Règles de Régulation de l'Offre

Du fromage sous Appellation d'Origine Protégée

BEAUFORT

Du 01-04-2025 au 31-03-2026

Syndicat de Défense du Fromage Beaufort
238, chemin de Californie
73210 ALBERTVILLE
Tél : 04.79.38.90.00 – 06.66.03.45.99
Mail : esadoux@fromage-beaufort.com

Table des matières

1 GLOSSAIRE 3

2 LES PRINCIPES DE LA REGULATION DES VOLUMES POUR LA CAMPAGNE 25-26 4

2.1 L'état des indicateurs de marché du Beaufort 5

2.2 Mécanisme de fonctionnement des règles de régulation de l'offre pour la campagne 25-26 5

2.2.1 Les références « fromage Beaufort de l'entreprise » 5

2.2.1.1 Définition des références 5

2.2.1.2 Modalités d'évolution des références 5

2.2.2 Bilan des capacités de croissance et d'ouverture pour déterminer un poids de référence supplémentaire permettant une évolution des références 7

2.2.3 Gestion des volumes d'ouverture et de croissance additionnelle 7

2.2.4 Des règles de transfert de référence d'une entreprise à une autre 8

2.2.4.1 Règles générales 8

2.2.4.2 Situations particulières : transferts provisoires 8

2.2.5 Mécanismes de bilan et d'application des RRO 25-26 9

2.2.5.1 Surcotisation pour toute production au-delà de la référence de l'atelier 9

2.2.5.2 Traitement global et règles d'ajustement et de remboursement des surcotisations 10

2.2.5.2.1 Un traitement global entre les entreprises au 31 mars de la campagne 25-26 10

2.2.5.2.2 Un système d'ajustement et de remboursement des surcotisations de la campagne 25-26 au 30 novembre de la campagne 2026 11

2.2.6 Obligation des ateliers de production 12

2.2.7 Commission de conciliation 12

1 Glossaire

Atelier de fabrication de Beaufort : entité physique comprenant les murs et le matériel de fabrication. Chaque atelier dispose d'un code attribué par les services administratifs compétents qui lui est spécifique et qui est porté sur la plaque bleue de caséine dont l'apposition est obligatoire au moment de la fabrication sur chaque meule de fromage destinée à l'AOP Beaufort.

Atelier d'affinage : entité physique comprenant les murs, les équipements et le matériel nécessaires à la maturation de la pâte du Beaufort pendant la durée d'affinage qui est de cinq mois minimum.

Entreprise : entité juridique qui assure à la fois la fabrication et l'affinage du Beaufort. Cette entreprise peut être de taille importante ou ne transformer le lait que d'un seul troupeau. L'affinage peut être conduit dans les locaux de cette entreprise ou dans un atelier d'affinage qui assurera une prestation de travail à façon. Elle est responsable des fromages qu'elle produit jusqu'à la première commercialisation après les cinq mois minimum d'affinage.

Syndicat de Défense du Fromage Beaufort : créé en 1975, il est reconnu groupement au sens du règlement UE n°1151/2012 et Organisme de Défense et de Gestion (ODG) de l'appellation Beaufort depuis le 4 décembre 2007.

Fromage en blanc : fromage porteur de la plaque bleue de caséine propre au Beaufort à la sortie de fabrication et avant son entrée en affinage.

Campagne N de production du « fromage Beaufort » : période de douze mois allant du 1er avril de l'année 2025 au 31 mars de l'année 2026.

Rendements Fromagers de référence : quantité de fromage en blanc qui peut être fabriquée à partir de 100 kg de lait. Pour chaque entreprise, le rendement fromager de référence est le résultat de la moyenne pondérée des rendements des deux campagnes N-1 et N-2.

La référence de chaque entreprise est une quantité de fromage en blanc pour une campagne donnée.

Cette référence entreprise n'est pas figée mais évolue en fonction des conditions de marché. Il existe aussi des attributions de références supplémentaires pour les nouveaux entrants dans la filière.

Surcotisation : toute entreprise peut fabriquer des quantités de Beaufort supplémentaires à sa référence pour la campagne. Mais elle devra s'acquitter d'une surcotisation de 5000 €/tonne produite au-delà de la référence.

