

PLUS LOIN AVEC MARIE DE METZ NOBLAT, EXPERT FROMAGER



PARCOURS

- 1961 : naissance à Toulon.
- 1989 : chef de produit à la Fromagerie des Chaumes.
- 1991 : chef de groupe marketing chez Rambol (groupe Bongrain).
- 1992-2000 : directrice marketing chez Besnier.
- 2001-2005 : directrice chez Cheese Marketing SA.
- Octobre 2006 : création de MN & G conseil Fromagium.

« Une passion nommée fromage »

Vingt ans d'un parcours professionnel varié dans le monde du fromage font de Marie de Metz Noblat une passionnée avertie.

➤ À moins d'être animé d'une forme olympique, n'essayez pas de suivre à la trace Marie de Metz Noblat, expert-conseil fromager et créatrice d'événements autour du fromage et du vin ! Paris, Suze-la-Rousse, Bern, Pau, Nancy... En revanche, pour la suivre virtuellement, lisez son blog quotidiennement mis à jour depuis la création de sa société de conseils en marketing et communication Fromagium, en octobre 2006. « Je n'aime pas me retrouver professionnellement en vitesse de croisière, j'aime trop les challenges ! », sourit Marie, petite dernière d'une famille de sept enfants et digne fille d'un père officier de marine. Tout dans son parcours le confirme. Très jeune diplômée de l'École supérieure de commerce de Rouen, elle vise un poste « en zone de montagne ». C'est à la Fromagerie des Chaumes, dans les Pyrénées, qu'elle « tombe dans une cuve de lait » pour n'en plus sortir. L'étorki et le saint-agur, dont elle participe au lancement, l'ancrent solidement au monde du lait transformé. Elle enchaîne deux ans chez Bongrain en y gérant une activité à l'export, puis huit

ans comme directrice du marketing chez Besnier, pas encore rebaptisé Lactalis. En 1992, changement de « crèmerie » : les fromages suisses l'accueillent en tant que responsable du marketing de Cheese Marketing SA. Un travail qui la captive, mais qu'elle quitte en 2006 pour repartir en formation via un diplôme d'analyse sensorielle et de dégustation. Déjà, l'idée de monter sa propre société de conseils lui trotte bien sûr déjà dans la tête. « Le monde du fromage est d'une complexité aussi passionnante que désarmante. On pourrait consacrer sa vie à "affiner" les principes fondamentaux de la transformation du lait en fromages ! » Marie a ajouté le vin et l'œnologie à ses compétences. « Les fromagers et les vignerons travaillent avec les mêmes sens », dit l'experte, dont l'activité se décline en conseils auprès des interprofessions fromagères, des entreprises et des agences de pub. Les fromages d'Auvergne lui doivent, entre autres, leur petite « vache logo » verte et bleue. Elle anime des ateliers pédagogiques sur les salons, des événements pour des entreprises, et de la formation. « Je n'aime pas

les messages excessifs. Un fromage pasteurisé peut être bon. Le lait cru n'assure pas, à lui seul, son goût au fromage. Savez-vous qu'un lait cru comptait un million de germes par millilitre il y a trente ans, contre cinq mille aujourd'hui ? Les traditions ne peuvent survivre qu'en évoluant et les professionnels en s'y adaptant avec bon sens. Trop de discours actuels tronquent une partie de la réalité du terrain. Nous nous devons d'informer avec justesse. Je suis heureuse d'être libre de mes propos », souligne l'experte. « Être plutôt que paraître » reste sa devise préférée. La dame vient aussi d'écrire *Fromages et Compagnie*, aux Editions First. 2009 lui prépare la concrétisation de nouvelles idées. Sans doute liées wau pays de son cœur, la Lorraine. Ce n'est pas à Marie qu'il faut demander de renier ses origines. Un petit mot pour conclure : « Vous le savez, je l'espère, tous : il faut quatre ingrédients pour faire du fromage : du lait, des ferments lactiques pour acidifier ce lait, de la présure pour le faire cailler, du sel pour la conservation et... le cinquième élément ? De l'amour ! » ■

MONIQUE ROQUE