



# RA 21

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021



«  
***Une filière  
du temps  
présent***  
»





Hugues Meaudre  
*Président de la Confédération  
Générale de Roquefort  
Directeur général de Lactalis AOP  
& Terroir*

## SOMMAIRE

- 04 2021 RÉTROSPECTIVE
- 06 L'AOP AU DEVANT DES ATTENTES SOCIÉTALES
- 09 COMMUNICATION
- 16 AOP
- 21 QUALITÉ
- 26 ÉLEVAGE
- 31 CONFÉDÉRATION GÉNÉRALE DE ROQUEFORT
- 34 PERSPECTIVES ET ENJEUX 2022
- 36 CHIFFRES CLÉS 2021

# Rétrospective

## 2021



### MARS

- Sébastien Vignette entre en fonction comme Secrétaire Général

### MAI

- Réalisation d'un film de promotion de l'AOP Roquefort par la Maison de l'Europe de Montpellier.
- Conférence de presse organisée par l'Irqualim pour dénoncer l'inadaptation du Nutri-Score aux produits sous signes de qualité

### JUIN

- Premières prises de parole de la Confédération Générale de Roquefort dans les médias pour demander l'exemption du Nutri-Score pour le Roquefort
- Assemblée Générale de la Confédération Générale de Roquefort : mise en ligne du nouveau site [roquefort.fr](http://roquefort.fr)
- Restitution des travaux Bien-Etre Animal et Humain auprès des groupes de terrain qui ont participé à l'état des lieux BEAH entre 2019 et 2020

### JUILLET

- Le Roquefort participe à Millau en Jazz festival

### SEPTEMBRE

- La Confédération Générale de Roquefort est aux côtés des autres acteurs de France Brebis Laitière au Salon Tech'Ovin à Bellac
- L'AOP Roquefort est présente à TEPOS (Rencontre Territoires à Energie Positive)

### OCTOBRE

- Conférence de presse Roquefort sans Nutri-Score
- Lancement de la campagne de sensibilisation sur les limites du Nutri-Score via les relations publiques, la presse et le digital
- Webinaire - débat sur le Nutri-Score (« Wich nutritional labelling will be the most effective – is nutritional labelling in the grip of lobbyists ») au parlement Européen en préambule du vote de Farm to Fork : à l'invitation d'Eric Andrieu, député européen, Sébastien Vignette porte la demande d'exemption de l'AOP Roquefort

### NOVEMBRE

- L'AOP Roquefort passe dans l'émission culinaire « Objectif Top Chef » sur M6.
- Diffusion de deux émissions sur le Nutri-Score

### DÉCEMBRE

- L'AOP Roquefort en TV et en Replay du 5 au 31.
- 220 millions de contacts TV et 3 millions d'impression en digital



Sébastien Vignette



Prise de parole de Sébastien dans l'émission BFM TV de juin 2021



Salon Tech'Ovin



Nouveau site roquefort.fr



TEPOS



Conférence de presse Nutri-Score



Émission Objectif Top chef



Campagne comparative Nutri-Score

**220 Millions**

DE CONTACTS TV

**3 Millions**

D'IMPRESSIONS EN DIGITAL

*Le Roquefort. Mariez-le, il adore.*



Campagne TV 2021

# L'AOP au devant des attentes sociétales

**Q**ualité de vie des femmes et des hommes dans l'exercice de leurs métiers, bien-être des troupeaux laitiers, qualité de l'alimentation, respect de l'environnement,... Ces thèmes sont au coeur des travaux quotidiens de la filière. Les acteurs de l'AOP Roquefort les abordent collectivement, au sein de la Confédération Générale de Roquefort, pour structurer des solutions fortes, cohérentes et équilibrées.

## Le bien-être des troupeaux et des éleveurs au sein de la filière

Dès 2018, la Confédération Générale de Roquefort a initié une démarche de réflexion et de prise en compte du bien-être des troupeaux et des éleveurs au sein de la filière. La première étape a consisté à recenser les pratiques et leur diversité par deux clés d'entrée. D'abord par le regard d'un cabinet d'éthologie sur les pratiques d'élevage transcrites dans le cahier des charges de l'AOP ; puis, par des réunions de collecte sur le terrain, avec les éleveuses et éleveurs de brebis.

Le fruit de ce recensement a fait l'objet d'une présentation en 2020 à la filière lors de l'Assemblée Générale puis auprès des producteurs de lait qui avaient participé aux réunions de terrain en juin 2021. Suite à cela, le Groupe de Travail BEAH (Bien-être Animal et Humain) s'est à nouveau réuni pour construire une démarche de progrès avec 3 types d'actions :

- Des actions de valorisation des bonnes pratiques, plutôt orientées vers le consommateur et la distribution afin de mieux faire savoir les atouts de l'élevage Roquefort.
- Des actions de sensibilisation, internes à la filière, afin que chacun s'approprie pleinement la question du bien-être et continue de l'intégrer dans son regard et son approche d'éleveur.
- Des actions de progrès en lien avec France Brebis Laitière pour adapter certaines pratiques dans le respect d'une tradition d'élevage extensif très fortement ancrée sur le terroir de l'AOP.



## Le Bien-Etre Animal, un enjeu pour les filières d'élevage

Dans son approche du Bien-Etre Animal, La Confédération Générale de Roquefort avance avec l'appui de partenaires : France Brebis Laitière, CNBL, Agno'InterPRO, Interbev, ANIO, GDS, vétérinaires... En lien avec eux, elle s'inscrit



dans un environnement plus large et participe à des projets transversaux.

**Moubiene Lait** s'attache à déterminer des indicateurs de BEA.

**C-Moubiene** valide les indicateurs BEA et choisit les seuils pour créer un outil d'évaluation du BEA en filière ovine construit par la filière.

**Smart (groupe d'échange européen)** identifie avec les services techniques et les éleveurs de nouveaux capteurs en élevage. Ces derniers peuvent faciliter l'évaluation du Bien-Etre Animal.

**Le GDS FODSA** travaille à fournir des références sur l'eau et l'abreuvement en élevage.

**Batcool** étudie les innovations en bâtiment d'élevage face au changement climatique.

**Techcare** vise à intégrer des technologies innovantes pour améliorer la gestion du bien-être des petits ruminants, tout au long de la chaîne de production.

**H2020 Smarter (Small Ruminants breeding for Efficiency and Resilience)** aborde la sélection génétique des petits ruminants comme voie d'amélioration de la durabilité des élevages.



## La Confédération Générale de Roquefort s'engage dans le projet GreenSheep, un outil européen de durabilité

La Confédération Générale de Roquefort s'engage dans le projet GreenSheep. Ce projet qui implique 5 pays européens et

32 partenaires sur le territoire français a pour objectifs de :

- construire des outils d'évaluation des performances environnementales et de durabilité des élevages ovins laitiers
- constituer un observatoire de l'empreinte carbone des élevages sur 1355 fermes françaises
- proposer une démarche d'accompagnement pour réduire de 12% les émissions de gaz à effet de serre des élevages et tester cette démarche dans 282 fermes en France d'ici 2025.

Ainsi, les différents services de la CGR s'impliquent activement dans ce projet pour construire des outils qui prennent en compte les spécificités de la filière Roquefort et en proposant déjà des diagnostics de ces performances environnementales et de durabilité aux éleveurs volontaires.