Indicateurs de marché : Le Conseil d'Administration utilise des indicateurs pour l'application des Règles de Régulation de l'Offre (RRO) de la campagne 24-25 et l'élaboration de celles de la campagne 25-26. Ils sont issus des données statistiques portant notamment sur l'état de la production, les ventes, l'âge moyen des fromages à la vente, le volume total de fromages en stock et celui des fromages de moins de cinq mois.

Ces indicateurs permettent d'apprécier l'état du marché notamment en les comparant à ceux obtenus au 31 mars de la campagne précédente (en l'occurrence 23-24). En fonction des périodes, ils permettent de déterminer les modalités d'application des RRO de la campagne 24-25 et de déterminer le volume de croissance composé du volume d'ouverture et du volume de référence additionnelle pour la campagne 25-26.

Ouverture de marché : volume de référence destiné à doter de nouveaux opérateurs d'une référence de production de Beaufort. Il doit être déterminé pour chaque campagne et varie de 60 à 180T.

Référence additionnelle : chaque entreprise disposant d'une référence de volume de beaufort à produire, la somme de toutes les références des entreprises constituent la « référence totale de la filière ». Par ailleurs, pour chaque campagne, un volume d'ouverture du marché doit être déterminé et ne peut être inférieur à 60T. Par contre, suivant l'état du marché la référence additionnelle peut être positive ou négative.
Quand la référence additionnelle est négative, elle ne peut excéder 8% en valeur absolue de la « référence totale » de l'année précédente. Dans ce cas la référence totale de la filière pour la campagne N+1 sera égale à la « référence de la filière » de la campagne N-8%.

Période de pâture : Période, après la fonte des neiges qui permet, grâce à une portance des sols suffisante, la pâture des vaches laitières. Elle dure aussi longtemps que les conditions climatiques, de portance des sols et de présence d'herbe le permettent. Dans une très grande majorité de situations, cette période inclut également une pâture en alpage.
Pour certains opérateurs (Producteurs Individuels, Groupements Pastoraux, GIE, etc..), cette période de pâture donne lieu à une fabrication de Beaufort en alpage ; Beaufort portant le qualificatif « été » ou « Chalet d'Alpage ». Ces ateliers possèdent une référence Beaufort spécifique qu'il n'est possible de produire que sur cette période. Le reste du temps, le lait de ces opérateurs peut être livré à un autre atelier de la zone Beaufort, le cas échéant.

Industrie Seconde Transformation (IST) : Industrie agro-alimentaire produisant des aliments à partir de produits bruts et/ou d'aliments transformés issus de l'industrie de première transformation (le fromage par exemple). Le Beaufort doit être utilisé sous forme d'ingrédient et subir une transformation au cours de la préparation. Il ne doit pas se retrouver sous sa forme initiale brute.

2 LES PRINCIPES DE LA REGULATION DES VOLUMES POUR LA CAMPAGNE 25-26

Les principes de régulation sont soumis à l'approbation du collège « ateliers de transformation et d'affinage » et du collège « producteurs de lait » du Syndicat qui donnent mandat au Conseil d'Administration de l'ODG de présenter et mettre en œuvre les Règles de Régulation de l'Offre Beaufort dans le respect des dispositions de l'article 166bis du règlement (UE) n°1308/2013 (OCM).

2.1 L'état des indicateurs de marché du Beaufort

Données statistiques qui ont prévalu à l'élaboration des règles de régulation de l'offre pour la campagne 2025-2026.

a) L'évolution des ventes : pour les coopératives et une entreprise privée (soit 85% du volume).

b) La production mensuelle de Beaufort pour l'ensemble des ateliers de fabrication.

c) L'évolution des stocks de Beaufort.

d) L'âge moyen des fromages à la vente.

e) L'évolution comparée des ventes et de la production sur plusieurs années.

2.2 Mécanisme de fonctionnement des règles de régulation de l'offre pour la campagne 25-26

2.2.1 Les références « fromage Beaufort de l'entreprise »

2.2.1.1 Définition des références

La référence « fromage Beaufort » de chaque entreprise est établie sur la base des références de la campagne précédente également dénommée « référence historique ».

