

Publié le 29 juin 2010

Agrotourisme : la Maison du Maroilles à l'heure du bio

Créée en 2007 dans le pays de l'Avesnois, la Maison du Maroilles est portée par la Seml 2H2M avec pour mission de participer au développement économique et touristique du territoire grâce à l'AOP Maroilles. En 2009, l'entreprise est elle-même devenue productrice de fromage.



Dans le Nord, le Maroilles bio, c'est avant tout une histoire de Sem. Le projet est porté par la [Société d'économie mixte locale d'aménagement 2H2M](#) : 2H pour la Communauté de communes rurales des 2 Helves, 2M pour la Communauté de communes du Pays de Mormal et Maroilles, les deux actionnaires publics de la Sem. Ses principales missions sont le développement économique, le développement d'une image de marque du territoire et le développement touristique.

« Dans le cadre du contrat de développement rural signé par 22 communes de l'Avesnois, nous souhaitons créer une Maison du Maroilles », explique la directrice générale déléguée Sophie Devlieger. Le projet imaginé dès 1999 consistait à créer autour de l'AOP Maroilles un équipement d'intérêt touristique. La chambre d'agriculture s'est aussi impliquée dans le projet. Ouverte en 2007 après la création de la Seml, la Maison du Maroilles est composée d'une fromagerie, d'un centre d'accueil destiné au public pour la vente de produits et la visite de la fromagerie, le Parcours des sens et du Carré des saveurs. Ce dernier, séparé des deux premiers, est ouvert au public et permet notamment aux élèves hôteliers de mettre en pratique leurs acquis et leur savoir-faire en les confrontant à une mise en situation réelle tout en mettant en valeur les produits du terroir.

« Au départ, la Sem était seulement propriétaire des bâtiments de la fromagerie » rappelle Sophie Devlieger. L'unité de production était exploitée par une coopérative de 16 producteurs de lait. Mais deux ans plus tard, la structure a cessé son activité ce qui remettait en cause l'intégralité du concept de Maison du Maroilles. « Nous avons procédé à une extension de notre objet social pour pouvoir produire du fromage » explique sa directrice générale déléguée. Ne pouvant se positionner sur un marché concurrentiel, la société a opté pour le « Maroilles bio », dénomination inexistante sur l'aire d'appellation.

D'autres actionnaires que la Caisse d'Epargne, la Caisse des dépôts ou le Crédit agricole sont alors entrés dans le capital. Il s'agit d'industriels de la filière : Lesire et Roger d'une part et, Defroidmont de l'autre. Pour prétendre en même temps à l'appellation Maroilles et au label AB, il fallait disposer de lait biologique produit sur la zone AOP, or la production y reste très limitée. Dimensionnée pour transformer 2 millions de litres de lait bio par an, la fromagerie en aura traité 1,1 million en 2009. Le travail de la Sem est aussi d'aider au développement d'une filière de producteurs de lait biologique. « Avec la crise du lait, certains voient le passage au bio comme une opportunité » commente Sophie Devlieger » qui s'est engagée à acheter leur production aux laitiers locaux passant en AB sans craindre une surproduction comparée à la capacité de production de la fromagerie car sur le marché du lait bio, l'offre reste insuffisante au regard de la demande. La Sem croit aujourd'hui en sa propre dynamique et souhaite, à terme, se diversifier vers d'autres activités.

Par Marie-Anne RAMAZZINA