## Un regard attentif sur les aliments

Dans le cahier des charges de l'AOP Roquefort, les achats extérieurs sont limités par brebis et par an à 200 kg. Dans un souci de cohérence avec l'AOP et de qualité alimentaire et sanitaire, la Confédération Générale de Roquefort initie en 2021 un groupe de Travail « Aliment » intégrant les fabricants d'aliments. Dans le cadre de la limitation des achats pour favoriser l'autonomie alimentaire des élevages, à la fois contraignante et vertueuse, ce Groupe de travail questionne les pratiques d'approvisionnement : origine, traçabilité, réglementation afin d'améliorer le sourcing et la durabilité.



# Une palette d'outils pour s'informer, se documenter, s'aider



## L'INFO ROQUEFORT

L'Info Roquefort est adressée chaque mois par courriel aux membres de la filière et à ses partenaires. Elle permet de suivre l'actualité du Roquefort en 5 minutes.



## L'ESPACE FILIÈRE

Cet outil de pilotage en ligne, accessible depuis [roquefort.fr](http://roquefort.fr) avec l'onglet « espace filière » met à la disposition des professionnels de la filière des formulaires, des documents, des informations utiles durant toute la campagne laitière.



## LE CAHIER DES CHARGES QUALITÉ

Ce document, mis à jour annuellement, décrit les plans de maîtrise des pathogènes et les plans d'actions qualité mis en place par la Confédération Générale de Roquefort.



## LE CALENDRIER DE CAMPAGNE

Ce support, accroché dans la salle du tank de l'élevage, accompagne l'éleveur, au fil des mois, dans le suivi : les actions à mener, les conseils, des fiches techniques (guide fourrages, autocontrôle AOP...).



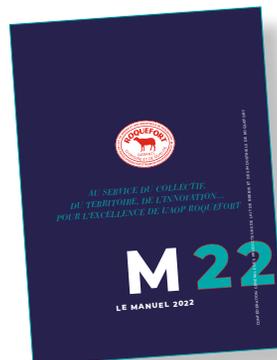
**NOUVEAUTÉ**

## LA LETTRE INFO

Envoyée en amont du manuel, elle permet d'informer les éleveurs sur les nouveautés de la campagne laitière à venir.

## LE MANUEL

À chaque nouvelle campagne laitière, la Confédération Générale de Roquefort édite le Manuel. Il synthétise l'essentiel des règles, conseils, informations nécessaires aux professionnels de la filière notamment pour garantir la qualité du lait cru.





## COMMUNICATION

### COMMISSION COMMUNICATION

4 représentants du collège des fabricants  
11 représentants du collège des producteurs de lait

#### Président

Anthony SOULIÉ,  
éleveur de brebis

### SERVICE COMMUNICATION

1 responsable de communication  
1 chargé de communication junior

### MISSIONS PRINCIPALES

Faire connaître et promouvoir l'AOP Roquefort, sa filière ainsi que la Confédération Générale de Roquefort. Assurer la communication interne à la filière.

### CONTACTS

melanie.reversat@roquefort.fr | 07 60 86 82 77  
segolene.canac@roquefort.fr | 07 55 63 84 61

## Une campagne aux très bonnes retombées médiatiques

# Exemption d'étiquetage Nutri-Score : Le Roquefort en 1<sup>re</sup> ligne pour défendre l'AOP !

**E**n 2021, le Roquefort demande haut et fort l'exemption du Nutri-Score. Très présente dans les médias nationaux, la 1<sup>re</sup> Appellation d'Origine de l'histoire se fait entendre et confirme son aura de fromage ancré dans la culture gastronomique française.

### Non au Nutri-Score pour le Roquefort !

Le Nutri-Score note les aliments de A à E. Celui-ci est déjà présent sur la face avant de nombreux produits. Fin 2020, les pouvoirs publics annoncent leur volonté de généraliser cet affichage en le rendant obligatoire à l'échelle de l'Europe. L'AOP Roquefort mesure rapidement l'impact négatif et profondément injuste de ce projet. En effet, elle serait étiquetée E, la plus mauvaise note du tableau. Au-delà du Roquefort, toute la catégorie des fromages serait aussi discriminée. 90 % d'entre eux obtiendraient les notes de D et de E. Au sein des fromages, la famille des AOP laitières serait particulièrement pénalisée.

Pourtant les fromages, dont les atouts santé sont reconnus et documentés, ont toute leur place dans un régime équilibré. Recommander la consommation

de produits laitiers, dont les fromages, et leur accoler un D ou un E n'a aucun sens. Accoler par ailleurs un A ou un B à des produits ultra-transformés contenant de nombreux additifs, pas davantage.

Le Nutri-Score prétend informer sur les qualités nutritionnelles. Mais, son algorithme ne tient compte que de certains critères (acides gras saturés, sucre, sel) qu'il agrège en un jugement simpliste, réducteur et infantilisant, porté sur l'aliment, plutôt que de raisonner sur l'équilibre alimentaire et la diversité sur une suite de repas. Il s'appuie sur une portion de 100 grammes sans considération des portions réellement consommées ou recommandées (30g pour les fromages, ce qui correspond à la consommation journalière moyenne).

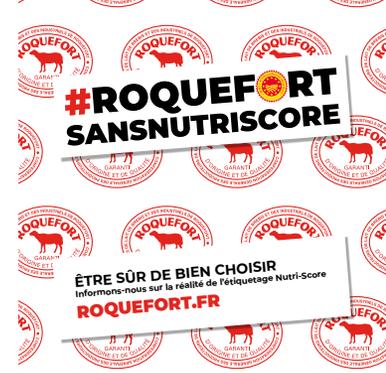
Ce système, aux intentions louables, produit pourtant des aberrations qui le conduisent à devenir contre-productif lorsqu'il est appliqué à un fromage AOP. Les produits de qualité sont des produits d'exception qui permettent de manger local et bon, de préserver la diversité des goûts et de transmettre un patrimoine gastronomique. Ils ne peuvent se résumer à un algorithme ou à un argument

marketing.

Le Nutri-Score favorise le recours accru aux additifs dans les recettes des produits pour en améliorer la note. Ce que, précisément, une AOP ne peut se permettre car sa recette est protégée par un cahier des charges strict et publié, gage de sa qualité et de son lien avec le territoire. Avec une application à la lettre du Nutri-Score, bon nombre de produits simples, comme le fromage, disparaîtraient du panier au profit de plats ultra-transformés sans que la qualité nutritionnelle de ces derniers soient nécessairement au rendez-vous

Le Nutri-Score est donc trompeur. Il oblige à faire des interprétations pour rester cohérent. Et définitivement non, nous ne ferons pas du Roquefort avec du lait pasteurisé et écrémé, ni avec des texturants pour remplacer le gras ou des conservateurs chimiques pour remplacer le sel et obtenir ainsi un meilleur score. Ce ne serait plus notre Roquefort AOP! Si le Nutri-Score peut faire sens pour les produits très transformés, c'est à ces derniers qu'il doit être réservé, mais le Roquefort et les fromages AOP/IGP ne sauraient être mis sur le même plan et doivent en être exemptés.

NUTRI SCORE





Conférence de presse Nutri-Score

## Un collectif unanime pour défendre la cause du Roquefort

Le 11 octobre 2021, la Confédération organise une conférence de presse en son siège, à Millau, pour demander officiellement l'exemption du Nutri-Score pour le Roquefort au travers d'un manifeste. Des personnalités politiques sont présentes. Elle diffuse un communiqué de presse qui génère une visibilité et une reprise maximale de sa demande.



