



---

## **Fromages du Val d'Azun – Pyrénées, une reconnaissance pour les éleveurs**

**La marque « Fromage du Val d'Azun – Pyrénées » a été lancée officiellement le mardi 3 juillet 2012 lors d'un déjeuner de presse. Les exploitations fromagères du Val d'Azun se sont regroupés pour développer une marque collective permettant la reconnaissance de leurs fromages. C'est sous un soleil radieux que le comité de pilotage et la presse ont pu se retrouver au Col du Soulor au cœur du territoire de la production fromagère.**

Devant le comité de pilotage et les journalistes réunit au restaurant « la tachouère » au col du Soulor, Jean-Pierre CAZAUX, éleveur sur la commune d'ARRENS-MARSOUS nous a présenté la démarche d'un groupe d'éleveur qui se sont associés pour créer une marque, les Fromages du Val d'Azun - Pyrénées. Six éleveurs se sont fédérés pour construire et déposer leur marque à l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI) le 6 avril 2012. D'autres éleveurs souhaitent rejoindre la démarche rapidement.

C'est au cœur d'un territoire traditionnel de production de fromage de vache, de brebis, de chèvre ou de mélange que le projet a émergé. Les exploitations fromagères du Val d'Azun représentent 20 % des fermes du canton. Depuis 25 ans, les producteurs fromagers de la vallée se sont mobilisés ensemble pour moderniser leurs outils de production ou de commercialisation. Ces différentes actions ont permis de maintenir un tissu d'agriculteur dynamique malgré une conjoncture qui n'a pas été toujours favorable (démographie, restructuration des exploitations, diminution de la main d'œuvre...).

La mobilisation des éleveurs se concrétise aujourd'hui par la volonté de travailler sur la création d'une marque fromagère sur le territoire pour différencier leurs produits et marquer l'identité forte des fromages issus des fermes du Val d'Azun. Ils ont construit un positionnement de leur fromage et associé des valeurs comme le Fromage fermier des Pyrénées, le Val d'Azun, la nature préservée et le savoir-faire traditionnel spécifique du territoire, c'est un « Fromage d'ICI ».

Les fromages seront identifiés par une empreinte représentant le logo incrusté dans le fromage. Ce marquage, axé sur la sobriété, souligne la rareté du produit et devient la signature pour les utilisateurs de la marque.

Les éleveurs s'engagent dans une charte pour adhérer à la stratégie définie lors de la création de la marque. Ce contrat va leur permettre de vérifier l'engagement de chaque producteur et d'établir le

---



rôle des adhérents et de l'association qui portera l'image de la marque. La charte est rédigée en 4 parties contenant au total 31 articles concernant le réglementaire (acteurs, institution), la technique (produit, production), la commercialisation (prix de vente, manifestation) et la communication (image, respect du logo)

La marque fromagère « Fromage du Val d'Azun – Pyrénées » sera officiellement inaugurée lors de la foire aux côtelettes qui se tiendra le 15 septembre 2012 à ARRENS-MARSOUS.

**Régis BAUDIFFIER**