

**PRODUCTIONS AGRO-ALIMENTAIRES ET DEVELOPPEMENT :
L'EXEMPLE DES MONTAGNES FRANÇAISES****Tatiana MINTÁLOVÁ¹, Daniel RICARD²**

Abstract: *Mountain ambits French with sinisters clauses are account for comparatively efficient dairy affiliated branche. Disadvantages physicalgeographics clauses herself thanks advisable generalship article advantages. About to little regions, as for example Beaufort at Savoï Alps initiation exploit tension and account area, culture and tradition, about fabrication cheese and so herself join about "local c evelopment".*

Key words: *local development, cheese, mountain ambits*

Le développement régional, sujet de ce colloque, est bien un thème d'actualité. Certes, chaque pays n'utilise pas exactement les mêmes termes, puisque les Français parlent plutôt de « développement territorial », ou de « développement local », mais des problématiques similaires se retrouvent finalement à travers toute l'Europe. Ce développement, c'est d'abord la création de richesse et d'emplois, dans des régions de petite dimension, grâce à la mise en valeur des potentialités locales. Les productions agricoles et agroalimentaires offrent à cet égard un domaine d'analyse intéressant compte tenu notamment de leurs spécificités et de leur diversité. Dans les montagnes françaises, se sont ainsi développées avec le temps des filières qui cherchent à valoriser auprès du consommateur la qualité des produits – notamment des fromages – grâce à des stratégies de différenciation originales. C'est ce que cet article s'efforcera d'expliquer, tout en essayant de replacer ces réflexions dans le contexte de la Slovaquie.

1 - UN CONTEXTE GÉNÉRAL DE CONCURRENCE ET DE CONCENTRATION

En économie de marché, la concurrence s'exerce partout et conduit à une sélection des entreprises comme des régions de production. L'agriculture et les industries de transformation agro-alimentaire obéissent parfaitement à cette logique économique au sein de l'Europe des 25. Dans le cas de la production laitière, la sélection des producteurs a été très forte partout sur le continent. En France, par exemple, le nombre de livreurs de lait est passé de 704 100 en 1972 à 350 493 en 1984 et à 112 289 en 2002 ! Dans le même temps, les livraisons annuelles moyennes de ces éleveurs passaient de 32 300 litres en 1974 à 72 000 litres en 1984 et à 204 400 litres en 2002 ! Si l'on reste loin des volumes livrés par les anciennes fermes collectives de Slovaquie ou de Hongrie, les progrès sont toutefois spectaculaires.

A l'aval de la filière, la concurrence a aussi conduit à une sélection des laiteries et donc à une concentration de l'outil industriel. Il y avait ainsi, toujours en France, 1 673 fromageries en 1976, puis 1 308 en 1984 et seulement 609 en 2002. Les beurreries passent quant à elles de 1 193 à 848 et à ... 224 dans la même période, dont 18 assurent aujourd'hui 85 % de la fabrication nationale. Signe de cette évolution, en Normandie par exemple, les plus grosses fromageries produisaient 6 000 à 8 000 camemberts par jour en 1900, 30 000 à 40 000 vers

¹ Mgr. Tatiana Mintálová, Institut de Géographie, Université de Prešov, e-mail : tami@unipo.sk

² Daniel Ricard CERAMAC, Université Blaise-Pascal, Clermont-Ferrand, danielricard63@yahoo.fr

1950, 60 000 vers 1970, 200 à 250 000 en 1978 et, actuellement, l'usine de Domfront (Manche) peut fournir jusqu'à 500 000 camemberts par jour (marque « Président ») ! Même chose pour l'emmental. Ce gros fromage traditionnel venu des Alpes et du Jura franco-suisse est aujourd'hui produit massivement en Bretagne dans des usines qui en fabriquent entre 10 000 et 40 000 tonnes par an. En Allemagne de l'Est, une usine atteint même 80 000 tonnes : il faudrait toute la production laitière slovaque pour approvisionner cette fromagerie !

Cette course à la taille, née de la volonté de diminuer les coûts de production, passe par un énorme effort de mécanisation, mais aussi par la mise au point de nouvelles techniques de fabrication. Ainsi, en Normandie, on a abandonné le moulage manuel en plusieurs étapes du camembert, au profit d'une nouvelle technique qui supprime la mise en moule.