## Le digital, générateur de contenus de qualité

En parallèle d'un calendrier intense d'interviews, l'AOP publie sur les réseaux sociaux une campagne de sensibilisation qui parle d'elle-même sur les limites de l'étiquetage nutritionnel !

Elle conçoit, réalise et produit, avec le studio 16/9, une série de 3 émissions thématiques. Des experts, des Chefs, des producteurs et transformateurs de la filière Roquefort y débattent pour interroger et éclairer la question du Nutri-Score sur le plan territorial, nutritionnel, culturel, gastronomique.

# 328,6 Millions

D'OCCASIONS D'ÊTRE VU SUR LE WEB

# 1H

D'ANTENNE CUMULÉE SUR LES RADIOS À FORTE AUDIENCE

# 157

INTERVIEWS OU VERBATIM REPRIS DANS LES MÉDIAS

# 1H50

D'ANTENNE CUMULÉE SUR DES CHÂÎNES À FORTE AUDIENCE



# +1.2 Millions

DE PERSONNES VOIENT LES VISUELS DE CETTE CAMPAGNE

# 32 000

CLICS SUR LES LIENS

# 166 000

VUES INTÉGRALES DES VIDÉOS

## PORTRAITS DES INTERVENANTS :



**Docteur Jean-Michel LECERF**, Directeur Médical du Centre Prévention Santé Longévité. Chef du Service Nutrition & Activité Physique de l'Institut Pasteur de Lille.



**Sylvie VABRE**, Maître de Conférences en histoire moderne à l'université Jean Jaurès de Toulouse, President of ICREFH (International Commission for Research into European Food History), auteur du « Sacre du Roquefort ».



**Quentin BOURDY**, Chef au restaurant Jacques a dit à Villefranche de Rouergue.



**Julien AIGOUY**, Directeur de la cuisine centrale de Millau.



**Sébastien BRAS**, chef, le Suquet à Laguiole.



**Laetitia GABORIT**, fromagère et Meilleure Ouvrière de France.



**Laurent RIEUTORT**, agrégé de géographie et professeur à l'université Clermont-Auvergne, Directeur de l'Institut d'Auvergne du développement des territoires. Au sein de l'UMR Territoires, ses travaux portent sur les nouvelles ruralités et la territorialisation des activités économiques et des politiques publiques.



**Bernard ROQUES**, Chef de Cave chez Société des Caves.



**Jérôme FARAMOND**, éleveur de brebis, Vice-Président de la Confédération Générale de Roquefort.



**Léa PARSY**, éleveuse de brebis.

# Une campagne qui porte ses fruits

Dès octobre, des élus territoriaux s'unissent de manière transpartisane autour du Roquefort pour soutenir sa demande. L'eurodéputé Eric Andrieu donne un écho à la demande du Roquefort au Parlement Européen.

Le secrétaire général Sébastien Vignette participe à de nombreux échanges formels et informels pour porter la voix de la Confédération mais aussi agir aux côtés du Cnaol, de l'Irqualim ou d'autres filières de qualité françaises ou européennes.

Dans le texte, adopté le 19 octobre, l'Europe confirme sa volonté d'instaurer un étiquetage nutritionnel, harmonisé à l'ensemble de la communauté. Le Parlement souhaite néanmoins que les Indications Géographiques soient considérées dans leur spécificité. Le 21 octobre, le ministre de l'Agriculture, Julien DENORMANDIE déclare publiquement (lors du congrès de l'Association Nationale des Elus de la Montagne au Grand-Bornand) qu'il convient de revoir la méthodologie d'étiquetage Nutri-Score : « fondée sur des quantités, elle se traduit par des classifications qui ne sont pas forcément conformes à l'habitude alimentaire ».

Des premiers signes sont encourageants. Mais la Confédération Générale garde le cap pour obtenir gain de cause. Elle reste en veille, prête à reprendre la parole dès que l'agenda politique le rendra nécessaire.



Eric Andrieu



## UNE GRANDE PROXIMITÉ DANS LA GESTION DE LA CAMPAGNE

La Confédération Générale de Roquefort, en tant qu'acteur de son territoire, fait appel, autant qu'elle le peut, aux ressources locales. Dans la campagne Nutri-Score, photo, graphisme, script, animation, création et production de contenus vidéos ont été coconstruits avec des studios et agences locaux de grande compétence. L'animation des réseaux a été pilotée depuis la Confédération Générale de Roquefort.



La commission Communication et le service Communication ont piloté un plan d'action dynamique tout au long de l'année.

## Une fenêtre grande ouverte sur l'AOP avec roquefort.fr

Lors de l'Assemblée Générale de la Confédération Générale de Roquefort, le 11 juin 2021, la Confédération présente son nouveau site internet **roquefort.fr**

**Roquefort.fr offre une vision à 360° du monde du Roquefort** en balayant l'horizon spatio-temporel de l'AOP : son histoire, son territoire, ses engagements, son mode de production, de l'élevage aux caves.

**Il incite aux découvertes touristiques sur le territoire de l'AOP**, des visites de caves à celles des élevages.

**Il propose des circuits de dégustation avec une sélection d'adresses de Chefs ambassadeurs du Roquefort.**

**A la rubrique « Dégustation », il nourrit les expériences du Roquefort avec des recettes**, des astuces, des conseils, des témoignages sensibles sur les souvenirs de plaisir.

**Il valorise aussi l'organisation collective autour du Roquefort** : la Confédération Générale de Roquefort, l'engagement et l'implication des professionnels de la filière, des services de l'ODG et de l'interprofession.



“  
**Le site tente de répondre aux attentes nombreuses du public autour de l'AOP.**

**30 000**

UTILISATEURS DU SITE (FIN 2021)

**13 000**

VUES SUR LA PAGE NUTRI-SCORE

**13 000**

VUES SUR LA PAGE D'ACCUEIL

## Les Chefs ambassadeurs du Roquefort



Simon Abellaneda



Pierre Loupiac



Michel Taurines



Hervé Busset



David Lassauvetat



Olivier Smith



Cécile Cammas



Nicole et Paul Fage-Galtier



Quentin Bourdy



Michel Truchon

## Un beau morceau de Roquefort dans les parts d'audience TV de fin d'année !

**Le Roquefort se taille une belle part d'audience en TV avec 220 millions de contacts.**

**La Confédération communique en TV et en Replay, du 5 au 31 décembre, pour d'abord fidéliser le cœur de cible du Roquefort.** L'AOP accuse une baisse de la clientèle et de la fréquence d'achat. Dans ce contexte, il est primordial de maintenir la présence à l'esprit du Roquefort et de travailler sa notoriété auprès de ceux qui en sont déjà adeptes, et au moment phare de la consommation de fromage, durant les fêtes. S'adressant aux 35 ans et +, CSP+, la Confédération choisit un écrin de qualité avec une exposition après 20H00 sur France Télévision. Les chaînes publiques n'autorisent pas la publicité au-delà de cet horaire sauf pour les interprofessions, les collectifs ou des causes. Un morceau de choix en termes d'audience qui offre à l'AOP Roquefort l'occasion d'émerger dans un environnement premium couplé avec BFM TV ainsi que du replay sur MyTF1. La publicité digitalisée génère, quant à elle, 3 millions d'impressions globales (vidéos vues à 100%).



## Le Roquefort 2<sup>e</sup> fromage le plus connu spontanément des Français

La Confédération garde un œil vigilant sur la notoriété de l'AOP et mesure l'impact de son action dans les médias. Elle fait réaliser un test d'impact de la campagne TV.

