

COMTÉ

LA LETTRE D'INFORMATION DU COMITE INTERPROFESSIONEL DU COMTE

L'INFORMATION facteur de production du Comté

Par définition, un produit A.O.C. n'appartient à personne, et notamment à aucune marque. Faisant partie du patrimoine national, il appartient à la collectivité, en particulier aux hommes de terroir. Une illustration récente de cette appartenance fut donnée lorsque les Français crurent pendant quelques jours que leurs fromages A.O.C. au lait cru étaient menacés par la communauté européenne : une campagne médiatique considérable mobilisa les énergies, notamment des hommes politiques, toutes tendances confondues pour la défense du patrimoine que l'on croyait menacé !



En Franche-Comté, ce sentiment d'appartenance collective est encore renforcé par le particularisme régional. Ainsi le Comté se trouve-t-il porté, non seulement par les producteurs, transformateurs et affineurs, tous trois directement intéressés au produit, mais tout autant par l'ensemble des sympathisants. Quel franc-comtois n'emmène-t-il pas lors de ses

voyages hors région, 4 à 5 kg de Comté (du "vrai" - traduire "avec beaucoup de goût") à distribuer à ceux qui attendent un fromage digne de ce nom ? Combien de sympathisants du Comté, responsables de l'administration, crémiers, vigneron, etc. n'appuient-ils pas la cause du Comté et du massif jurassien, dans l'exercice même de leur profession ?

Tous ces précieux appuis, qu'aucun produit industriel de marque n'oserait rêver, ne sont pas cependant définitivement acquis et il convient aujourd'hui pour chacun, de nourrir les raisons d'aimer le Comté en tant que fromage mais aussi en tant que facteur d'aménagement du massif jurassien. C'est l'objectif d'une telle lettre d'information. En tant qu'A.O.C., produit naturel, le Comté est vivant, il évolue, il cherche à s'adapter sans renoncer à sa spécificité. C'est un produit d'avenir, qui répond aux attentes du consommateur, produit sain, naturel, riche en nuances organoleptiques. Tous nous pouvons y croire. Nous nous efforcerons dans cette lettre du Comté que chacun, mieux informé, se trouve ainsi conforté dans son action et son soutien au Comté.

Le Président de la Commission Information,

Gérard VALLET



*lettre
d'information*

Produit d'avenir, naturel, sain, riche en nuances organoleptiques, le COMTÉ est l'affaire de tous les francs-comtois et un facteur important d'aménagement du massif jurassien.

A lors que dans la plupart des filières laitières françaises et étrangères, le prix du lait est conçu comme une charge, l'objectif "terroir" a amené les affineurs et les producteurs à élaborer une politique contractuelle dont le principe assure une proportionnalité du prix du lait payé au producteur, à celui du fromage vendu par l'affineur.

L'ensemble de la filière partage donc solidairement les réussites (ou les échecs) du Comté.

Le premier objectif d'une politique interprofessionnelle pour un fromage A.O.C. doit être de faire vivre le TERROIR auquel il est intrinsèquement lié. Cet objectif sous-entend : la réussite économique du produit mais aussi le partage équitable de cette réussite.

réussir

La réussite économique est pour tout produit aujourd'hui plus difficile qu'hier. Dans le secteur des fromages, la concurrence est chaque jour plus vive. La grande distribution exerce une pression croissante sur ses fournisseurs, les marges des entreprises sont laminées par les efforts chaque jour plus importants qu'elles doivent fournir pour vendre. Du reste, la filière Comté, connaît bien le caractère impitoyable des lois du marché, puisqu'elle a essuyé en 1990 une crise sévère.

Pour autant, il n'est pas irréaliste pour le Comté d'espérer et de viser une évolution favorable de ses prix et de ses tonnages. En effet, depuis deux ans, l'amélioration des prix accompagne celle des tonnages vendus. Et même, si l'on peut convenir que cette double évolution positive est intervenue d'autant plus facilement que l'on sortait d'une période de crise, la leçon reste valable : le respect des exigences du consommateur en terme de qualité et de spécificité de goût est le seul capable d'élargir le marché d'un produit haut de gamme comme le Comté. Bien plus, la diversité maîtrisée des caractéristiques de goût du

Comté permet d'espérer que l'on soit un peu moins soumis à la loi d'airain des centrales d'achat, si bien adaptée aux produits de masse.

Dans un marché où l'acte d'achat est de plus en plus sélectif la seule carte que peut jouer le Comté est celle que les vins A.O.C. ont joué il y a une vingtaine d'années : authenticité du terroir, crus, diversité maîtrisée.