De telles mutations de la filière se sont accompagnées d'importantes conséquences géographiques. Ainsi, l'activité s'est concentrée dans les meilleurs bassins laitiers, où l'on trouve à la fois de nombreux producteurs et des usines performantes : Bretagne pour la France, Danemark, Pays-Bas, sud de la Suède... A l'inverse, beaucoup de régions ont été marginalisées. C'est en général le cas des plaines sédimentaires où l'on préfère abandonner l'élevage, trop contraignant, au profit des céréales. C'est aussi le cas de beaucoup de montagnes, pénalisées par le milieu naturel (altitude, pente, climat), la faible densité des producteurs et la petite taille des fromageries traditionnelles.

2- DES STRATÉGIES DE « DÉVELOPPEMENT LOCAL » FONDÉES SUR LA QUALITÉ

L'avenir de l'élevage laitier et de la transformation du lait dans ces régions d'altitude apparaît alors très difficile dans le cadre d'une économie concurrentielle. Mais ce serait oublier les nombreux exemples de réussite que l'on peut observer, notamment dans le Jura et dans le Nord des Alpes, grâce à la mise en valeur de productions fromagères particulières originaires de ces régions. On peut alors parler de développement local, avec la création, à l'échelle d'un territoire de petite ou de moyenne dimension, de valeur ajoutée et d'emplois. Bref, de la création de richesse, localement.

Beaucoup de régions françaises possédaient un important patrimoine fromager, avec des fromages associés à une région et qui se prêtent bien à de telles stratégies de développement. L'objectif de ces filières, que l'on peut rencontrer en montagne comme en plaine, est alors de vendre au consommateur à la fois le fromage et sa région de production : le produit et une image. En France, ces productions particulières sont souvent réglementées, sur le plan juridique, par le système des Appellations d'Origine Contrôlées (AOC). On comptait, en 2002, 41 fromages d'AOC³, représentant un volume de 193 974 tonnes, soit 11,6 % de la production nationale de fromage⁴. Vingt-trois sont originaires de la montagne, pour environ 150 000 tonnes, dont les plus importants sont le roquefort (sud du Massif central), le comté (Jura), et le cantal (Auvergne, au centre du Massif central). Ce sont là des fromages que l'on retrouve aujourd'hui jusque dans les hypermarchés de Bratislava, de Prešov ou de Košice.

3 - Ces AOC sont aujourd'hui 42. S'y ajoutent 3 AOC pour certaines catégories de beurre ou de crème.

4 - Sources : Comité National Interprofessionnel de l'Industrie Laitière (CNIEL), Institut National des Appellations d'Origine (INAO).

La notion d'Appellation d'Origine Contrôlée est née, en France, au début du 20^e siècle, et a notamment été codifiée par la loi de 1919. Elle a d'abord concerné les vins, puis le fromage (roquefort, dès 1925) et enfin, depuis une vingtaine d'années, d'autres productions agro-alimentaires : huiles d'olive, lavande, piment, miel, lentilles...

L'AOC concerne un produit spécifique, issu d'une région précise où se sont développées, au cours des siècles, des techniques de production ou de transformation particulières. Cette notion de « terroir », souvent difficile à comprendre par les populations de l'Europe du Nord, est même jugée comme franchement contraire à la concurrence et protectionniste par certains, notamment aux Etats-Unis ou en Australie. Cette question fait d'ailleurs l'objet de nombreux contentieux juridiques internationaux, et l'INAO lutte pour interdire, par exemple, la fabrication de fromage de roquefort en Argentine ou de vin de champagne en Californie.

Il faut dire que l'AOC correspond bien, au moins en partie, à une approche culturelle particulière, les peuples européens de la Méditerranée étant très attachés à la provenance géographique de leur alimentation. Mais le côté culturel n'explique pas tout, et l'Union Européenne reconnaît d'ailleurs depuis 1992 ces productions originales, à condition qu'elles démontrent leurs spécificités. Pour cela, toute spécialité agro-alimentaire doit expliquer son « lien au terroir » si elle veut obtenir l'AOC. Lorsque cela est le cas, un « cahier des charges » délimite une région exclusive de production et oblige les acteurs de la filière (agriculteurs, transformateurs...) à respecter un certain nombre de conditions spécifiques de production de la matière première ou de la transformation. Dans ce cas, le vin ou le fromage est bien particulier, spécifique d'une région, et ne peut pas être comparé à un produit standardisé fabriqué n'importe où, et selon des méthodes industrielles.