**Le Roquefort est, avec le Comté, le deuxième fromage le plus connu spontanément (38%)** derrière le Camembert (66%) et devant le Brie (35%).

Le Roquefort est plus connu des 50 ans et plus, des retraités/inactifs et dans les foyers de 2 personnes, sans enfant. Ce sont les 35/49 ans qui méconnaissent le plus le Roquefort. Les 14-18 ans sont au niveau des 50-64 ans.

### CONCERNANT LA RECONNAISSANCE DE LA PUB.

**39 % ont reconnu le spot TV.** Ce qui est dans les standards.

**La publicité se démarque sur son agrément qui est au-dessus de la norme IFOP avec une valeur extrêmement élevée :** 1/3 des personnes qui ont vu la publicité l'ont beaucoup aimée (elle plaît à 82%. Le standard est entre 70 et 75 %).

**En termes d'image, les sondés retiennent la qualité, la tradition et le fait que le fromage est élaboré au lait cru de brebis.** L'image d'un produit de confiance et qu'on peut utiliser dans des recettes arrive juste derrière.

**Concernant l'incitation à l'achat, la valeur incitative de la publicité est largement au-dessus de la norme IFOP : 71 % des individus ont très envie ou assez envie d'acheter du Roquefort.**



Pour la TV classique, sur France TV et BFM TV

# 333

SPOTS

(moyenne de 17 spots / jour)

La campagne Replay a généré

# 3 Millions

D'IMPRESSIONS GLOBALES

ET

# 2.9 Millions

DE VIDÉOS VUES À 100 %

La campagne TV classique a généré

# 669

GRP

soit l'équivalent de 220,6 M de contacts + 50 ans

*Le Roquefort. Mariez-le, il adore.*



**AOP****COMMISSION AOP**

7 représentants du collège des fabricants  
11 représentants du collège des producteurs de lait

**SERVICE AOP**

Serge Rascol, agent de contrôle interne  
Sébastien Vignette, secrétaire général

**MISSIONS PRINCIPALES**

- Dépôt et renouvellement de la marque collective Brebis Rouge dans les différents pays
- Défense de l'AOP sur le territoire national et à l'international
- Suivi administratif du Cahier des Charges en lien avec l'INAO
- Contrôle du respect du cahier des charges par les producteurs de lait et les entreprises transformatrices

**CONTACT**

info@roquefort.fr | 05 65 59 22 00  
serge.rascol@roquefort.fr | 06 34 25 71 31  
sebastien.vignette@roquefort.fr |

# Défense du Roquefort dans le monde



La Confédération Générale de Roquefort a mené des actions à l'étranger (avec l'INAO) pour lutter contre les usurpations :

- Casari Italian Rokfor et Artisan cheese creme Roquefort en Turquie.
- Roquefortus et Rokfor en Russie
- Rokforti en Biélorussie
- Roque Delicias en Argentine
- Abbaye Saint Benoît du Lac au Canada

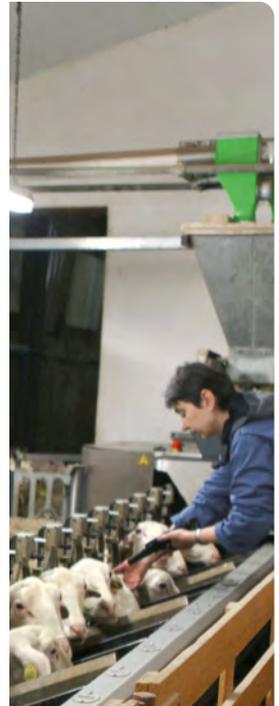
L'Organisme de Défense et de Gestion a renouvelé des enregistrements Roquefort Brebis Rouge au Royaume-Uni et en Israël et a déposé la marque au Canada.

## Une veille des marques à l'échelle mondiale

Sécurisation des droits antérieurs par le transfert (via INAO) des droits acquis dans l'arrangement de Lisbonne sous l'Acte de Genève.

# L'AOP, un gage de contrôle

*L'AOP, Appellation d'Origine Protégée, engage toute une filière dans le respect d'un cahier des charges précis qui préside à la fabrication du Roquefort de l'amont à l'aval. Les éleveurs de brebis et les maisons de Roquefort sont contrôlés par la Confédération Générale de Roquefort (contrôle interne) et/ ou par Qualisud, organisme de certification spécialisé garantissant le contrôle externe.*



## CONTRÔLES INTERNES

### 7 FABRICANTS

8

FROMAGERIES SUR  
8 CONTRÔLÉES

#### (100% des opérateurs)

totalisant 8 fromageries, 23 caves, frigos ou centres de conditionnement.

Seul 1 manquement mineur constaté : 1 relatif aux obligations déclaratives.

### PRODUCTEURS

242

ÉLEVAGES  
(vs 231 en 2020)

#### soit 17% du total des producteurs habilités (seuil minimum : 15 %)

33 non-conformités relevées auprès de 31 producteurs soit 12.81% vs 16.45% en 2020.

3 mineures (avertissement), 22 majeures et 8 graves transmises à QUALISUD.

(Dépassements achats : 36 % des manquements)

Mini : 208 kgs Maxi : 313 kgs. Moyenne : 236 kgs.

Silo non bétonné et plateforme enrubannage non stabilisée : 24 % des manquements.

#### ET AUSSI

- 16 visites d'habilitation (dont 4 nouveaux points de livraison)

## CONTRÔLES EXTERNES

### FABRICANTS

4

FROMAGERIES

#### (50% des opérateurs)

12 caves, frigos, centres de conditionnement.

Un manquement mineur constaté (le même que celui constaté en interne)

### PRODUCTEURS

133

ÉLEVAGES CONTRÔLÉS  
soit 9.35 % des producteurs habilités

#### 15 non-conformités relevées auprès de 14 éleveurs, (soit 10.52 % de non-conformité vs 18.50% en 2020), portant sur la distribution

d'un kilo de foin par jour (1), sur le stockage de l'enrubannage (3 entraînant la suspension d'habilitation jusqu' à remise en conformité), sur la non-présentation de document (3), sur la provenance de l'alimentation (1), et sur le dépassement des achats extérieurs (7)

(Mini : 205 kgs Maxi : 311 kgs Moyenne : 247 kgs)





# Un focus sur les auto-contrôles

**Pour accompagner les éleveurs de brebis dans l'application des règles du cahier des charges de l'AOP Roquefort, un outil d'autocontrôle est mis à leur disposition chaque année.**

Il se situe dans un calendrier de campagne laitière fourni aux éleveurs. Il prend la forme d'une grille avec les différents points clés à respecter dans l'AOP.

Lors du contrôle interne et externe de l'AOP, l'éleveur doit présenter son autocontrôle.





## QUALITÉ

### COMMISSION QUALITÉ

19 représentants du collège des producteurs de lait  
14 représentants du collège des fabricants

#### Présidents

Thierry CONTASTIN et Sébastien GAYRAUD

### SERVICE QUALITÉ

12 salariés

### MISSIONS PRINCIPALES

- Œuvrer pour une meilleure connaissance et plus de maîtrise de la qualité du lait cru avec des études et de la recherche et développement
- Assurer la maîtrise des germes pathogènes (optimisation des plans de contrôle de la Confédération Générale de Roquefort et interventions du Service Qualité en élevage).
- Contribuer à plus de prévention en élevage (hygiène en élevage, conservation des fourrages, qualité de l'eau, entretien de la machine à traire).
- Gérer un service de prestation de désinfection et désinsectisation des bergeries pour les éleveurs qui le souhaitent.