La base des références est celle de l'année précédente de laquelle seront déduits les volumes correspondant aux cessations constatées et à laquelle s'ajouteront les attributions de volumes d'ouverture et de référence additionnelle (ou de réduction le cas échéant si la référence additionnelle est négative) intervenant ce même exercice.

2.2.1.2 Modalités d'évolution des références

Chaque mois, les entreprises, comme le prévoit le Cahier des Charges de l'AOP, transmettent les obligations déclaratives dont le nombre de fromages fabriqués et le poids de fromage en blanc fabriqué.

Il est dès lors aisé de suivre mensuellement, entreprise par entreprise, le poids de fromage en blanc fabriqué au cours de la campagne considérée et d'effectuer un bilan des volumes de production en fin de campagne.

Ces statistiques permettent de faire un diagnostic et d'apprécier la tendance conjoncturelle du marché afin de déterminer le **volume de croissance qui est la somme du volume d'ouverture et du volume de référence additionnelle.**

Réguler l'offre de Beaufort exige de rassembler des données et de les exploiter pour mettre annuellement au point l'organisation qui sera soumise à l'approbation des opérateurs.

Le Conseil d'Administration du Syndicat propose une évolution des références des entreprises. Le principe est de se baser sur la production objective de la campagne précédente et de l'adapter, le cas échéant, en fonction de l'analyse de la situation des marchés et des perspectives (production, consommation, stocks).

Afin de tenir compte de la diversité des systèmes en zone Beaufort (notamment la

spécificité des opérateurs possédant uniquement une référence sur la période de pâture) et afin de permettre à l'ensemble des opérateurs d'adapter leurs outils de production à la nouvelle situation, les décisions concernant l'instauration de références additionnelles positives ou négatives ne pourront être prises que durant 2 périodes :

- Soit avant la période d'alpage (C'est-à-dire, durant les mois d'avril et mai de la campagne laitière N).
Dans ce cas, la décision s'applique à l'ensemble des ateliers sans aucune exception et de manière identique (pourcentage de hausse ou de baisse).

- Soit après la période d'alpage (c'est-à-dire durant les mois de septembre à novembre de la campagne laitière N).
Dans ce cas, la décision s'applique à l'ensemble des ateliers de fabrication, dès la campagne en cours, à l'exception des opérateurs possédant uniquement une référence sur la période de pâture.
Pour cette catégorie, étant donné qu'ils n'ont plus de possibilité de s'adapter, l'instauration de références additionnelles positives ou négatives n'interviendra pas sur la campagne laitière en cours mais s'appliquera à partir de la campagne laitière N+1.
Pour les opérateurs non concernés par cette exception, le calcul concernant l'instauration de références additionnelles positives ou négatives, sera réalisé sur la totalité des références de la campagne laitière N.

Si les indicateurs de marché montrent un équilibre entre offre et demande alors le Conseil d'Administration proposera de baser la référence de chaque entreprise pour la campagne 2025-2026 sur la référence de la campagne précédente (moins les cessations d'activité le cas échéant) à laquelle s'ajouteront les volumes d'ouverture et de référence additionnelle accordés pendant la campagne 2025-2026.
Dans ce cas, la croissance sera positive.

Si les indicateurs montrent que le marché rencontre des difficultés alors le Conseil d'Administration proposera d'établir la référence des entreprises sur une proportion de la référence de la campagne 2024-2025 (pourcentage inférieur ou égal à 100 de la campagne 2024-2025) (moins les cessations d'activité le cas échéant) à laquelle s'ajoutera le volume d'ouverture accordé pendant la campagne 2025-2026. En effet, en cas de nécessité selon l'état des indicateurs, la référence additionnelle peut être négative. Ceci signifie que les opérateurs en place acceptent de réduire leur production pour maintenir un marché ouvert. Toutefois, la diminution de la référence de chaque atelier par rapport à la campagne précédente (référence additionnelle négative) ne pourra être supérieure à 8% (hors cessations d'activité le cas échéant). Au-delà de ce pourcentage, un avenant aux RRO sera soumis à l'approbation des pouvoirs publics. Dans ce cas, la croissance peut être nulle ou négative.
Si la décision est prise sur la période de septembre à novembre de la campagne N, la diminution de la référence de chaque atelier par rapport à la campagne précédente (référence additionnelle négative) ne pourra être supérieure à 4 % (hors cessations d'activité le cas échéant). Pour les opérateurs concernés par l'exception détaillée ci-dessus la baisse interviendra sur la campagne N+1.
Tous les ateliers seront informés des principes qui ont prévalu à la mise en œuvre des références additionnelles et des conséquences sur les références disponibles