Dans le cas des fromages, ces conditions particulières de production concernent essentiellement la race des vaches, leur alimentation, les techniques de fabrication du fromage (lait cru ou lait pasteurisé), et une durée d'affinage longue. Depuis une vingtaine d'années, des études scientifiques viennent expliquer le lien entre ces savoir-faire particuliers et les qualités spécifiques des produits. Ainsi, on démontre que les fromages au lait cru ont beaucoup plus de goût.

3-L' EXEMPLE DU FROMAGE DE BEAUFORT

En novembre 2002, il nous a été possible de réaliser des enquêtes, avec un groupe d'étudiants en géographie de l'Université de Clermont-Ferrand, en Savoie, dans les Alpes du Nord. Cette analyse permet de mieux comprendre ce type de stratégie et les incidences en matière de développement local.

Les montagnes de Savoie, aujourd'hui très largement touristiques (grandes stations de ski de Val d'Isère, de Megève, de Courchevel...), sont des régions particulièrement difficiles pour l'agriculture, à cause de l'altitude, de la forte pente et du climat. Les Savoyards s'étaient adaptés en produisant ici du beaufort. Il s'agit d'un gros fromage (40 kg) à pâte pressée cuite⁵, de la même famille que l'emmental, fabriqué en été sur l'alpage ; les fromages d'hiver étant de moins bonne qualité. Ce système s'écroula après la Seconde Guerre mondiale, victime, notamment de la concurrence inter-régionale.

5 - Il s'agit d'un fromage \ddagger p,te dure.

Quelques agriculteurs locaux firent l'analyse suivante : les montagnes de Savoie sont condamnées si elles produisent du lait destiné à une transformation industrielle (beurre, lait UHT en boîte...). Par contre, le beaufort peut répondre à « *une consommation de désir* », en se positionnant comme un fromage de qualité, haut de gamme, différent des autres et qui peut donc être vendu, grâce à ce positionnement, à des prix plus élevés. Ce mouvement de relance débute dans les années 1960, à l'initiative des populations locales (surtout dans la région de Beaufort) et de quelques agriculteurs éclairés (Maxime Viallet...). L'AOC est obtenue en 1968 et, depuis, la production n'a pas cessé d'augmenter : 500 tonnes à l'époque, 2 000 t au début des années 1980, 4 200 t aujourd'hui. Cette progression est liée à la demande croissante des consommateurs, notamment urbains, et pour l'essentiel extérieurs à la Savoie, et qui apprécient ces fromages de caractère associés à l'image des montagnes de Savoie. Une autre raison essentielle de ce succès vient de la volonté des acteurs de la filière de moderniser la production et la commercialisation tout en protégeant ce qui fait l'image et la spécificité du beaufort, bref un certain type de qualité. Ainsi, le règlement de l'AOC oblige à avoir des vaches de race locale - des Tarines - qui ne peuvent pas produire plus de 5 000 litres de lait par an ; interdit la technique de la conservation de l'herbe par l'ensilage ; favorise l'utilisation des alpages ; oblige à collecter le lait tous les jours ; et interdit la pasteurisation du lait lors de la transformation en fromagerie. Tout cela explique en grande partie les spécificités de ce fromage. Ainsi, la fabrication au lait cru préserve la flore naturelle du lait et favorise donc le goût du fromage. De même, les vaches Tarines ont un lait riche en matière protéique et très bien adapté à la transformation fromagère. Enfin, la limite des 5 000 litres de lait par an vise à éviter une intensification considérée comme excessive. De plus, les Savoyards ont tendance à renforcer ces contraintes. Ainsi, la durée minimale d'affinage est passée de 4 à 5 mois en 1993, ce qui contribue à une meilleure expression du goût du fromage. Toute cette stratégie repose sur l'idée que des conditions de production rigoureuses permettent d'obtenir un fromage spécifique, de qualité, que le consommateur sera prêt à payer plus cher.

Il y a bien eu, justement, développement local ici en Savoie, grâce à ce fromage de montagne, et les résultats sont très positifs à plusieurs niveaux.

