McDonald’s contre Beaufort : victoire du terroir

16/12/2008 à 10h02

L’affaire avait fait grand bruit il y a près de neuf ans. La chaîne McDonald’s avait lancé, en février 2000 une campagne intitulée *“La saga des fromages”* déclinée sur plusieurs jours, chacun consacré à un produit particulier. Tomme de Savoie, reblochon et beaufort y étaient passés.

À Albertville, où siège le Syndicat de défense du beaufort (SDB), le “McBeaufort” avait été mal digéré. Surtout lorsque la profession a constaté que le “fromage fondu” utilisé n’affichait que 51% de beaufort. (…)

Il a fallu cinq ans de procédure pour faire lourdement condamner, en première instance, la chaîne de restauration rapide: 15 000 € d’amende pour trois de ses dirigeants, 150 000 € de dommages-intérêts pour les syndicats concernés (beaufort, tomme et reblochon), 80 000 € pour l’Institut national des appellations d’origine, 15 000 pour l’Union fédérale des consommateurs.

McDonald’s avait fait appel de ce jugement du tribunal correctionnel de Versailles. La cour d’appel a réduit les amendes à 10 000 €, et les dommages-intérêts (50 000 € pour le Syndicat de défense du beaufort, 40 000 € à l’INAO et 10 000 € à l’UFC). Sur le fond, l’affaire est donc tranchée, même si McDonald’s s’est pourvu en cassation. Pour les syndicats de la tomme et du reblochon, en revanche, c’est perdu: rien n’interdit, a estimé la cour d’appel, d’en faire mention même s’ils sont mélangés à d’autres fromages dans une préparation fondue.

Au SDB, on salue une décision qui conforte les AOC dans leur typicité, tout en soulignant que l’utilisation des produits d’appellation dans les préparations alimentaires industrielles

pose problème. «J’ai vu une “pizza au beaufort”», explique Caroline Glise, technicienne au SDB, «dans laquelle, dans l’ordre des composants, le beaufort vient après le sel».

Source (via çois franc)