pour la campagne N ou N+1.
Il est possible de décider d'une première hausse ou baisse des références entre avril et mai et d'une seconde hausse ou baisse entre septembre et novembre dans la limite des pourcentages définis.

2.2.2 Bilan des capacités de croissance et d'ouverture pour déterminer un poids de référence supplémentaire permettant une évolution des références

Dans le cadre du respect de l'article 166bis du règlement (UE) n°1308/2013, afin que la maîtrise de la croissance de la filière Beaufort ne conduise pas à l'indisponibilité d'une proportion excessive de Beaufort, ne crée pas de discriminations entre les opérateurs, ne fasse pas obstacle à l'entrée de nouveaux venus sur le marché et ne porte pas préjudice aux petits producteurs, la mise en place de la régulation est conditionnée à **l'ouverture du marché** de la filière à chaque campagne.

Le Beaufort est un fromage à affinage long. Le Cahier des Charges prévoit 5 mois minimum d'affinage. En général, les fromages sont vendus entre 7 et 10 mois, certains 12 mois. Par nécessité, il y a d'importantes capacités de stockage dans les entreprises de la filière Beaufort, ce qui permet d'exercer un effet tampon vis-à-vis des déséquilibres momentanés (offre supérieure demande ou inversement).

En début de campagne 2025-2026, le Conseil d'Administration, au vu des indicateurs de marché, détermine le volume de croissance qui est fixé précisément entre un minimum de 60 T et un maximum de 180 T auquel peut s'ajouter le volume de Beaufort correspondant aux cessations d'activité des exploitants agricoles intervenues pendant la même période. La cessation correspond à un arrêt de production soldée par une sortie des listes des opérateurs de l'AOP Beaufort (soit au maximum un an après la dernière livraison de lait à des entreprises de la filière Beaufort). Au-cours de la campagne et selon l'état du marché, le conseil d'administration peut dans la limite des volumes précédemment énoncés, décider de revoir la quantité d'ouverture et de référence additionnelle pour la campagne 25-26.

2.2.3 Gestion des volumes d'ouverture et de croissance additionnelle

Chaque **nouvelle entreprise** est dotée d'une référence forfaitaire dans la limite de 5 tonnes pour la première campagne où elle produit du Beaufort (année d'habilitation dans l'AOP Beaufort). Les nouvelles entreprises pourront renouveler leur demande de référence supplémentaire au cours des campagnes suivantes grâce aux mécanismes de croissance.
Chaque **entreprise déjà en place** peut demander l'augmentation de sa référence en fonction de plusieurs critères :

1. L'habilitation de nouvelles exploitations (dans la limite de 5 tonnes pour la première campagne, avec possibilité de renouvellement de demande de référence supplémentaire au cours des campagnes suivantes),

2. L'installation de jeunes agriculteurs dans des exploitations déjà habilitées,
3. La modernisation des exploitations,
4. Toute autre situation exceptionnelle nécessitant une révision de référence qui sera motivée.

Quand la somme des demandes d'accès à l'ouverture excède le poids de référence disponible pour toute la filière, le poids de référence supplémentaire accordé à chaque entreprise est calculé au prorata de sa demande.

En appliquant ces principes (attribution au prorata des volumes demandés), le Conseil d'Administration décidera in fine des volumes attribués.

Après avoir garanti la gestion de l'ouverture, le conseil d'administration déterminera si besoin les principes d'attribution de croissance additionnelle qui s'appliqueront de manière identique pour tous les ateliers.
Tous les ateliers seront informés des principes qui ont prévalu à la mise en œuvre de cette croissance additionnelle et des volumes supplémentaires qu'ils ont générés.