Le partage du marché est l'une des spécificités fondamentales de l'organisation économique de l'agro-alimentaire franc-comtois.

L'originalité de notre produit A.O.C. est apportée par deux facteurs indissolublement liés :

Le terroir (pour le Comté il s'agit du massif Jurassien) et le travail artisanal des producteurs de lait, des fromagers de nos fruitières et des affineurs.

Dans la filière Comté, le métier de ces hommes se traduit en terme de connaissance et de respect de la diversité des laits, des flores sauvages, des fromages en blanc, des goûts et aptitude à la conservation des différents crus, etc.

L'esprit A.O.C., c'est donc la prépondérance du terroir dans l'identité du produit, mais permise grâce à une somme de précautions prises par les producteurs de lait, par les fromagers et par les affineurs.

A ce titre, la répartition de la valeur ajoutée ne peut être qu'équitable entre ces différents acteurs qui, partageant les contraintes et les difficultés du produit, doivent aussi en partager les bénéfices.

Nous sommes donc ensemble producteurs de Comté qui participons quotidiennement à l'identité de notre produit.

Pour cette raison, nous luttons contre sa banalisation et pensons préserver ainsi la spécificité de métiers que nous sommes fiers d'exercer.

Y. GOGUELY

partager le marché

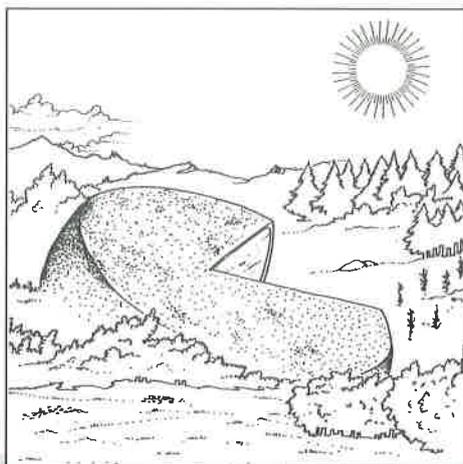


LES MOTS POUR DIRE LE GOÛT

Le colloque du 16 novembre 1992 organisé par l'Académie Franc-Comtoise du Goût à Dole, sous la présidence de Monsieur Puisais de l'Institut Français du Goût a fait salle comble.

La richesse du vocabulaire du goût n'a d'égale que la complexité aromatique des produits authentiques de terroir. Si, grâce à cette complexité, ceux-ci ne sont pas imitables, il faut néanmoins craindre la concurrence des produits industriels qui s'approprient grâce à de forts moyens publicitaires l'image des produits traditionnels. Sachons garder notre goût, mais sachons aussi mieux le vendre.

Les producteurs de lait, fromagers, affineurs et crémiers auront apprécié l'exposé de Madame Berodier, responsable de l'analyse sensorielle du Comté. Après avoir montré, voici deux ans au cours du colloque "Authenticité du goût et terroirs", toute la richesse aromatique du Comté et ses spécificités organoleptiques, elle aura témoigné, après deux nouvelles années de recherche, de l'existence de zones de cru : au



sein du terroir du Comté (le Massif Jurassien) peuvent-être identifiées des zones de goût différentes les unes des autres, déjà connues de nos anciens et confirmées par le travail d'un jury terroir. Le travail pionnier et de longue haleine réussi par ce jury de dégustation spécialement entraîné, porte sur la caractérisation de la saveur des fromages par des mots objectifs, compréhensibles de tous et empruntés en partie à notre univers alimentaire.

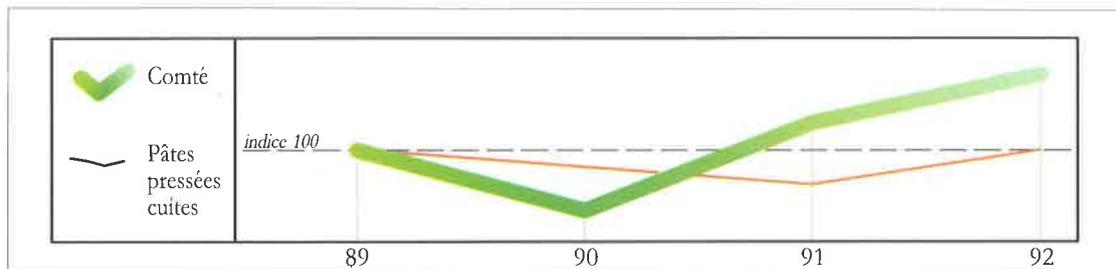
L'étude va plus loin encore, les participants auront pu découvrir à travers des exemples comment ces zones de goût correspondent à des unités géographiques parfaitement identifiables sur le plan géologique notamment. Monsieur Berger, Directeur de l'INAO aura souligné le caractère décisif de ces travaux : le terroir est bel et bien un facteur déterminant de spécificité en production fromagère AOC. Le Terroir apporte tout un potentiel aromatique que le fromager et l'affineur se chargent de révéler.