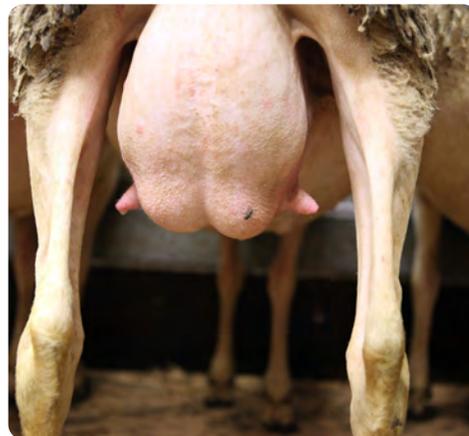
### CONTACT

qualite@roquefort.fr | 05 65 59 22 07

# **Sécurité alimentaire : la lutte contre les salmonelles au cœur des plans R&D**

---

*La salmonellose, deuxième maladie d'origine alimentaire en Europe, reste une problématique sanitaire majeure pour les produits alimentaires et notamment pour les fromages au lait cru.*



Principalement portées par le tube digestif des animaux, les salmonelles sont majoritairement asymptomatiques chez l'ovin qui est naturellement porteur sain de certains sérovars. En cas de migration vers la citerne mammaire, la bactérie peut occasionner la formation de mammites à salmonelle, fortement excrétrices du pathogène dans le lait et qui sont responsables d'une partie importante des contaminations des laits. Outre les mammites à Salmonelle, la majorité des positivités résultent d'un portage cutané sur les trayons de la brebis ou plus rarement d'un biofilm installé dans la machine à traire imposant une hygiène de traite irréprochable.

Les salmonelles sont des germes persistants dans l'environnement et souvent véhiculés par les rats, les oiseaux, la volaille et les effluents d'élevage. En considérant leurs origines multivariées et leurs grandes capacités d'adaptation qui leur permettent de persister plusieurs mois dans l'environnement de l'élevage, avoir pour objectif l'absence totale du pathogène dans l'environnement paraît inenvisageable.

Face à l'augmentation de la pression vis-à-vis des salmonelles, le Service Qualité du Lait a mis en place un plan de recherche et développement lancé en septembre 2020 dont l'objectif principal est l'amélioration des connaissances sur l'écologie des salmonelles et sur les moyens de lutte.

Portée par cet objectif, la première action du plan R&D fut la mise en place d'une étude terrain dont l'objectif a été l'identification des pratiques qui influencent l'équilibre du

pathogène dans l'élevage. L'omniprésence de la bactérie met en lumière la qualité du travail quotidien des éleveuses et éleveurs pour produire du lait exempt de Salmonelle. Ainsi durant un an, quarante élevages collectés par les sept fabricants de Roquefort ont été suivis au travers de cinq visites spécifiques réalisées par les techniciens du Service Qualité du Lait. L'objectif était de décrire les pratiques mises en place par les éleveuses et éleveurs durant les cinq moments clefs de la vie d'un élevage :

- Intercampagne – Période sèche en lait
- Agnelage
- Période de livraison de lait sans pâturage
- Période de livraison de lait avec pâturage
- Intercampagne – Période sèche en lait

En complément de ces visites, conduites par un technicien du service Qualité et un représentant de la laiterie, les éleveuses et éleveurs ont complété un questionnaire hebdomadaire sur la vie de leur élevage. Aussi, le lait de tank produit était analysé bimensuellement. Pour finir, la moitié des élevages ont été équipés de sondes de mesure d'ambiance qui ont enregistré tout au long de l'étude la température, l'hygrométrie et le taux de CO<sub>2</sub> dans la bergerie.

L'ensemble de ces données devrait permettre d'améliorer la compréhension de l'écologie des salmonelles en élevage. La Commission Qualité et le service Qualité de la Confédération espèrent que cela permettra de proposer et de renforcer des recommandations (préventives et curatives) pour améliorer les plans de lutte vis-à-vis de ces pathogènes.

## 2021, les chiffres-clés de la qualité

### 240

#### interventions du service assainissement des bergeries pour désinfection ou désinsectisation

Ce qui représente 345 bâtiments traités pour une superficie totale de 191 000 m<sup>2</sup>. 78 de ces interventions ont aussi porté sur le traitement préventif de la cryptosporidiose, infection parasitaire.

### 838

#### prélèvements effectués, sur le réseau d'eau potable

comme sur des captages privés, afin d'analyser la **qualité bactériologique de l'eau** utilisée pour le nettoyage des machines à traire, dans les élevages.

### 25

**diagnostics eau réalisés sur la ressource privée** en amont des exploitations agricoles, témoignage de l'expertise croissante développée par le service qualité dans ce domaine. **A savoir** : en cas de non-conformité récurrente de l'eau, le diagnostic devient une obligation.

### 119

**contrôles techniques Opti'Traite® effectués sur les installations de traite** par 3 techniciens formés du service qualité, pour le compte de la Chambre d'Agriculture.

### 45

#### diagnostics d'ambiance de bâtiments d'élevage, démarche essentielle pour le bien-être du cheptel.

4 techniciens, formés à ce protocole, aiguillent de plus en plus l'attention des éleveurs sur les conditions d'hébergement du troupeau, sachant qu'une ambiance dégradée (faible ventilation, humidité) peut favoriser le développement de germes pathogènes et infectieux. Les diagnostics de 2021 ont abondé un référentiel en cours de création.

### 133

**visites pathogènes** réalisées dans le cadre des plans confédéraux. L'enjeu est de détecter les bactéries afin de les maîtriser dans l'environnement et prévenir tout risque de contamination du lait. Les plans confédéraux portent sur quatre germes pathogènes : *Listeria monocytogenes*, *Salmonelles*, *STEC* (shigatoxines), *Escherichia Coli*. Les suivis s'effectuent sur les laits destinés à la fabrication du Roquefort, les troupeaux en cas de positivité, les interventions en élevage avec des prélèvements de lait et d'environnement si nécessaire, afin d'accompagner le producteur vers le retour à la négativité de son lait de tank.

### 1036

#### visites pour 1570 prélèvements d'ensilages ou d'enrubannages.

Lors de ces interventions, le service Qualité aide l'éleveur à gérer de manière optimale la conservation de ses fourrages par voie humide. De la qualité du fourrage dépendent la santé et le haut niveau de production du troupeau ovin. Ces visites se sont déroulées de juin à décembre, dans la perspective de la campagne de collecte 2022.

### 317

#### collectes mutualisées d'échantillons de lait,

tout au long de la campagne. Pour ces tournées, le service Qualité utilise des véhicules adaptés aux liaisons froide et chaude, afin d'optimiser les délais et la fiabilité des analyses.

### 521

**audits hygiène** et 203 visites de recontrôle au titre de 2021, visites clés dans la prévention et la maîtrise des germes pathogènes dans le cadre d'une production exclusivement au lait cru.

### 158

**diagnostics du nettoyage de la machine à traire** réalisés sur la campagne 2021.

TOTAL →

# 3 115

INTERVENTIONS ET 315 COLLECTES D'ÉCHANTILLONS

## Des fiches techniques sur la structure et l'aménagement des bâtiments d'élevage

Le Service Qualité du lait a conçu avec les professionnels et des partenaires puis mis à disposition des éleveurs de la filière des fiches techniques sur les bâtiments d'élevage.