2.2.4 Des règles de transfert de référence d'une entreprise à une autre

2.2.4.1 Règles générales :

Il ne s'agit pas d'augmenter des références « fromage Beaufort » pour accroître l'offre mais de définir des règles quand une exploitation agricole de lait à Beaufort suspend sa livraison à une entreprise A pour livrer une entreprise B. Dans ce cas, la référence de l'entreprise A est amputée d'une quantité de fromage en blanc équivalente à 80% du lait livré par l'exploitation (calculée selon le rendement fromager de cette entreprise) tandis que la référence de l'entreprise B est créditée d'une quantité de fromage en blanc équivalente à 80% du lait livré par l'exploitation (calculée selon le rendement fromager de l'entreprise B).
Cette règle s'applique dès lors que le Syndicat de Défense est saisi d'une demande provenant soit d'un producteur de lait soit de l'entreprise A ou de l'entreprise B. Après s'être assuré auprès des trois parties de la connaissance de cette demande, le syndicat modifie les références des deux entreprises selon les principes décrits ci-dessus et notifie alors les références revues aux entreprises A et B si la demande intervient en début de la campagne 25-26.
Si cette demande intervient en cours de campagne 25-26 et que plus de 20% en équivalent fromage a été livré à l'entreprise A par le producteur de lait, alors pour la campagne 25-26, l'entreprise B verra sa référence revue proportionnellement à la quantité de fromage restante en équivalent lait. Ce n'est qu'au cours de la campagne 26-27 que la règle des 20/80 sera appliquée pour les évolutions définitives des références des entreprises A et B.
L'objectif de cette mesure est d'assurer stabilité et lisibilité dans les approvisionnements en lait des ateliers.

2.2.4.2 Situations particulières : transferts provisoires

Lorsqu'un opérateur « producteur de lait » d'une entreprise A subit un évènement exceptionnel concernant :

- soit son outil de production (catastrophe de type incendie, inondation, glissement de terrain)
- soit le ou les chefs d'exploitants composant la structure (décès d'un chef d'exploitation, problème de santé graves)

et empêchant la poursuite de l'activité à court terme, alors il est possible d'effectuer un transfert provisoire des références d'une entreprise A à une entreprise B.

L'évènement exceptionnel doit être reconnu comme tel par le Conseil d'Administration.
Le transfert provisoire est validé par le Conseil d'Administration si il estime, après concertation avec l'ensemble des parties concernées, que cela permet d'apporter une solution adaptée à la situation.

Ce transfert provisoire peut concerner la totalité ou une partie du lait livré par l'exploitation à l'entreprise A.
L'ensemble des règles définies précédemment s'appliquent, néanmoins il n'est pas possible pour les entreprises A et B concernées de retenir 20 % des volumes transférés.
Si la demande intervient en cours de campagne, la référence transférée à l'entreprise B sera revue proportionnellement à la quantité de fromage restante en équivalent lait. Ce n'est qu'au cours des campagnes suivantes que le volume définis sera transféré en totalité.
Ce dispositif provisoire peut être reconduit au maximum sur 3 campagnes laitières.

2.2.5 Mécanismes de bilan et d'application des RRO 25-26

2.2.5.1 Surcotisation pour toute production au-delà de la référence de l'atelier

Une surcotisation s'applique aux entreprises qui produiront au-delà de leur référence. Cette surcotisation est de 5000 €/tonne de fromage en blanc produit au-delà de la référence.

Dès lors qu'il n'est pas possible d'appliquer les règles d'ajustement prévues ci-dessous (point 2.2.5.2), on confronte les productions réelles aux références respectives correspondantes.

Si les volumes réels sont supérieurs aux références, un courrier est adressé à l'entreprise avant le 31 mai qui suit la fin de la campagne. Il mentionne :
- la référence de l'atelier prise comme base de calcul en fin de campagne 25-26 (après application des principes du point 2),
- les productions réelles pour la campagne 25-26,
- le montant des surcotisations possibles pour la campagne 25-26.

