



Communiqué aux médias

La tradition fromagère de Moudon reprend vie grâce au Grand Pré

Le Grand Pré - Moudon, 2 mai 2013. – Créée l'an passé par Prolait, la société Le Grand Pré SA vient de recommencer la production des fromages à pâte molle qui ont fait autrefois la renommée de l'Ecole de fromagerie de Moudon. Un assortiment de 6 fromages, tous labélisés "Produits du terroir vaudois", est ainsi mis sur le marché depuis près d'un mois.

L'Ecole de fromagerie et d'industrie laitière de Moudon, créée en 1889 pour former les apprentis fromagers, avait été contrainte de cesser ses activités par manque d'élèves. La formation de fromager a été transférée dès 2004 à l'Institut agricole de l'Etat de Fribourg, à Grangeneuve, tandis que la fromagerie liée à l'Ecole a été privatisée. Dans un premier temps, Estavayer Lait SA (ELSA, entreprise de Migros) a repris la production en 2004, mais l'abandonna en 2010, n'ayant pas trouvé d'accord satisfaisant avec l'Etat de Vaud. C'est alors la fromagerie Bettex de Champtauraz qui reprit temporairement le flambeau.

Sous l'impulsion de Prolait fédération laitière, qui résulte de la fusion en 2008 de Orlait – Fédération laitière vaudoise fribourgeoise (FLVF) et de la Fédération laitière neuchâteloise (FLN), une nouvelle entité a été créée en 2012, Le Grand Pré SA. Avec pour objectifs de reconstruire une nouvelle fromagerie, moderne tout en restant artisanale, de reprendre la production et de redynamiser le marché des fromages à pâte molle moudonnois traditionnels.

«Nous nous devons de conserver le savoir-faire des fromagers de Moudon, développé depuis 1889, de préserver pour nos producteurs une valeur ajoutée régionale et ainsi protéger notre patrimoine», explique Eric Jordan, son directeur.

La construction de la nouvelle unité de production s'est achevée au début avril. Sur 700 m², Le Grand Pré SA a comme objectif de fabriquer quelque 150 tonnes des 6 fromages de sa gamme, le Reblochon, Le Cœur de Moudon, Le Convive, Le Bourg Mignon, La Baronne de Jolimont, et le brie Dagobert.

L'habillage des produits a été repensé et mis au goût du jour, alors que le logo de la marque ombrelle "Le Grand Pré" a été redessiné, empruntant au coquelicot des prés sa fine élégance. Ainsi redéfinie, la nouvelle identité visuelle se veut plus vaudoise, plus artisanale, et plus nature.

Passée la phase de redémarrage, Le Grand Pré va chercher à stabiliser sa production et surtout à étendre la commercialisation de ses produits. Tout en consolidant sa position sur le segment des spécialités, la marque prévoit également de lancer ensuite de nouveaux produits.

Renseignements :

- M. Eric Jordan, directeur – 078-711 61 65 – eric.jordan@prolait.ch
- M. Benjamin Henchoz, président – 079-342 69 34 – ba.henchoz@bluewin.ch
- M. Mark Froelicher, responsable marketing – 079-611 56 82 – mfroelicher@exmar.ch