

DES FROMAGES ET DES HOMMES

Ethnographie pratique, culturelle
et sociale du fromage

Produire comme consommer du fromage est un acte habituel, coutumier, culturel. Parce que l'enjeu alimentaire comme commercial autour du fromage, à notre époque, est plus que jamais un défi pour demain, en particulier pour des pays qui ont construit une part de leur identité gastronomique sur le modèle des produits laitiers. Depuis plusieurs siècles, les acteurs du secteur fromager font face aux enjeux économiques, environnementaux, sociétaux, voire technologiques, pour valoriser ce produit culturel comme les savoir-faire et l'innovation qui s'y attachent, et promouvoir le territoire fromager et asseoir son identité alimentaire. De nombreuses appellations de fromages tirent leur nom de leur lieu de production, quel que soit le pays d'origine. Si certains d'entre eux ne sont plus produits dans la région originelle, voire sont oubliés, d'autres retrouvent une volonté de réappropriation locale ou nationale.

Alors que nous vivons dans une société qui définit le bon fromage comme celui provenant essentiellement de l'artisanat et comme celui pour lequel il faut en mettre le prix, ne faudrait-il pas mieux faire découvrir, voire transmettre, toutes les variétés exhaustives, tous les rites, coutumes, manières de préparer, déguster et manger, issus des nombreuses origines ethniques qui dessinent nos sociétés.

Vous trouverez ici un panorama qui permet de percevoir ce qui fait le fromage quotidien des univers alimentaires proches comme éloignés du nôtre.

Ont collaboré à cet ouvrage : Galina Danard, Annick Lavielle, Karen Pottier, Laure Takahashi, sous la direction de Kilien Stengel.

ISBN : 978-2-343-04925-0

20 €



Sous la direction de
Kilien STENGEL



DES FROMAGES ET DES HOMMES

Sous la direction de
Kilien STENGEL

DES FROMAGES ET DES HOMMES

Ethnographie pratique, culturelle
et sociale du fromage



Préface de Roland Barthélémy



questions alimentaires
et gastronomiques



L'Harmattan