L'entreprise sera alors invitée à faire connaître son avis, dans un délai d'un mois suivant l'envoi du courrier.
Les fromages déclassés, parce qu'ils ne présentent pas les caractéristiques de l'AOP Beaufort, peuvent être déduits du bilan de production puisqu'ils ne sont pas vendus sous le nom de Beaufort. Néanmoins, les conditions suivantes doivent être remplies pour une prise en compte dans le bilan de la campagne :

- Les déclassements ne seront pris en compte que s'ils sont effectués par des agents du Syndicat de Défense du Fromage Beaufort ;
- Les factures de vente de fromages déclassés doivent être datées dans la période allant du 1er avril 2025 au 31 mars 2026 ;
- L'intitulé de la facture doit uniquement indiquer « pâte pressée cuite – PPC »
- Les preuves d'acquittement des factures doivent être transmises au Syndicat de Défense du Fromage Beaufort avant le 15 juillet qui suit la fin de la campagne. Au-delà elles ne seront plus prises en considération, ni éligibles.
- Les ventes doivent être réalisées à des entreprises qui sont complètement indépendantes des ateliers de production (transformation et/ou affinage).

En absence de retour, les factures seront alors émises avant le 31 juillet qui suit la fin de la campagne.
Si l'entreprise émet des objections, alors celles-ci seront étudiées par la commission de conciliation qui émettra un avis auprès du Conseil d'Administration sur leur recevabilité. La facture sera alors établie suite à la validation de cet avis par le Conseil d'Administration.

Les montants collectés permettent d'accroître les actions promotionnelles pour développer le marché et les activités de recherche en vue d'améliorer la maîtrise de la qualité des fromages et leur capacité de garde.

2.2.5.2 Traitement global et règles d'ajustement et de remboursement des surcotisations

2.2.5.2.1 Un traitement global entre les entreprises au 31 mars de la campagne 25-26

L'objectif des Règles de Régulation de l'Offre est de garantir la meilleure adéquation entre l'offre et la demande consommateur afin d'assurer le maintien de la qualité du fromage sous signe de qualité et de participer au développement dudit fromage et des exploitations laitières des producteurs engagés dans l'AOP Beaufort.

Pour ce faire, chaque entreprise dispose d'une référence de production qui peut évoluer selon les principes décrits ci-dessus afin d'être le plus en phase possible avec les volumes nécessaires pour satisfaire la demande. La somme des références représente donc le volume de production permettant d'atteindre l'équilibre du marché pour une campagne donnée.

Au cours d'une campagne, la production de certaines entreprises dépasse leur référence tandis qu'elle est inférieure à leur référence pour d'autres. Pourtant, c'est bien la somme des volumes de production qui constitue la totalité de l'offre Beaufort.

Le principe du traitement global en fin de campagne est maintenu. Mais il sera possible **dans la limite de 103% de la référence de l'atelier concerné, si les conditions suivantes sont réunies** :

- Le niveau des ventes est au moins équivalent à celui de l'année 24-25 ;
- Les stocks **n'ont pas augmenté de plus de 3%** (comparaison 31 mars 2025),
- Les stocks de fromages de moins de 5 mois **n'ont pas augmenté de plus de 6%** (comparaison 31 mars 2025).

2.2.5.2.2 Un système d'ajustement et de remboursement des surcotisations de la campagne 25-26 au 30 novembre de la campagne 2026

Lorsque le bilan d'une campagne de gestion de maîtrise de l'offre est en cours, on peut constater que les principes qui ont été appliqués sont trop contraignants au regard de la réalité du marché. C'est pourquoi, si l'application de la règle du traitement global n'a pas été possible, on pratique un système d'ajustement permettant, si le marché est équilibré, de ne pas pénaliser les entreprises redevables d'une surcotisation. En effet, si des efforts promotionnels ou d'amélioration de la qualité ne sont pas justifiés pour pallier un déséquilibre entre offre et demande, alors la filière n'a pas vocation à appeler des financements supplémentaires.

L'application de ce système d'ajustement permet d'effectuer un remboursement partiel des surcotisations qui peut aller jusqu'à 70% maximum du montant de la surcotisation si les principes suivants sont respectés :

- un état du marché satisfaisant apprécié grâce aux valeurs des indicateurs au 30 novembre 2026 (un maximum de 6% d'augmentation de stock en nombre de meules et moins de 12 jours d'allongement de l'âge des fromages) comparé au 30 novembre 2025 ;

- une vérification systématique (au-delà des fréquences de contrôle prévues par le plan de contrôle de l'AOP) du respect des règles de l'AOP (production et qualité du produit fini) de l'entreprise qui demande l'ajustement.

