

ABBAYE NOTRE-DAME DE TAMIÉ & GROUPE PROVENCIA,

Une histoire de business-moine et d'amitié depuis 40 ans

Quel est ce fruit défendu produit par l'Abbaye cistercienne Notre-Dame de Tamié - monastère baujus haut perché - qui a poussé le groupe Provencia - acteur régional de la distribution - à succomber au péché de gourmandise ? Un petit fromage monastique de caractère, nommé Le Tamié, à la source d'une collaboration de longue date basée sur de profondes valeurs communes. Partons à la rencontre de Frère Nathanaël, un moine pas comme les autres qui prêche avec passion le bon goût et le savoir-faire de sa parolisse dans toute la France, soutenu depuis près de 40 ans par Provencia.

Une Abbaye passée maître dans l'art fromager

Elle surplombe la route menant au Col de Tamié, 900 ans d'histoire surgissant au milieu des pâturages et dominant la vallée. Oblongue et majestueuse, un brin austère - n'en déplaise à ses habitants (25 moines, 1 postulant, 1 regardant, 1 border collie) - elle abrite derrière ses hauts murs un atelier digne des fromageries les plus réputées de la région. Fondée en 1132 afin de servir de lieu d'accueil entre Chambéry et Annecy et de marquer la séparation des Duchés de Genève et de Savoie, l'Abbaye de Tamié a progressivement développé l'agriculture en produisant Le Tamié gros, déclinaison savoyarde du monastique fromage français Port-Salut. Quelques centaines d'années plus tard, la recette (fromage de vache au lait cru) et les gestes restent les mêmes, l'outil s'étant modernisé pour en produire 500 kg/jour (Tamié Le Petit, créé dans les années 1960, et Tamié Le Véritable). Issu de la traite de producteurs laitiers situés dans le Vallon de Tamié, le lait est transformé et le fromage affiné 4 semaines durant, au cœur de l'Abbaye. Fabrication, affinage, étiquetage, commandes... une véritable entreprise qui puise son énergie dans la quiétude de ces lieux imprégnés d'histoire



et de prières, chapeauté par Frère Nathanaël, Économiste du monastère, Responsable de la fromagerie et Chargé du secteur commercial. Malicieux, il se présente comme « *Business-moine* » ; il est le lien entre la vie monastique et la société, le visage public de l'Abbaye de Tamié.

Provencia, premier distributeur à vendre Le Tamié, il y a 40 ans

« *Avant, on vendait notre fromage au porte à porte, puis on a commencé à travailler avec le magasin Provencia de Faverges. Provencia a été un tremplin, le premier geste d'ouverture sur une dimension de production et de vente plus conséquente* », se souvient Frère Nathanaël. Vecteur d'échanges et de rencontres multiples, le groupe Provencia a participé au développement et à la notoriété de l'Abbaye de Tamié. « *Le Salon International de l'Agriculture nous a également permis de nous faire une réputation au-delà des deux Savoie. Cette double synergie nous a propulsé comme un véritable acteur économique régional !* ». Frère Nathanaël et Provencia, c'est également une belle histoire d'amitié. « *Nous sommes très liés, le caractère atypique de notre société intégrée dans la vie monastique nous donne une position très favorable ; il y a une bienveillance et un respect particuliers envers nous. Nos contacts commerciaux sont devenus des amis, et cela dure depuis plusieurs décennies !* ».

Entre chacun des 7 offices religieux organisant leur quotidien, les moines de Tamié exécuteront longtemps encore ces précieux gestes issus de savoir-faire ancestraux. Fidèle à ses fournisseurs, le groupe Provencia lui, continuera à promouvoir cette entreprise hors du commun et ce petit fromage savoureux, témoignage gourmet de plus de 9 siècles de traditions fromagères monastiques.

