

A photograph showing the interior of Neal's Yard Dairy, a cheese shop in London. The shop is filled with wooden shelves stocked with various cheeses. In the foreground, a man in a dark jacket is looking at a large wheel of cheese on a counter. Other customers and staff are visible in the background. An "EXIT" sign is visible above a doorway in the distance.

La capitale britannique  
compte très peu de  
fromageries de détail.  
Mais avec une façon bien  
à elles de vendre les  
fromages... Amazing!

Dossier

# LONDRES FAIT



# LE SPECTACLE

## Le marketing de la **générosité**

Ouvrez grand les yeux, spectacle permanent ! Fromages savamment empilés, planches d'affinage s'étagant jusqu'au plafond, décors associant subtilement design et tradition, concepts hybrides entre boutique classique et cave d'affinage, ambiance jeune sur fond de musique « lounge », accueil aussi chaleureux que professionnel... A Londres, le fromage se met en scène comme nulle part ailleurs. Sans doute le privilège d'un pays qui n'a découvert que récemment le concept de « fromagerie de détail », qui achetait le fromage il n'y a pas si longtemps chez le boucher, et qui s'autorise toutes les audaces.

Deux adresses doivent figurer, un jour ou l'autre, sur le carnet de route de tout passionné de fromage et de tout professionnel curieux et soucieux d'innover : la « Fromagerie » de Patricia Michelson, dans le quartier de Marylebone, et Neal's Yard Dairy, dans Borough Market, non loin du Tower Bridge, tous les deux orfèvres dans l'art de mettre l'eau à la bouche et de susciter l'envie de tout goûter. Ces deux magasins, ou plutôt ces deux ruches fromagères, proposent une symphonie enjouée à la gloire des fromages traditionnels dans deux styles très différents : généreux et débonnaire pour le premier, plus cosy pour le second. Exemple : le client est accosté dès le trottoir chez Neal's Yard Dairy par des vendeurs affublés d'une casquette à la Gavroche et d'une petite ardoise de dégustation ; chez Patricia Michelson, il est invité à pousser une lourde porte coulissante pour

pénétrer dans la cave aux allures d'aquarium et peut déguster une assiette de fromages tranquillement assis à une table.

Sans doute aidés par une législation qui leur laisse plus de liberté que dans des pays comme la France, les professionnels londoniens laissent s'épanouir leur sens inné du commerce. Si aucune de ces deux échoppes exceptionnelles ne se ressemble, toutes deux utilisent en fine les mêmes recettes : « vente avant » pour allécher le client, dégustation quasi systématique pour le ravir, produits irréprochables pour le fidéliser. Un socle que l'on retrouve également, mais avec plus de classicisme dans la forme, chez Paxton & Whitfield, le fournisseur officiel du palais de Buckingham, à quelques pas de Piccadilly Circus.

### Yeux émerveillés

La « vente avant », technique qui consiste à permettre au consommateur d'être en contact direct avec les fromages sans la barrière intimidante d'une vitrine ou de vendeurs, a un inconvénient majeur : l'obligation de protéger les produits, à des fins d'hygiène, par un film alimentaire. Mais son potentiel commercial est très fort : la proximité suscite le désir... Chez Neal's Yard Dairy, un étal d'une bonne dizaine de mètres a des allures de buffet le long duquel se pressent les clients, dont le regard ne sait plus où se poser, entre pyramides de fromages et ardoises de produits plus ou moins portionnés. A « la Fromagerie », les fromages sont soit disposés sur tables, soit alignés sur des étagères évoquant

les rayonnages des bibliothèques. Densité maximale pour impact visuel optimal. Chez Paxton & Whitfield, l'étal central, tout en longueur, mesure un bon mètre de large sur lequel foisonnent formes et couleurs.

Dans ce pays qui n'a redécouvert son passé fromager que depuis une vingtaine d'années et qui exhume désormais des recettes oubliées, le consommateur n'est pas considéré comme un connaisseur. L'échange noué avec lui par les vendeurs est donc primordial. Ces derniers lui proposent naturellement de déguster pour qu'il précise son goût ou pour susciter sa curiosité, au besoin en goûtant avec lui. Cela demande du temps, de l'écoute, de la connaissance, de l'investissement personnel...