APPORTONS LE GOÛT!

Après la crise de 90 et de 91, le marché du Comté est équilibré et cela grâce au goût!

Depuis 2 ans, les achats de Comté par le consommateur progressent régulièrement (source PANEL SECODIP), dans un marché global des pâtes pressées cuites qui globalement stagne.

évolution des achats de Comté par les consommateurs français



La production a repris sa progression, les ventes augmentent continuellement depuis deux ans, les prix à la consommation également et les stocks sont sains! **Ce redressement**, nous l'attendions mais n'osions l'espérer aussi important. **A quoi pouvons nous l'attribuer?**

- **A des raisons conjoncturelles** : à partir du 2^e semestre 1991, la baisse de production a ajouté ses effets à une forte augmentation des ventes. L'indice des ventes s'est durablement établi à un niveau nettement supérieur à 100. En 6 mois, les stocks qui avaient été excédentaires de plus de 2000 tonnes, sont revenus à un niveau normal.

Les gros moyens publicitaires (spots radiophoniques) mobilisés par le CIGC et les efforts importants consentis par les maisons d'affinage sont les deux principales explications de ce rétablissement.

Mais au-delà de cette réussite conjoncturelle, il nous faut réfléchir aux raisons du maintien des ventes depuis lors à un niveau élevé (+ 9% depuis le début 1992).

- **Mais aussi grâce au goût et à la qualité** : En 1991, les stocks étant plus abondants, les affineurs ont mis sur le

marché des meules plus âgées, plus riches en goût, réhabilitant ainsi l'image d'un fromage de grande qualité gustative.

(Alors qu'à l'inverse la situation antérieure avait poussé à la mise en marché de fromages trop jeunes et provoqué la déception du consommateur).

Conjointement le contrôle de la qualité par nos contrôleurs DGCCRF, le travail de nos jurys d'experts et les nombreux contrôles analytiques ont moralisé et continuent à moraliser les comportements. Ainsi, le taux de déclassement des fromages a-t-il beaucoup diminué. La filière Comté s'est imposée une plus grande discipline en faveur de la qualité.

Cette conjoncture montre **le lien étroit entre qualité de goût et acte d'achat** : dès lors que nos fromages satisfont le consommateur, nos prix et nos ventes s'améliorent! Les consommateurs de Comté s'avèrent exigeants: ils aiment nos produits et banissent, de ce fait, le Comté "moyen de gamme", insuffisant en goût.

A l'extérieur de la Franche-Comté, d'autres consommateurs exigeants peuvent devenir des habitués du Comté de qualité, sans concession.