- La production de lait, tout d'abord, s'est maintenue dans la région, alors qu'elle a disparu dans les Alpes du Sud où l'on n'a pas eu la même stratégie et où l'on a été victime de la concurrence interrégionale sur le créneau du lait de consommation UHT. La région du Beaufortain notamment, est la plus importante zone de production de toute la haute montagne française.
- Le prix du lait payé au producteur est le plus élevé de France, avec 0,60 euro/litre contre 0,27 euro en moyenne nationale. Cela s'explique, bien-sûr, par le prix de vente du fromage et a permis de maintenir de nombreuses exploitations de taille moyenne et un volume d'emplois agricoles important dans cette montagne.
- La transformation se réalise dans une dizaine de petites fromageries artisanales modernisées qui emploient 250 personnes environ, soit 5 emplois par million de litres de lait, contre moins de un dans les très grandes usines laitières⁶. Là encore, cette stratégie de valorisation de la qualité crée de la richesse et des emplois, d'autant

6 - Une nouvelle fromagerie a récemment été inaugurée à Montauban-de-Bretagne, dans l'Ouest de la France. Elle produit quelques 40 000 t d'emmental par an, utilise pour cela plus d'un million de litres de lait chaque jour, mais n'emploie que trois personnes pour la partie fabrication!

plus que depuis quinze ans, la production de fromage à la ferme s'est beaucoup développée. L'enjeu est décisif en période de chômage et dans les régions à l'économie fragile.

- Il existe aussi des incidences sur l'environnement. Ainsi, les alpages, qui seraient condamnés par une production laitière intensive, sont au contraire très recherchés grâce au fromage de beaufort. De plus, les troupeaux d'alpage⁷ contribuent, en été, à l'image d'une région fortement touristique.
- Enfin, cette démarche, organisée autour du respect d'une certaine tradition, est en même temps très dynamique. Dès les années 1960, les fromageries de la région travaillaient avec les chercheurs de l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique) pour mieux comprendre la spécificité de ce fromage et développer la traite mécanique des vaches sur l'alpage. Aujourd'hui, les exploitations sont modernisées, les fromageries sont aux « normes européennes », la technologie du lait cru est parfaitement contrôlée sur le plan sanitaire, et l'essentiel du beaufort est vendu en supermarché et en hypermarché. Bref, il s'agit d'une filière moderne, mais, dans le même temps, la production du lait s'appuie toujours sur des systèmes d'utilisation des alpages extrêmement complexes, hérités de la tradition, et qui continuent à rythmer la vie de ces montagnes.

Les montagnes de Savoie ont donc su associer la tradition et la modernité, et mettre en place une vraie stratégie de développement fondée sur la production d'un fromage de qualité, d'un fromage particulier, historiquement lié à une région difficile de montagne.

La réussite de ces démarches d'AOC n'est toutefois pas systématique. Le reste des Alpes du Nord et le Jura ont connu le même type de succès que celui de la région du beaufort. C'est surtout le cas du comté, fromage traditionnel à pâte dure du massif du Jura, confectionné dans près de 200 fromageries villageoises, pour environ 50 000 tonnes par an. Dans le sud du Massif central, le roquefort a aussi connu une vraie réussite, y compris à l'international. Il s'en fabrique près de 20 000 tonnes par an et le lait de brebis y est acheté à un très bon prix par les fromageries. A l'inverse, l'Auvergne, qui possédait un important patrimoine fromager, a plutôt choisi la voie de l'industrialisation et de la banalisation. Les conditions de production du lait et de transformation du fromage y sont mal définies, le prix du lait ne dépasse pas la moyenne nationale, les fromageries ferment les unes après les autres, et l'avenir est très incertain. L'appellation d'origine ne garantit donc pas le succès. Pour qu'elle conduise à un vrai développement local, il faut que ce mouvement soit porté collectivement par les acteurs de la filière et que des conditions de production rigoureuses garantissent vraiment la spécificité et la qualité d'un fromage qui sera alors recherché par le consommateur.

EN CONCLUSION, QUELQUES REMARQUES SUR LA SLOVAQUIE...

L'analyse de la situation française conduit à s'interroger, en guise de conclusion, sur la Slovaquie. Dans ce pays aussi, on rencontre de tels produits spécifiques que l'on ne trouve que dans les Carpates : *bryndza*, *korbačiki* de l'Orava, fromages fumés comme l'*oštiepok*...

