion des aspects différentiels : foires ou diffusion spécialisé</li> <li><input type="checkbox"/> Appui institutionnel : recherche, développement et formation</li> </ul>	<b>Stratégies défensives</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Dynamiser la production de fromages de lait cru et les canaux de commercialisation spécifiques</li> <li><input type="checkbox"/> Appui officiel aux produits de qualité des zones fragiles</li> </ul>
	POINTS FAIBLES	<b>Stratégies de réorientation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Promotion de l'esprit entrepreneur</li> <li><input type="checkbox"/> Diversification des activités des exploitations (agro tourisme, etc.)</li> <li><input type="checkbox"/> Exchange sur bonnes pratiques au sujet de la commercialisation des fromages</li> </ul>	<b>Stratégies de survivance</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Intégrer la spécificité en prenant compte les exigences sanitaires</li> <li><input type="checkbox"/> Mettre au point la formation spécialisée</li> <li><input type="checkbox"/> Stimuler l'organisation professionnelle</li> </ul>

**Fig. 1. Stratégies proposées pour le développement du secteur fromager artisanal andalou.**

Les stratégies de réorientation se proposent d'améliorer les points faibles du secteur en profitant les opportunités du marché. L'application de ces stratégies a besoin de modifications dans la mentalité des fromagers et des changements structurels qui permettent d'utiliser les avantages, au sens de la compétitivité, des produits de qualité. La promotion de l'esprit entrepreneur et la diversification des activités (agrotourisme, etc.) sont dans ce cas les stratégies proposées. Les stratégies de viabilité proposées doivent rendre plus forts les points faibles du secteur qui deviennent critiques à cause des menaces. Les outils à mettre en œuvre sont la formation, l'organisation professionnelle et l'intégration ainsi que la défense de la spécificité des produits.

#### ***A. Activités de recherche, de développement et de formation proposées en Andalousie***

Les activités de recherche, de développement et de formation que nous proposons font référence à la caractérisation et aux études sur la qualité des fromages artisanaux; aux études de marché basés sur la connaissance et la perception de la qualité; aux activités de formation spécialisée des fromagers et, finalement, aux activités de promotion. Au sujet de la caractérisation, étant donné que les fromages artisanaux sont porteurs d'une grande diversité d'arômes et saveurs, nous proposons la définition des attributs différentiels de ces fromages dans les différentes zones. Par rapport à la qualité, c'est difficile d'être objectif, surtout quand on trouve beaucoup d'hétérogénéité, même dans les fromages fabriqués par un fromager. Par conséquence, il faut connaître les différents facteurs qui influent la qualité physico-chimique et organoleptique des fromages : conduite de l'alimentation des chèvres, qualité du lait et élaboration des fromages. A ce titre, nous proposons la réalisation des projets de recherche multidisciplinaires qui traitent de ces aspects.

La perception de la qualité des fromages est indispensable pour aborder les études de marché. Nous proposons de mesurer la perception de la qualité des fromages artisanaux pour les consommateurs et les distributeurs. En général, ces derniers s'occupent peu de la promotion de ce type de fromages. Nous proposons également de réaliser des études de marché pour déterminer la demande de chaque type de fromage par les consommateurs par rapport à leur prix. Pour réussir à compléter ces études, nous proposons caractériser les habitudes de consommation. Finalement, nous proposons la formation continue, la capitalisation des recettes traditionnelles et la réalisation des séminaires d'amélioration des connaissances avec la participation d'experts.

Les auteurs sont en train de mener des activités de recherche, de développement et de

formation destinés à structurer le secteur. Les dernières années, ils ont participé au projet MIREDAF (INTERREG IIIB) (Ares *et al.*, 2007), à travers les activités suivantes : préparation des guides, organisation de concours et foires, etc. Ils ont aussi démarré des activités avec les écoles de restauration. Les auteurs (Navarro *et al.*, 2007) ont réalisé une étude qui montre le mode d'identification des fromages artisanaux pour les consommateurs locaux et leurs préférences (par âge, sexe, formation et zone) par rapport aux différents types de fromage. Enfin, actuellement au sein d'un projet "Patrimonio Quesero Andaluz (Patrimoine Fromager Andalou, [www.quesosdeandalucia.com](http://www.quesosdeandalucia.com))", qui est en train de se développer, un total de 13 GDR, 2 Universités (Séville et Cordoue) et un Centre de l'IFAPA, réalisent différentes activités de valorisation les fromages artisanaux andalous (Jiménez et Hevilla, 2007).

## Références

- Ares J.L., Rey A., Castel J.M. and González Redondo P., 2007.** *Quesos artesanos del Mediterráneo. Métodos de valorización y de promoción.* Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía. Séville.
- Jiménez M. and Hevilla S., in press.** Increasing added value of the goat cheeses from Malaga: An example of rural development strategy. Dans : International Symposium: *The quality of goat products: models and tools for evaluation and promotion.* Bella (Italie), 24-26 mai 2007.
- Navarro L., Castel J.M., Sayadi S., Ruiz F.A., Hevilla S. and Jiménez M., in press.** Distribution and consumer perception of the quality of handmade andalusian goat cheeses. Dans : International Symposium: *The quality of goat products: models and tools for evaluation and promotion.* Bella (Italie), 24-26 de mai de 2007.