Le Conseil d'Administration statuera sur l'application de ce mécanisme pour chaque entreprise.

2.2.6 Obligation des ateliers de production

Le Beaufort est un fromage à longue durée d'affinage d'un minimum de cinq mois. La recherche de qualité et notamment de qualité organoleptique implique inévitablement une prise de risque, avec notamment une dégradation des meules pouvant intervenir à tout moment de cette longue durée d'affinage.
Il convient donc de donner à certains fromages une destination différente du circuit traditionnel en développant l'approvisionnement des industries de la fonte et/ou des industries de seconde transformation. Le maintien de ces débouchés nécessite un courant commercial sécurisé, car le client doit stabiliser la recette de son produit transformé à base de Beaufort.
Afin de maintenir un tel courant commercial et aussi afin d'accroître la pression en faveur de la qualité, les entreprises de commercialisation ont l'obligation de vendre pendant chaque campagne laitière aux industries de la fonte et/ou de seconde transformation (I.S.T) 1% de leur poids de Beaufort affiné lors de la campagne laitière précédente.

Le poids de Beaufort affiné correspond au poids des Beaufort en blanc auquel on retire 7% (pourcentage correspondant à la freinte liée à l'affinage).

Ce taux est fixé à 1% pour permettre de consolider les marchés nécessaires. Ce

pourcentage peut être considéré comme un minimum indispensable à une poursuite d'objectifs de qualité ; en effet la recherche des qualités organoleptiques du Beaufort passe par la nécessaire prise de risque de l'affinage, accompagné des risques d'altérations de la qualité inévitables en fabrication artisanale et au lait cru.

Cette obligation ne concerne que les opérateurs de la filière titulaires d'une déclaration d'identification en tant qu'atelier de fabrication qui ont affiné plus de 50 tonnes de Beaufort en blanc sur la campagne laitière précédente.
Cette obligation ne porte que sur la première mise en marché du Beaufort.

Les entreprises qui ne procéderaient pas à la vente de 1% de leur poids de Beaufort affiné sur les débouchés fonte-IST seront soumises à une pénalité égale à 5 euros par kilogramme de fromage non livré et facturé.

Les modalités de mise en œuvre de l'obligation de vente du fromage affiné aux industries de la fonte et/ou de seconde transformation sont les suivantes :

- Les justificatifs afférents, notamment les copies des factures ainsi que les preuves d'acquittement doivent parvenir au Syndicat de Défense du Fromage Beaufort avant le 30 juin qui suit la fin de la campagne. Au-delà ils ne seront plus pris en considération, ni éligibles.
- Seules sont éligibles les préparations où le Beaufort ne se retrouve pas en l'état suite au processus d'élaboration, ce qui n'empêche pas les opérateurs de la filière Beaufort de fournir aux industriels de la seconde transformation des préparations fromagères sous forme de râpé, cubes ou plaques de Beaufort pour l'élaboration des recettes.
- Les ventes doivent être réalisées à des entreprises qui sont complètement indépendantes des ateliers de production (transformation et/ou affinage).
- Pour être agréée la facture devra explicitement faire apparaître que la transaction porte sur des fromages Beaufort. Les fromages considérés comme des pâtes pressées cuites (PPC) ne sont pas éligibles.
- Les ventes de Beaufort brut (meule ou partie de meule, tranchettes, barres, cubes) aux restaurants, pizzerias, sandwicheries et pour la restauration hors foyer ne sont pas acceptées comme des ventes IST.

2.2.7 Commission de conciliation

Les entreprises qui contestent l'application d'un ou plusieurs principes des RRO de l'AOP Beaufort, peuvent saisir la commission de conciliation qui étudiera les dossiers et émettra un avis auprès du Conseil d'Administration.
Elle a vocation à régler les litiges survenant notamment à l'occasion de l'application des Règles de Régulation de l'Offre et dont le fonctionnement est décrit à l'article 19 des statuts de l'ODG Beaufort.
Les décisions seront ensuite entérinées par le Conseil d'Administration.