Quant au choix des produits, il est irréprochable dans les trois boutiques. « La Fromagerie » propose un large choix de fromages français, principalement au lait cru, en provenance directe des meilleures adresses. Neal's Yard Dairy n'en pince que pour les fromages britanniques, dont il draine le meilleur de la production artisanale et ne s'autorise que quelques rares incursions étrangères : parmigiano reggiano affiné par Giorgio Cravero et brie de Meaux des frères Dongé. Quant à Paxton & Whitfield, le magasin privilégie les valeurs pures et s'est associé à Androuët, pour son assortiment de fromages français.

Chez les uns, comme les autres, le regard du client, à qui on laisse le temps de prendre ses aises, d'écouter, d'hésiter, de se laisser charmer, en dit long : il pétille comme les yeux émerveillés d'un enfant. A slice of cheese ? ●

« Vente avant » pour allécher le client, dégustation quasi systématique pour le ravir, produits irréprochables pour le fidéliser.

La devanture  
de La Fromagerie.





# Neal's Yard Dairy

## LA RUCHE A FROMAGE

**Spécialiste pionnière et incontestée des fromages des îles britanniques, la fromagerie cultive chaleur et proximité.**

Sur la rive sud de la Tamise, non loin du célèbre Tower bridge, la boutique Neal's Yard Dairy côtoie le plus vieux marché alimentaire de Londres, Borough Market. Dès l'approche de la devanture flanquée d'une majestueuse porte cochère – briques ocre et boiserie peinte en bleu sombre –, d'avenants vendeurs viennent à la rencontre des passants pour leur faire goûter les fromages du jour. Ce jour-là, un producteur de l'Est de l'Angleterre, Simon Jones, est là en personne pour faire connaître son fromage, le Lincolnshire Poacher, un cousin du cheddar, fabriqué au lait cru. Sur une table mordant sur le trottoir, une dizaine de ses meules, en parfait équilibre, captent le regard. Plus loin, la vitrine laisse entrevoir une soixantaine de cheddars alignés sur huit rangées de planches d'affinage. Le ton est donné d'emblée : ambiance chaleureuse et généreuse.

### « Cheese lovers avant tout »

Sol en béton ciré, murs de briques peintes en blanc, étagères en bois : le vaste hall d'accueil, qui propose yaourts, crèmes, biscuits secs, livres et une sélection de fromages, bruisse du ballet des blouses blanches, celles des vendeurs, tous munis d'une casquette gavroche et d'un long tablier bleu. La véritable surprise arrive quand on pénètre dans la pièce suivante, véritable cathédrale du fromage, où les yeux ont du mal à se fixer devant la profusion de produits se perdant dans les hauteurs.

Au centre, un long comptoir d'une dizaine de mètres propose une bonne centaine de fromages, savamment disposés sur des ardoises, ici en pyramide, là en piles, classés par famille, étiquetés à la main. L'offre est constituée essentiellement de fromages anglais, de fabri-

cation artisanale. Les murs évoquent ceux d'une cave d'affinage avec leur succession de cheddars et de stiltons, répertoriés par date de fabrication, mûrissant sagement et lentement.

Derrière le comptoir, une dizaine de vendeurs s'entretiennent chacun avec leur client. Ces derniers se voient proposer de goûter, chaque choix fait l'objet d'un échange ou de commentaires. « *Nous souhaitons créer une sorte d'osmose entre le vendeur et le client, et que tous les sens soient sollicités* », explique, dans un excellent français, Jason Hinds, l'un des trois managers de la société, fondée à la fin des années 70 par Randolph Hodgson. « *C'est pourquoi nous recrutons avant tout des cheese lovers* », enchaîne-t-il. La règle est clairement établie chez Neal's Yard Dairy : les vendeurs sont tenus de goûter quotidiennement les fromages qu'ils proposent, les caractéristiques du fromage pouvant changer d'un lot à un autre. « *Ils doivent parler en toute connaissance de cause, répète avec conviction Jason Hinds. Le client doit ressortir avec les fromages qui lui plaisent, sans aucun risque d'être déçu* ». La vente se réalise ainsi sur mesure dans une ambiance de ruche (30 personnes y travaillent) où l'on n'a pas besoin de prononcer « cheese » pour sourire et où les tentations sont légion.