UN PEU D'HISTOIRE : LA FRUITIÈRE



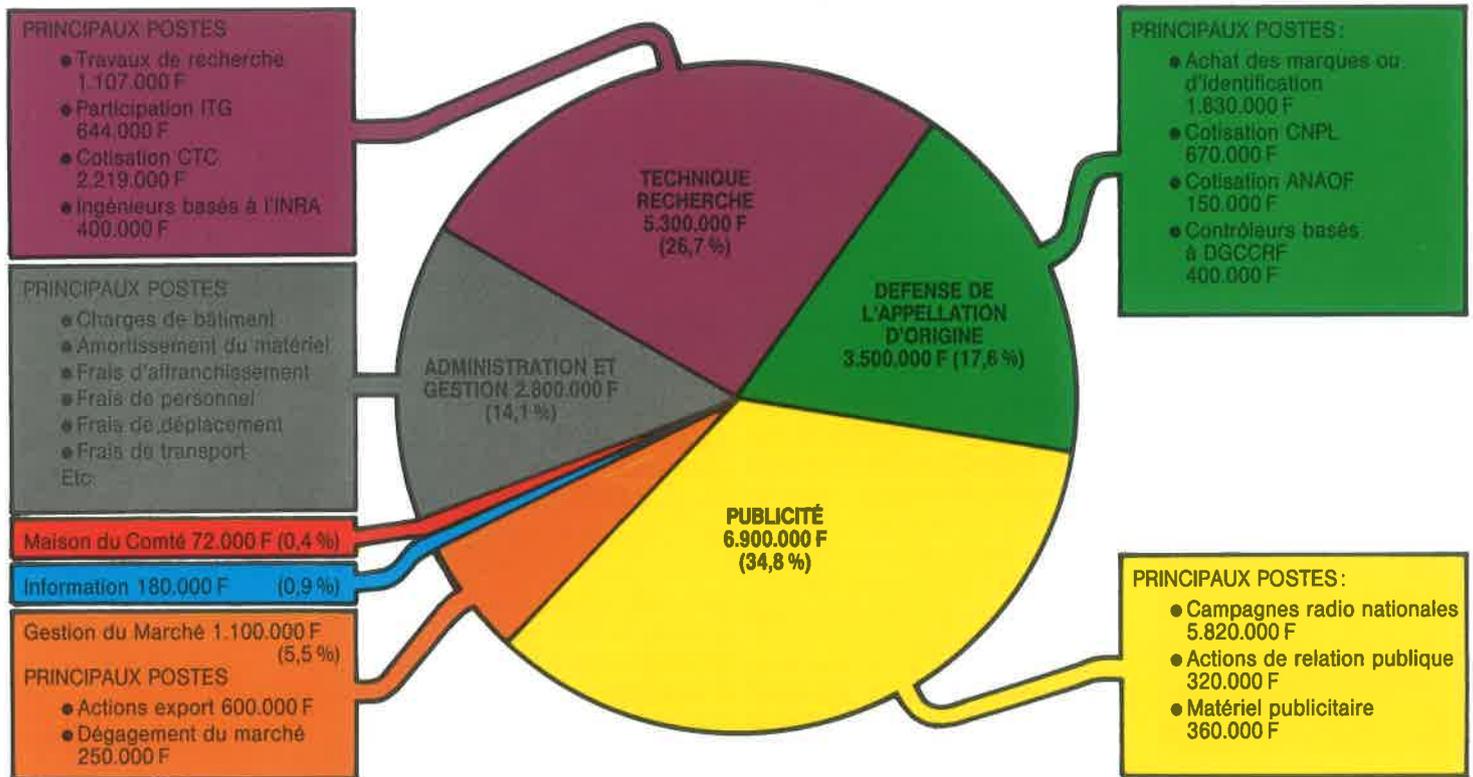
Le Petit Larousse définit la Fruitière comme une "Association de producteurs de lait créée pour la fabrication du Fromage, principalement celle du Gruyère". Dans son ouvrage sur le Comté, Monsieur Vernus, historien, précise que les premiers documents qui emploient le mot fruiterie datent de la seconde moitié du XIII^e siècle, et émanent d'un recueil d'Hugues 1^{er} de Chalon d'Arly.

QUELS MOYENS POUR PRÉPARER L'AVENIR DU COMTÉ

Dans un secteur fromager où la concurrence est toujours de plus en plus forte, la promotion du Comté, la défense de l'A.O.C., l'amélioration de la qualité, la recherche, sont des investissements nécessaires pour préparer l'avenir, mais coûteux.

Le budget primitif de l'interprofession Comté a été fixé pour l'année 1992 à 19.852.000 francs dont 7,4% de subventions (destinées uniquement aux travaux de recherche et de suivi technique). Le faible taux de subvention montre les capacités de la filière Comté à gérer elle-même son avenir. Pour 1992, les choix suivants auront été faits par l'Assemblée Plénière du CIGC :

STRUCTURE DU BUDGET PRIMITIF DE L'INTERPROFESSION DU COMTÉ - 1992



LA NOTATION

Au sortir de la cave d'affinage, toutes les meules font l'objet d'une notation. Le marquage "Comté" est basé sur le niveau de qualité de chaque meule établi à partir de la grille de notation officielle du Comté.

Les critères retenus sont les suivants :

Le goût	_____	9	points
La pâte	_____	5	points
L'ouverture	_____	3,5	points
Le croûtage	_____	1,5	points
La forme	_____	1	point
TOTAL	_____	20	points

La grille privilégie donc les qualités de goût et de pâte. Cette tendance est renforcée par l'élimination de l'appellation d'origine contrôlée de tout fromage présentant un goût rance ou piquant, une pâte dure ou coriace. Une meule n'atteignant pas la note minimum de 12/20 est éliminée de l'A.O.C.



Les Nouvelles du Comté vous présentent leurs Meilleurs Vœux!

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : YVES GOGUELY
 REDACTEUR EN CHEF : JEAN-JACQUES BRET
 CONCEPTEUR-MAQUETTISTE : JEAN-MARIE LAPP
 LES NOUVELLES DU COMTÉ EST UNE PUBLICATION INTERPROFESSIONNELLE ÉDITÉE PAR LE :
 COMITÉ INTERPROFESSIONNEL DU COMTÉ : CIGC, AV. DE LA RÉSISTANCE - BP 26 - 39801 POLIGNY Cedex FRANCE