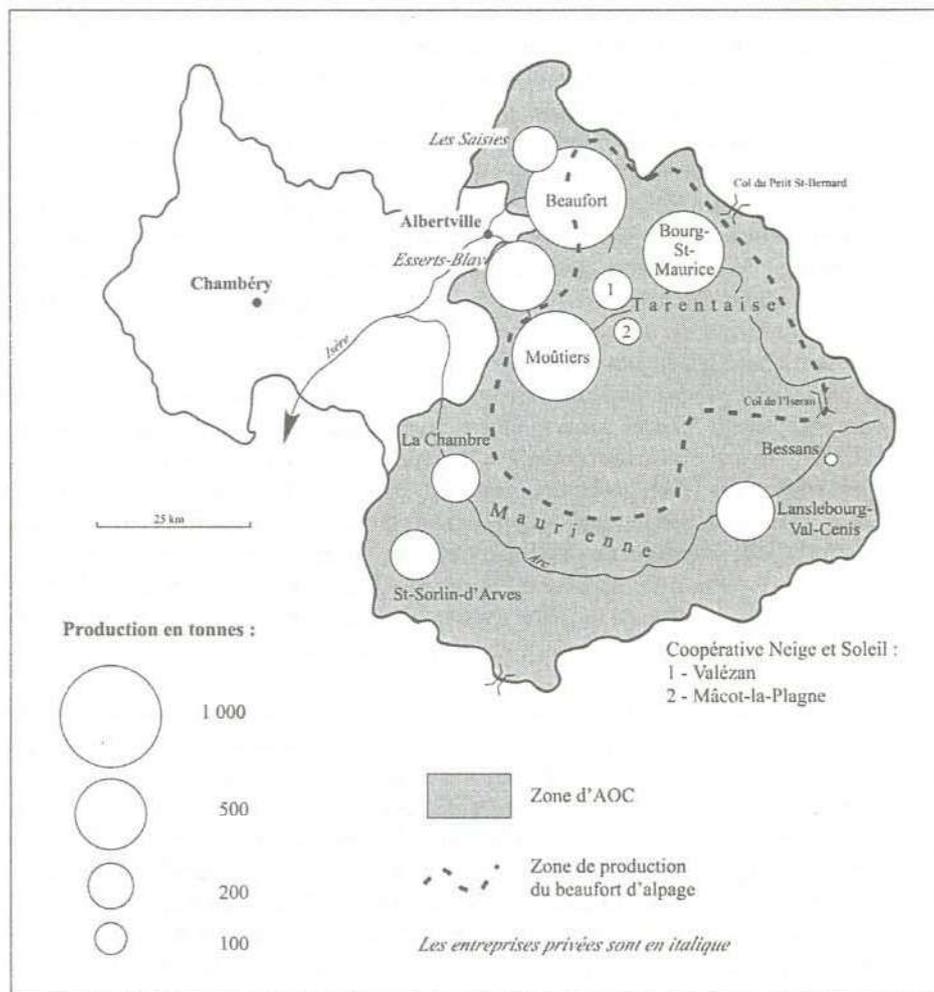
⁷ - La pratique traditionnelle veut que l'on regroupe les animaux de plusieurs élevages, dès début juin, avant de monter en alpage. Ce troupeau commun compte alors 100 à 250 vaches.

En revanche, ces produits ne sont pas réellement protégés, même s'il existe une marque « Slovenská bryndza ». On peut donc fabriquer des *korbaèiki* à Huméné, dans la plaine orientale du pays ou de l'*oštiepok* jusque dans les plaines de Pologne. Les technologies sont alors différentes et les produits obtenus n'ont souvent pas la même qualité, pas le même goût... mais ils sont moins chers et donc plus compétitifs ! Ces fromages des Carpates pourraient être utilisés plus efficacement pour un véritable développement local, mais une telle stratégie se heurte à de nombreux obstacles. Nous pouvons en citer quatre :