### Vente sur mesure

Large sourire et enthousiasme communicatif, Michael Jones, responsable de la boutique de Borough Market (Neal's Yard Dairy dispose d'une autre boutique, sa première historique, à Covent Garden) cultive la bonne humeur et l'esprit maison : « *Mon top 5 des fromages de la boutique d'aujourd'hui (lire page suivante) n'est pas forcément celui de demain ! Tout dépend de la qualité des lots et de l'affinage* », assure-t-il du haut de son 1,95 m.



A gauche, scènes de vente dans la boutique de Borough Market. Animation permanente ! A droite, Jason Hinds, dans les caves d'affinage (stiltons).



La règle est clairement établie chez Neal's Yard Dairy: les vendeurs sont tenus de goûter quotidiennement les fromages qu'ils proposent, pour pouvoir en parler en toute connaissance de cause.



## Le « top 5 » de Michael Jones

- Stichelton : un fromage de type stilton, mais au lait cru !
- Montgomery cheddar : « le meilleur cheddar du monde » d'après Michael, en tous cas le plus traditionnel au lait cru.
- Milleens, fromage irlandais de vache pasteurisé.
- Stawley : nouveau fromage de chèvre créé par une ancienne salariée, que l'entreprise a aidée dans son projet de création.
- Cheshire, « le plus ancien fromage à pâte dure de Grande-Bretagne », dont il ne reste aujourd'hui qu'un seul producteur contre 3 000 auparavant.

●●● La fromagerie dispose à quelques centaines de mètres de vastes locaux (15 000 pieds carrés) installés sous les arches en briques victoriennes d'un ancien viaduc ferroviaire de la ligne Douvres – London Bridge, où elle héberge ses bureaux, caves d'affinage, et service logistique. Jason Hinds fait découvrir avec fierté cet outil qui lui permet d'approvisionner les deux magasins de la société, ses clients restaurateurs et ses importateurs étrangers. Neal's Yard Dairy exporte en France (livraison hebdomadaire à Rungis pour une quarantaine de clients étrangers), mais aussi en Italie, en Belgique, en Espagne, en Suisse et

Neal's Yard en 1992. Il y apprend les subtilités du métier de fromager derrière le comptoir avec les autres vendeurs, tout en mûrissant son projet d'export. Devenu l'un des trois managers associés de l'entreprise, il accompagne le développement de l'offre de fromages en Grande-Bretagne et développe l'export qui représente dorénavant 75 % du CA de l'entreprise. « *La aussi, la vente est sur mesure, assure-t-il: tous les lots expédiés sont goûtés au préalable. Pas question que notre client ait une surprise désagréable ou un produit non conforme à ses attentes.* » Toutes les six semaines au maximum, les 70 fermes et laiteries britanniques

« Nous souhaitons créer une sorte d'osmose entre le vendeur et le client, que tous les sens soient sollicités. »

surtout aux Etats-Unis, où elle compte plus de 200 clients. C'est Jason Hinds qui a développé l'export pour la société. Après une jeunesse égyptienne, où il s'est initié au fromage grâce... à la Vache qui Rit – « *j'étais plus attiré par le chocolat, mais il était très difficile de s'en procurer au Caire* » –, puis des études universitaires, il choisit d'allier son goût du fromage et des voyages en s'intéressant d'abord à l'exportation des fromages anglais aux Etats-Unis, puis en entrant chez

sélectionnées par Neal's Yard Dairy sont visitées par un membre de l'entreprise : « *Nous réalisons tous nos achats en direct, cette proximité avec les producteurs est capitale. Nous sommes des distributeurs, mais pas seulement : notre but est de toujours améliorer la qualité des fromages anglais, de faire en sorte que le client ait l'impression de venir à la source sans jamais être déçu et que, surtout, il existe demain une relève pour pérenniser la tradition du bon fromage anglais.* » ●



**P. Jacquin & Fils**  
Depuis 1947

**Toute la tradition du Berry...**  
[www.fromagerie-jacquin.com](http://www.fromagerie-jacquin.com)  
Tel : 02 54 95 30 60

Venez nous voir au  
SALON DU FROMAGE  
Hall B - Allée B - Stand 15