Ces fiches techniques sont spécifiques à l'élevage ovin laitier et tiennent compte des contraintes liées à la production de fromage au lait cru. Différentes recommandations y sont indiquées. Elles portent sur la maîtrise de la qualité du lait et des risques sanitaires, la sécurité des personnes et des installations, le bien-être animal et humain ainsi que sur le développement durable des élevages.

Ce dossier comprend des fiches de recommandations sur la structure et sur l'aménagement des bâtiments ainsi que des recommandations sur l'organisation du bloc traite mises en application à travers différents plans types.

## Des outils novateurs pour aider les producteurs de laits

Le Service Qualité avec l'aide des membres de la Commission Qualité met à disposition des éleveurs des outils dans le calendrier de collecte afin d'aider à :

- **Préparer la campagne à venir** : une fiche d'aide à la vérification des points essentiels relatifs au troupeau, aux installations de traite, au démarrage de la collecte et au suivi administratif.
- **Préparer l'intersaison à la fin de la campagne** : une fiche d'aide à la vérification des points essentiels relatifs au troupeau, au tarissement, aux installations de traite et à l'entretien des bâtiments.
- **Maîtriser la qualité sanitaire du lait cru** : un autodiagnostic portant sur les STEC et les salmonelles ainsi que des fiches sur les bonnes pratiques de tarissement et les modalités de réalisation de l'échantillon allaitante.



## Sur l'agenda 2021

**8 COMMISSIONS**  
avec, pour plusieurs d'entre elles, la présentation de résultats d'études et d'observatoires.

**1 COMMISSION AGROLAB'S**, laboratoire interprofessionnel laitier, sur l'analyse du paiement du lait à la qualité au sein du Rayon.

**10 GROUPES DE TRAVAIL** formulant des préconisations à la commission : lancement d'études, élaboration d'outils pour les professionnels, amélioration des plans confédéraux,...





## ÉLEVAGE

### COMMISSION ÉLEVAGE

15 éleveurs membres de la Commission  
5 éleveurs invités permanents

**Président**  
Philippe BOUDOU  
éleveur de brebis

### SERVICE ÉLEVAGE

73 salariés

### MISSIONS PRINCIPALES

- Entreprise de sélection de la race Lacaune lait
- Centre de production et de mise en place de semence ovine (CIA du Bourguet)
- Organisme de contrôle des performances ovines (Lacaune lait et Lacaune viande)
- Organisme d'appui technique et économique aux élevages ovins (conduite du troupeau, gestion du pâturage, approche globale d'exploitation, analyse des résultats économiques et étude de projets de développement de l'exploitation)
- Créateur de solutions informatiques pour les métiers de l'élevage ovin (gestion de troupeau / métiers du technicien ovin)

### CONTACT

elevage@roquefort.fr | 05 65 59 22 03

# **Un pôle « Economie et Durabilité » en émergence : faire évoluer le conseil en élevage, accompagner la transition agroécologique**

*Suite à l'étude menée par l'INRAe sur la transformation du conseil en élevage dans un contexte de transition agroécologique, en 2019-2020, et pour répondre aux demandes de plus en plus nombreuses, le Service Elevage a décidé d'étoffer ses compétences. Le Pôle Développement « Economie et Durabilité » compte désormais 4 personnes qui travaillent en complémentarité avec les équipes techniques des différents secteurs, consolidant et développant de nouveaux services pour les éleveurs.*





## Appui technico-économique : toujours plus de demande

- **Les groupes coûts de production en 2021** : 51 éleveurs, 5 groupes dont 1 mixte et 1 bio, avec des thématiques diverses choisies par chaque groupe (préparation à la mise-bas, minéraux et vitamines, parasitisme, qualité du lait), mobilisant 2 intervenants externes et l'équipe du Service Qualité.
- **Les études technico-économiques de projets d'élevage** : 8 réalisées en 2021.
- **Fermes de références** : 7 élevages dont 1 en AB (en partenariat avec le Pôle Bio Massif Central, dans le cadre du programme BioRéférences).
- **Les BTE** : calculés tous les ans sur la plupart des élevages suivis en Contrôle Laitier. Une valorisation globale est réalisée tous les ans pour suivre les évolutions d'une campagne à l'autre, et permettre à chaque éleveur de se positionner pour améliorer sa stratégie notamment en matière d'alimentation. Un exercice qui devient d'autant plus important à maintenir au vu de la hausse des prix des intrants que nous connaissons aujourd'hui.

Pour répondre à sa stratégie de développement de l'offre de service et des compétences internes en matière d'appui et d'études technico-économiques, le Service Elevage décide en 2021 la création d'un poste temps plein d'Ingénieur Etudes et Références économiques. Une orientation concrétisée tout début 2022 avec l'entrée en fonction de Nathalie Rivemale, qui vient enrichir de ses compétences et de son expérience la création d'une équipe Economie-Durabilité.

## Le conseil « sol-plante-troupeau »

Plusieurs journées collectives en 2021, mises en place grâce au partenariat avec l'ADPSA 12 :

- **Le sol et ses Matières Organiques** : comprendre la complexité des Matières Organiques du sol et disposer des clés de lecture de ses sols, en partenariat avec l'AVEM.
- **Du sol au fourrage** : s'appuyer sur les analyses pour évaluer les pratiques de fertilisation (en partenariat avec l'AVEM), après une campagne de prélèvement d'herbe sur pied chez 7 éleveurs (17 parcelles) pour réaliser des Indices de nutrition.
- **Réussir l'implantation des PFV** (prairies à flore variée) : impact des pratiques sur la dynamique végétale.
- **En lien avec le projet AgroEcoLab porté par la Chambre d'agriculture de l'Aveyron**

Afin d'aller plus loin et de mettre en place une complémentarité adaptée à la demande entre journées collectives et accompagnement individuel, le Service Elevage crée un poste de chargé de mission pour le développement du conseil Sol-Plante-Troupeau. Benoît Nougadère a pris ses fonctions au cours de l'automne 2021 et démarré le service d'accompagnement individuel vers une approche globale du système d'élevage, après une phase d'enquête auprès d'éleveurs en demande.



## Le « suivi pâturage »

L'équipe de techniciens référents « suivi pâturage », animée par Catherine Laudren poursuit le développement de ses activités, en proposant un accompagnement qui permet aux éleveurs de gagner en autonomie, en optimisant l'utilisation de leurs surfaces herbagères. Le Service Elevage intervient également auprès des étudiants de BTS, CS et Licence Pro à la Cazotte, afin de transmettre l'expérience acquise sur cette thématique depuis plus de 15 ans.



## Le projet Cap Protéine

Le programme Cap Protéines vise à réduire la dépendance de la France aux importations de protéines végétales destinées à l'alimentation animale, pour certaines liées à de la déforestation et issues de cultures OGM.

Ce programme de recherche, innovation, développement et transfert est piloté pendant deux ans (2021-2022) par Terres Inovia et l'Institut de l'élevage. Le plan bénéficie du soutien de France Relance et mobilise de nombreux partenaires.

Le Service Elevage s'est impliqué en 2021 dans ce projet en assurant le suivi de références technico-économiques (Diapason) sur 4 fermes Ovin lait. À venir en 2022 : 1 fiche « témoignages » (sujet : système séchage/prairies multi-espèces/pâturage tournant) et 3 fiches « leviers d'action » (lupin, utilisation des parcours, culture de méteils en AB) pour partager les expériences recueillies sur les 4 fermes en suivi.

## Le projet Greensheep

Le projet Life Greensheep pour un élevage ovin bas carbone et durable, fait suite au projet DEO (Durabilité des Elevages Ovins).

Il a démarré en octobre 2020 et mobilise 5 pays partenaires.

