Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 43 (2006)
Heft: 1684

Artikel: Schabziger : une affaire d'identité
Autor: Danesi, Marco
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1008977

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 04.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Une affaire d'identité

Les Glaronais malaxent leur fromage aux herbes depuis la nuit des temps. Aujourd'hui, le sérac odorant se métamorphose en affaire économique, tout en chérissant son enracinement dans une région qui en a fait son porte-drapeau.

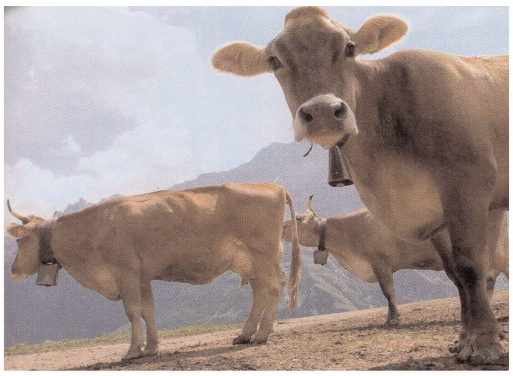
Bien avant le Pacte fédéral de 1291, les Glaronais payaient leurs impôts à coups de sérac. Depuis le VIIIe siècle, les sœurs du couvent de Säckingen agrémentaient prières et travaux domestiques avec le fromage blanc pressé par les paysans asservis. A sa texture un peu fade, elles ajoutaient volontiers du lotier, voire du trèfle cornu, cultivés dans les jardins du cloître. Ces plantes avaient été importées par les croisés, partis au nom de Dieu mais qui n'avaient jamais perdu le sens des affaires et du commerce. Une fois affranchie de la tutelle ecclésiale, la Landsgemeinde du 24 avril 1463 s'empressa de prescrire à jamais la recette du Schabziger. La première marque au monde était née, assortie d'un monopole qui a résisté aux âges et aux générations. Le lait doit chauffer à nonante degrés avant l'introduction de la présure qui transforme le petit-lait en une pâte fraîche et crémeuse. Une fois malaxé et salé, le fromage mûrit pendant un an avant que l'on incorpore les herbes magiques (voir encadré), gages de la saveur et de la couleur du Schabziger. Il se consomme surtout en Suisse (75% de la production totale), même s'il s'exporte volontiers aux Pays-Bas et en Allemagne, quand il ne traverse pas l'Atlantique. Il se vend également aux Etats-Unis (2% du stock) au nom très yankee de «Sap Sago», cousin américain d'une motte enfermée dans les bagages des fondateurs de New Glarus en 1845 au Wisconsin.

Le lotier odorant se cultive exclusivement à la main. On sarcle les mauvaises herbes, car les pesticides sont bannis. La récolte demande cinq à six coupes. Une fois les feuilles séchées, on les réduit en poudre toujours à la force du poignet. Seuls trois agriculteurs de Lachen, dans le canton de Schwytz, produisent l'herbe à sérac sur quelques champs dont la surface mesure à peine un hectare.

Tous ensemble

Après 500 ans de solitude, sinon de concurrence, neuf producteurs fondent en 1924 une société de fabricants de fromage aux herbes, la GESKA. Contre la dispersion suicidaire, le bon sens conseille d'assembler machines et protéines pour confectionner les petits cônes verts, dont la forme jouit aujourd'hui d'un copyright planétaire et dont la qualité satisfait aux normes de l'Union européenne.

La guerre, les restrictions, les changements de goût vident les caisses de la société. La GESKA perd son indépendance au début des années cinquante. L'Union laitière de Winterthur s'assure le délice brassé sur les rives de la Linth, avant de le céder à Toni SA, racheté ensuite par Swiss Dairy Food.



Les vaches du Schabziger

Cependant, en 1999, la société retrouve son autonomie malgré la concentration grandissante du marché laitier suisse accélérée par la nouvelle politique agricole de la Confédération. Un groupe d'investisseurs à la fois gourmands et délocalisés réinventent un avenir au Schabziger. Un futur de niche, glocal et très à la mode: une délicatesse exotique au cœur des montagnes, aussi suisse que le Cénovis ou Ovomaltine. Ainsi 55 paysans, à l'ombre du Klausen, labourent 5 millions de litres de lait chaque année. Le sérac brut (ziger) s'amoncelle ensuite dans les silos de la GESKA à Glaris où il est affiné, découpé, emballé et livré aux amateurs. Dans la répétition sourde et mécanisée d'un cutter géant, lointain héritier des broyeurs à meule de pierre.

Un aliment contemporain

Maigre et naturel, le Schabziger épouse les diktats diététiques du XXIe siècle. Les publicitaires lui taillent une image bienfaisante, entre les souvenirs des grands-mères et la logorrhée d'Internet. Des auteurs anciens vantaient déjà ses mérites dans le traitement des troubles digestifs, son effet laxatif ou ses propriétés lénifiantes en cas d'évanouissement et de saignement de nez. Le fromage aux herbes revit désormais, avatar d'une quête mondialisée de l'authentique. Sans oublier quelques valeurs immuables: famille, travail, fidélité, enracinées à l'imaginaire, un rien mythique, des Alpes. Le sérac, qui sent bon les pâturages et la ferme, se confond avec le patrimoine d'une région, il en colore l'identité. L'âge d'or d'une paysannerie aux abois jaillit de son parfum aigre.

Et ça marche. Le Schabziger colonise patiemment grandes et petites tables. Dans un univers insipide, il est le héraut de la saveur pénétrante, sinon râpeuse. Un anti MacDonald's, en somme. Il comble nez et palais, un à un. Comme au temps des Zigermannli (vendeurs ambulants) qui couraient le pays pour le vendre à la criée, de porte à porte. En 1940, plus de 300 bonimenteurs tournaient toujours, capables d'écouler la moitié de la production annuelle. *md*