- Le premier réside dans le caractère très industriel de la filière laitière slovaque. La Slovaquie a adopté, sous le communisme, un mode d'élevage très intensif, qui s'accorde mal avec les démarches de « terroir » pour lesquelles, par exemple, la prairie naturelle et le foin tiennent une place importante. De plus, les laiteries sont souvent de caractère industriel, détenues par des entreprises étrangères, et ne cherchent pas vraiment à valoriser le lait cru. Pour elles, le respect des « normes européennes » passe d'abord par la pasteurisation.
- L'expérience prouve, en France comme en Italie ou en Suisse, que ces stratégies de développement fondées sur la qualité exigent une grande solidarité des acteurs de la filière et une dimension collective importante : rôle des syndicats de produits ; importance des fromageries coopératives ; discipline des éleveurs, surtout sur le plan sanitaire ; échanges entre les producteurs de lait, les fromageries et les affineurs ; efforts pour la gestion du marché... Cette discipline n'est pas facile à obtenir en Europe occidentale. Or, dans toute l'Europe de l'Est, l'idée d'organisation collective reste largement associée au collectivisme d'avant 1989 et est souvent rejetée. On préfère alors souvent des stratégies individuelles qui, dans ce cas, fonctionnent plutôt moins bien.
- En outre, de telles politiques de développement exigent de pouvoir vendre les produits finis à un prix suffisamment élevé, ce qui est plus difficile en Slovaquie à cause de la relative faiblesse du pouvoir d'achat. Les fromages traditionnels des Carpates, et notamment la *bryndza*, ne permettent donc pas une valorisation supplémentaire du lait, ce qui ne crée pas de plus-value, ni d'emplois. On observe le même blocage dans la production laitière biologique analysée par M. Lompech.
- Reste enfin l'approche culturelle de ces questions. En France, en Italie ou en Suisse, le fromage est une des quatre parties du repas (entrée, plat principal, fromage, dessert) et est apprécié en tant que tel. En Slovaquie ou en Pologne, le fromage est plutôt un ingrédient, utilisé dans la confection d'un plat : *Tvaroh* consommé au petit déjeuner, *bryndza* utilisée dans le *halušky*... Les modes de consommation et l'approche de la qualité sont donc différents.

Tout cela souligne que le regard porté sur l'alimentation varie beaucoup d'un pays à l'autre. Il serait donc dangereux pour les Slovaques de se contenter de copier le modèle français, même si celui-ci fonctionne plutôt bien. Par contre, l'AOC (AOP au niveau européen) est vraiment un outil de développement local, notamment car elle a le gros avantage de réserver l'exclusivité de l'utilisation du nom d'une spécialité alimentaire à la seule région de production. La Slovaquie et d'autres pays nouvellement entrés dans l'Union Européenne doivent en profiter, car les laiteries françaises, allemandes ou danoises sont tout à fait capables de fabriquer de la *bryndza* industrielle à des prix compétitifs, et de qualité !

La production de fromage de beaufort en 2004

**Bibliographie:**

- BERARD L., MARCHENAY P., 2004, *Les produits de terroir, entre cultures et règlements*, CNRS Editions, Paris, 232 p.
- CNIEL, *L'économie laitière en chiffres*, édition annuelle, 150 p. environ.
- COLLECTIF, 1987, *Ensemble dans le Beaufortain*, 214 p., Challes-les-Eaux.
- COLLECTIF, 1999, « La qualité agro-alimentaire et ses territoires », *Sud-Ouest européen*, n°6.
- GROSCLAUDE G., 1987, « Le beaufort : comment il a su conserver sa tradition », in *Histoire et Géographie des fromages*, Université de Caen, Caen, 342 p., pp. 157-162.
- LOMPECH M., ŠPIŠIAK P., 2003, « L'agriculture de montagne en Slovaquie dans la transformation post-socialiste », in *Crises et mutations des agricultures de montagne*, CERAMAC 20, PUBP, Clermont-Ferrand, pp. 441-460.

- MINTÁLOVÁ T., 2002, « Tradition et mutations contemporaines de l'élevage ovin en Slovaquie », *Prace geograficzne, Zeszyt 113*, Institut de Géographie, pp. 207-218.
- RICARD D., 1994, *Les montagnes fromagères françaises*, CERAMAC 6, PUBP, Clermont-Ferrand, 496 p.
- RIEUTORT L., 1995, *L'élevage ovin en France*, CERAMAC 7, PUBP, Clermont-Ferrand, 512 p.