En France le réseau de 32 partenaires, dont le Service Elevage fait très activement partie, œuvre au déploiement du diagnostic de durabilité CAP2ER/DEO niveau 1 et à la mise au point du diagnostic de niveau 2. L'élaboration de premiers modèles de plans d'action pour améliorer les performances des élevages Ovin lait suivra très rapidement l'acquisition de références en cours.



## AmTravOvin

En 2021, le Service Elevage a poursuivi sa participation active au projet CasDar « Améliorer les conditions de travail en élevage ovin » initié en 2018. Les travaux se sont appuyés sur une technique d'animation collective innovante autour de la thématique « comment organiser au mieux son travail en salle de traite ? ». Cette technique, basée sur l'« auto-confrontation » (visionnage par les éleveurs de séquences vidéo prises dans leur propre salle de traite, en cours de traite) a permis d'aboutir à une journée collective où les élevages ont échangé autour de leurs modes d'organisation et de leurs équipements.

Le projet est sur sa fin, des fiches et autres livrables sont à venir.



## Accompagnement pour le développement de l'AB et la reconception des systèmes de reproduction

### Démarrage de la sélection génétique officielle en Bio

Après 2 années de réflexion en commun entre le Service Elevage et un groupe de 11 éleveurs, la mise en place d'un protocole de sélection officielle compatible avec les conditions de l'AB est lancée fin 2021 chez ces 11 éleveurs. Le développement de la vente de reproducteurs issus à la fois du schéma de sélection officiel et de l'AB se mettra en place dès 2022, en partenariat avec GID Lacaune.

[contact@gidlacaune.fr](mailto:contact@gidlacaune.fr)

Ces travaux alimentent aujourd'hui la réflexion conduite plus largement au sein de l'UPRA Lacaune dans le cadre du projet d'émergence d'un GIEE démarré fin 2021.

### Une offre de formation qui s'étoffe autour de la monte naturelle

Le Service Elevage est attentif aux sollicitations des éleveurs et aux évolutions des pratiques. À l'automne 2021, une formation autour de la « lutte en monte naturelle des agnelles : améliorer mes résultats en système hâtif », est mise en place à la demande d'éleveurs du Réquistanais. Une offre de formation autour de l'élevage des béliers reproducteurs Lacaune lait et de leur préparation à la lutte est en cours de construction pour 2022. N'hésitez pas à transmettre vos besoins aux équipes techniques sur le terrain !

#### Economie des élevages ovins lait

[laureline.drochon@roquefort.fr](mailto:laureline.drochon@roquefort.fr)  
[nathalie.rivemale@roquefort.fr](mailto:nathalie.rivemale@roquefort.fr)

#### Conseil Sol-Plante-Troupeau

[benoit.nougadere@roquefort.fr](mailto:benoit.nougadere@roquefort.fr)

#### Suivi pâturage

[catherine.laudren@roquefort.fr](mailto:catherine.laudren@roquefort.fr)



## CONFÉDÉRATION GÉNÉRALE DE ROQUEFORT

---

*La Confédération Générale des Producteurs de Lait de Brebis et des Industriels de Roquefort, association loi 1901, conjugue deux missions : celle d'organisation interprofessionnelle et celle d'organisme de défense et de gestion de l'AOP Roquefort. Elle est le reflet d'une filière agricole ancrée territorialement et en quête constante de renouvellement, en phase avec les enjeux sociétaux et environnementaux.*

**CONTACT**

[info@roquefort.fr](mailto:info@roquefort.fr)

| 05 65 59 22 00

# La gouvernance

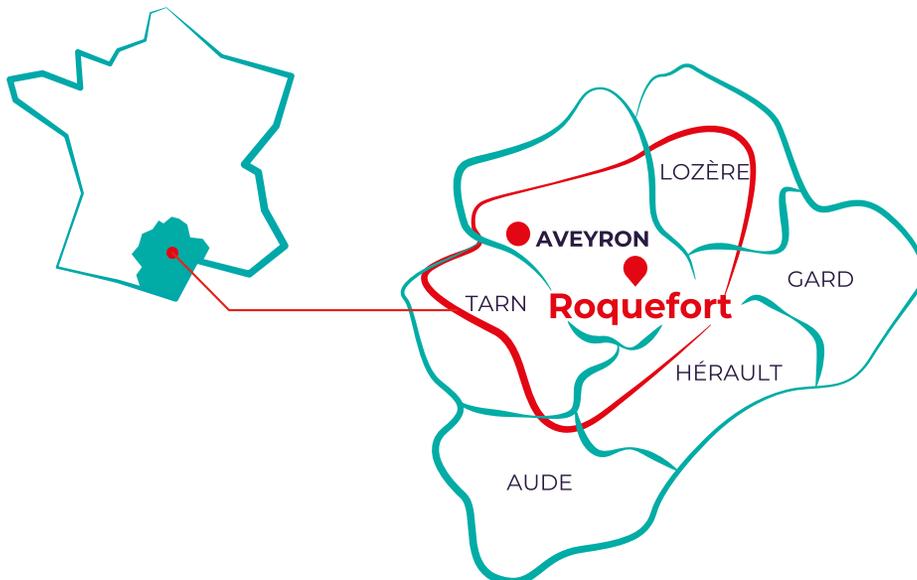
*L'organe décisionnel de la  
Confédération Générale de  
Roquefort est son Conseil  
d'Administration.*

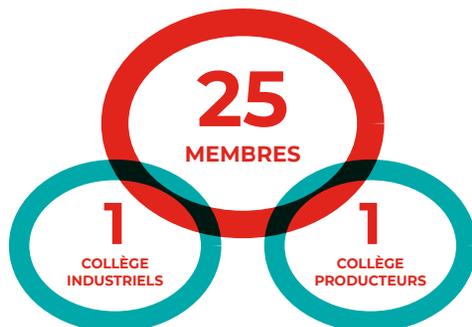
---

Le Conseil d'Administration se compose de 25 membres répartis sur deux collèges :

- **le collège Industriels** : 10 administrateurs parmi les directeurs et salariés des 7 entreprises de fabrication du Roquefort (Ets Carles, Ets Combes / Roquefort Le Vieux Berger, Ets Gabriel Coulet, Les fromageries Occitanes, les Fromageries Papillon, Ets Société des Caves, Ets Vernières frères).
- **le collège Producteurs** : 15 administrateurs, éleveurs de brebis représentant l'ensemble des élevages du rayon de Roquefort et élus des territoires, des Organisations de Producteurs ou des Syndicats agricoles.

Les décisions sont prises à l'unanimité des 2 collèges.





La présidence et la vice-présidence s'exercent pour un an et reviennent, par alternance, à un membre d'un collège ou l'autre. En 2021, exceptionnellement, pour des raisons de report d'élection du collège des producteurs de lait, lié à la crise sanitaire, la Présidence a été exercée deux années consécutives par le collège des fabricants de Roquefort (2021 et 2022).

**Jean-Marc Chayrigues**, responsable de l'approvisionnement lait chez Lactalis AOP et Terroirs a exercé la présidence de la Confédération jusqu'à juin 2021 avec la vice-présidence de Jérôme Farmond, éleveur de brebis, président de l'Association des producteurs de lait du Rayon de Roquefort (APLBR). Hugues Meaudre, Directeur de Lactalis AOP et Terroirs a pris la relève pour la période de juin 2021 à juin 2022.

## LES SERVICES

# 94

### PERSONNES SALARIÉES À LA CONFÉDÉRATION GÉNÉRALE DE ROQUEFORT

Secrétariat Général	2
AOP	1
Service Qualité du lait	12
Service Elevage	73
Service Communication	2
Service Comptabilité & Parc-Auto	3
Service du personnel	1

## LE BUREAU

se compose du président, du vice-président, du trésorier **Jean-François Ricard**, directeur des Ets Vernières, et du secrétaire **Anthony Soulié**, éleveur et vice-président de l'APLBR.

Il prépare les séances du Conseil d'Administration.

## LA COMMISSION DES FINANCES

propose un examen initial des comptes et du budget, en amont de leur présentation en Conseil d'Administration.

## LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

s'appuie sur les travaux de six autres commissions : AOP, Communication, Élevage, Qualité, Organoleptique, Observatoire et Prospectives.

## L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

**STATUTAIRE** approuve les comptes et le budget.

## L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

**PUBLIQUE** présente le rapport d'activité de l'année écoulée et ouvre un débat sur les actions de la Confédération Générale de Roquefort.





## PERSPECTIVES & ENJEUX 2022

### ROQUEFORT ET DURABILITÉ

La filière s'inscrit dans la démarche « AOP durables » initiée à l'échelle nationale au sein des AOP laitières sous l'impulsion du CNAOL (Comité des Appellations d'Origine Laitières). L'objectif est de renforcer les engagements de l'AOP sur les plans social, environnemental et économique. En 2022, elle doit proposer des engagements de durabilité pris ou à prendre au CNAOL. La Confédération Générale de Roquefort prévoit une animation collective autour de ce sujet et met sur pied un Groupe de Travail spécifique.

### POURSUIVRE LES TRAVAUX DU GROUPE DE TRAVAIL « ALIMENTS »

Ce Groupe de Travail initié en 2021 va conduire l'ensemble de ses travaux en 2022 pour instaurer des échanges et mettre en place des actions avec les fabricants d'aliments autour des problématiques de durabilité, qualité sanitaire et sourcing en matière d'aliments pour les brebis.

### NON AU NUTRI-SCORE ENCORE !

En 2022, l'AOP Roquefort maintient le cap sur l'objectif d'exemption du Nutri-Score. Le temps de la décision politique impose le calendrier de prise de parole de la Confédération Générale de Roquefort. La Confédération souhaite rester au cœur des débats. Elle prévoit une veille et des actions spécifiques pour continuer à défendre sa position.

### RENDRE LE ROQUEFORT PLUS VISIBLE EN SON PAYS

La Commission Communication consacre une part de son budget collectif à l'amélioration de la visibilité de l'AOP vis-à-vis des touristes en visite dans le Rayon de Roquefort mais aussi, vis-à-vis des éleveuses et éleveurs de brebis pour prendre soin de leur lien au fromage et de leur fierté de produire du lait pour son élaboration.

### RENOUVELER LE CŒUR DE CIBLE DU ROQUEFORT PAR DES ACTIONS DIGITALES ORIENTÉES VERS LES 35 - 45 ANS

La Confédération se voit dotée d'une enveloppe supplémentaire pour développer ses actions en digital. L'objectif est de recruter des consommateurs plus jeunes, amateurs de bons produits, de cuisine, sensibles à la qualité. Ce plan digital viendra en complément et en continuité du plan TV et Replay orienté quant à lui vers la fidélisation des consommateurs.

NUTRI SCORE





*Le Roquefort. Mariez-le, il adore.*

## **CAPITALISER SUR LE CONCEPT « LE ROQUEFORT, MARIEZ-LE, IL ADORE » POUR INCITER À DE NOUVEAUX USAGES PLUS NOMADES DU ROQUEFORT**

La publicité télévisuelle de l'AOP Roquefort met en scène la rencontre heureuse et gourmande du Roquefort et d'une poire avec une image très esthétique et qualitative. Ce film sort le Roquefort de l'usage plateau sans trop l'en éloigner non plus. Il ouvre sur de nouvelles façons de manger du Roquefort. La Confédération poursuit cette stratégie en diffusant pour la troisième année le film en TV. Cette répétition sert l'installation de cette nouvelle image.

## **REVENIR AU SALON DE L'AGRICULTURE**

Après deux années de crise sanitaire et un repli de la Confédération Générale de Roquefort par rapport à sa présence au Salon International de l'Agriculture, l'année 2022 doit permettre le retour de la collective aux côtés de ses partenaires UPRA Lacaune et Chambre de l'Agriculture de l'Aveyron.

## **RENFORCER LA RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT SUR LA QUALITÉ DU LAIT**

Pour la campagne 2022, un renforcement des activités R&D sur la qualité du lait est prévu. Ce renforcement permettra dans un premier temps d'explorer le lien entre la fromageabilité du lait et les pratiques d'élevage. Dans un second temps, il permettra d'améliorer les connaissances sur les salmonelles et les facteurs de contamination du lait en lien avec les pratiques en élevage.

# LES CHIFFRES CLÉS DE LA FILIÈRE ROQUEFORT



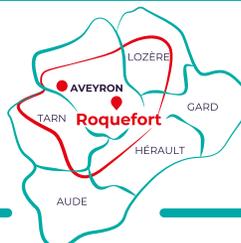
**1**<sup>RE</sup> AOP  
DE L'HISTOIRE

**3**<sup>EME</sup>  
AOP  
en volume

En France, 72% du Roquefort est commercialisé en GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) et 28 % dans les autres circuits (détaillants, Restauration, Hors Domicile, Circuits spécialisés...) 2021

**6** DÉPARTEMENTS

AUDE  
AVEYRON  
GARD  
HÉRAULT  
LOZÈRE  
TARN



**1 424** ÉLEVAGES

Année laitière 2021

**3 400** ÉLEVEUSES ET ÉLEVEURS



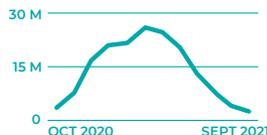
**640 000** BREBIS LACAUNE

COLLECTEURS DE LAIT

**133**



COURBE  
DE  
COLLECTE



**7** FABRICANTS  
DE ROQUEFORT

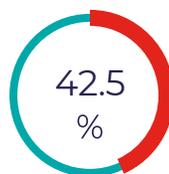


**9** LAITERIES  
dont 8 dédiées  
au Roquefort



**2 000**  
EMPLOIS DIRECTS  
pour la fabrication du  
fromage de Roquefort

**173.5** MILLIONS  
DE LITRES DE LAIT  
DE BREBIS  
COLLECTÉS 2021



TRANSFORMÉS  
EN ROQUEFORT  
2021



**15 885 T**  
TONNES  
DE ROQUEFORT  
COMMERCIALISÉES  
2021



DU ROQUEFORT  
EST EXPORTÉ  
2021



**ROQUEFORT.FR**



## CONTACTS

---

### SECRETARIAT GÉNÉRAL

info@roquefort.fr | 05 65 59 22 00

---

### COMMUNICATION

melanie.reversat@roquefort.fr | 07 60 86 82 77

---

### AOP

serge.rascol@roquefort.fr | 06 34 25 71 31

---

### QUALITÉ

qualite@roquefort.fr | 05 65 59 22 07

---

### ÉLEVAGE

elevage@roquefort.fr | 05 65 59 22 03

---



---

36 AVENUE DE LA RÉPUBLIQUE  
BP 40348 • 12103 MILLAU CEDEX

---

05 65 59 22 01

---

[ROQUEFORT.FR](http://ROQUEFORT.FR)

---