PRODUKCIA MLIEČNYCH VÝROBKOV A ROZVOJ HORSKÝCH OBLASTÍ FRANCÚZSKA

Zhrnutie

Ekonomika trhu uprednostňuje konkurenciu medzi jednak podnikateľskými subjektami (firmami) a jednak medzi regiónmi. Prirodzená selekcia sa prejavila poklesom počtu syrární ako dôsledku silnej konkurencie. Mliečna produkcia klesá často v horských oblastiach aj so znevýhodnenými fyzikogeografickými podmienkami ako sú reliéf, pôda, klíma, atď. Napriek tomu sa niektoré horské oblasti so znevýhodneným podmienkam stali výkonnými mliečnymi firičkami a nevýhody sa vďaka vhodnej stratégii stali prednosťami. Ako príklad môžu slúžiť regióny Jura, Savoie vo francúzskych Alpách a iné. Napriek znevýhodneným podmienkam, malé regióny horských oblastí využívajú potenciál a hodnotu priestoru, kultúru a tradíciu na výrobu syrov a tak sa podieľajú na jeho „lokálnom rozvoji“.

Príklad syra Beaufort

Beaufort je tvrdý okrúhly syr typu Ementál, ktorého hmotnosť sa pohybuje od 45 kg do 70 kg. Na jeden kg Beaufortu je potrebných približne 12 litrov mlieka. Typická je stvrdnutá, žltkastá, mierne vlhká kôra, vhlbená obvodová časť syra, čo mu dodáva špecifický tvar. Syr zreje najmenej 4 mesiace pri teplote pod 15°C a 92 % relatívnej vlhkosti za priebežného potierania soľným roztokom, alebo soľou na sucho (5-6 mesiacov), alebo zreje v tmavých chladných zrecích pivniciach pri teplote 8-9°C a 98 % relatívnej vlhkosti 1 rok.

Rozoznávame tri typy: Beaufort d'été (letný Beaufort), Beaufort d'alpage, ktorý je vyrábaný na salašoch v horách.

Oblasť produkcie Beaufortu je Údolie Beaufortaine, Tarrentaise a Maurianne a časť Val d'Arly. Oblasť má rozlohu 450 000 ha zo 630 000 ha v Savoie. Tradičná produkcia nastúpila v roku 1968, kedy Beaufort získal známku kvality od Appellation d'Origine Controlée. Ide o legislatívny systém ochrany produktov. Appellation d'Origine Controlée sa týka produktov so špecifikami jednak v regionálnej oblasti (oblasť produkcie – výnimočnosť prostredia) a jednak v oblasti spôsobu výroby (technika spracovania mlieka atď)

Výrobky označené „de terroir“ („rodný kraj“) sú uprednostňované EU a musia spĺňať stanovené podmienky predaja nazývané „cahier de charge“, ktoré určujú exkluzivitu regiónu alebo exkluzivitu techniky výroby. Pre syr sú to podmienky týkajúce sa: plemena dojníc, ich výživy, spracovania mlieka, unikátnej technológie výroby syra, dĺžky zrenia syra. Konkrétne podmienky pre produkciu Beaufortu sú nasledovné: plemeno dojníc Tarines (produkuje ročne najmenej 5 000 litrov mlieka), alebo Tarentaises, nutnosť spracovania mlieka do 24 hodín, z toho vyplýva nutnosť zberu mlieka po farmách každé ráno, zákaz pasterizácie mlieka, zrenie syra minimálne 5 mesiacov. Spomínané kritériá pomáhajú konzervovať a uchovať špecifické vlastnosti Beaufortu (hlavne chuť), čím sa vlastne predchádza intenzifikácii a spriemyselnovaniu produkcie daného typu syra.

Pozitívne dôsledky stratégie z hľadiska rozvoja regiónu

- Produkcia mlieka napriek náročným horským podmienkam zostáva zachovaná
- Cena mlieka je 0,60 euro za liter oproti 0,27 eu, čo je priemer vo Francúzsku
- Alpské pastviny sú permanentne využiteľné
- Rast produkcie syrov

- Sebestačnosť v oblasti ponuky pracovných príležitostí

Záverom môžeme konštatovať, že AOC negarantuje úspech. Je potrebná aj vôľa všetkých zúčastnených pri ochrane špecifik syrov s cieľom vyrábať produkty skutočnej kvality, ktoré budú vyhľadávané konzumentmi a predávané za výhodné ceny.

Recenzovali : Prof. RNDr. Eva Michaeli, PhD.

Doc. MVDr. Eva Dudriková, PhD.