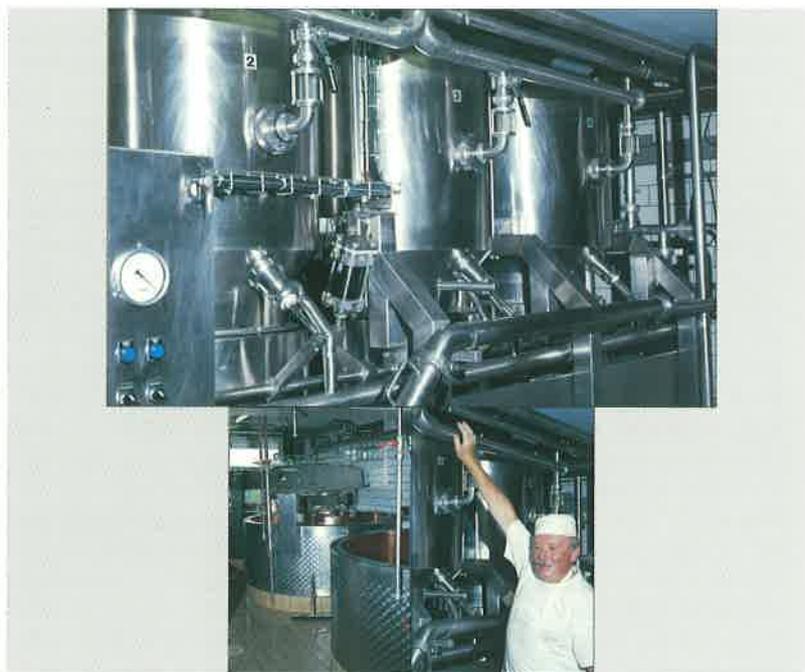


# COMTÉ

LA LETTRE D'INFORMATION DU COMITE INTERPROFESSIONNEL DU COMTE

automne 1993 numéro 4

## VILLENEUVE D'AMONT : «*NAISSANCE D'UNE FRUITIERE*»



*«Mon Cher, si vous ne savez pas ce qu'est une fruitière, vous ne comprendrez jamais rien à la coopération agricole»  
E. FAURE*



**A**ndré FAIVRE et Chantal, son épouse, arrivés à Villeneuve d'Amont le 1<sup>er</sup> janvier 1973, débutaient l'exigeant métier de fromager dans une fruitière vétuste qui connut une modernisation partielle 2 ans plus tard. Il leur fallut attendre le printemps 1992 pour vivre la "grande amélioration", l'installation de cuves à quatre "pains" et celle de presses sous vide, outils qualifiés de fantastiques par les époux FAIVRE qui réalisent, chaque jour, de 8 à 15 COMTÉS.

Cette installation surprend, par la grande qualité du matériel employé, son implantation très fonctionnelle et l'atmosphère d'hygiène qui s'en dégage. Les 12 sociétaires sont appréciés par les époux FAIVRE pour leur compétence et leur gentillesse. En effet, trois facteurs sont indispensables à l'élaboration d'un COMTÉ de haute qualité : la technicité, la fidélité à une culture, les qualités humaines des hommes et des femmes qui y travaillent.

## GERER LE MARCHÉ ET FAIRE VIVRE UN MASSIF MONTAGNEUX

**P**arce que la filière COMTÉ assure le maintien et le développement d'emplois hautement qualifiés, parce que 210 fruitières et 20 maisons d'affinage constituent un tissu d'activités économiques partieprenante de la vitalité naturelle du massif Jurassien, on n'a pas le droit d'imposer au COMTÉ les lois du libéralisme sauvage.

Chaque fois que le marché du COMTÉ se porte bien, il crée un tel appel de production que la crise s'installe entraînant : pertes de revenus, pertes d'emplois, dépôts de bilans...

La filière COMTÉ ne souhaite pas le protectionnisme mais veut gérer son marché et sa croissance comme toute entreprise, car le COMTÉ est acheté par

le consommateur comme une marque, or, une marque à le droit et le devoir de gérer sa production en fonction de ses ventes. De plus en plus d'élus, responsables professionnels, représentants de l'état sont convaincus de cette nécessité et soutiennent l'interprofession du COMTÉ qui se bat pour que lui soit reconnu ce droit élémentaire.

Monsieur PINCHON, Président de l'I.N.A.O., autorité morale incontestée vient d'apporter son soutien au Président du C.I.G.C. Monsieur GOGUELY, à l'occasion de l'inauguration de la fruitière de Villeneuve d'Amont, le 7 Septembre 1993.

Les Nouvelles du COMTÉ vous proposent, ci-dessous, de longs extraits significatifs de son intervention.

Le Bureau du C.I.G.C.

### QU'EST-CE QU'UNE A.O.C. ?



**L'A.O.C., c'est aussi le volonté de bien maîtriser la production pour assurer le retour d'une plus-value au producteur.**

**U**ne A.O.C., c'est bien sûr le lien avec le terroir et la volonté des hommes de magnifier ce lien grâce à leur savoir-faire. C'est donc le droit à la différence, base même de l'A.O.C.

Il ne faut pas que les COMTÉS se ressemblent, il faut pouvoir expliquer que tel COMTÉ est différent de tel autre. Et le consommateur choisit.

Il n'y a pas un Beaujolais. Entre le médiocre et le très bon, il y a des Beaujolais, qui ne sont d'ailleurs pas tous aux mêmes prix.

Mais l'A.O.C. c'est aussi la volonté de bien maîtriser la production pour assurer le retour d'une plus-value au producteur, et de la mettre en marché de façon différente.

Les pouvoirs publics devront bien en tenir compte, il faut trouver un moyen de maîtriser les quantités produites. Ça peut être la délimitation dans le domaine du vin, qui peut aboutir à des aires de production relativement réduites, ça peut être les droits de plantation que l'on ne distribue pas n'importe comment, ça peut être comme pour le ROQUEFORT, la superficie des caves où l'on affine.

Ça peut être, comme je me le suis entendu dire, un prix différentiel des plaques.

Tout est bon, dans la mesure où il s'agit de contrôler les quantités produites.

Vous ne pouvez pas laisser le système

s'emballer. Vous devez créer une plus-value et assurer un réel retour de cette plus-value au producteur.

Or, à l'heure actuelle, on ne peut plus dire que les plus-values créées dans le domaine agricole soient bien retournées aux producteurs et chaque jour la part de l'agriculteur diminue dans le produit transformé.

Dans les produits A.O.C. le partage doit se faire de façon plus équitable. S'il n'y a pas de plus-value, il n'y a plus d'A.O.C. C'est pourquoi vous devez tourner le dos à la banalisation et faire attention aux procédés industriels. La banalisation industrielle vous entraînerait tout droit à la productivité, telle que nous la connaissons ailleurs, et cette productivité vous entraînerait tranquillement vers un revenu en diminution, à moins d'une augmentation de production. A partir de ce moment là, c'est le schéma classique, baisse des prix - accroissement de production.

Le schéma A.O.C. est un schéma différent. S'il n'y avait pas eu l'INAO et les A.O.C., il n'y aurait pas 90 000 viticulteurs en France. Il y aurait des usines à vin, comme il y en a dans de nombreux pays, qui font de bons produits, irréprochables sur le plan technologique, mais d'une banalité rare. Dans le domaine des produits laitiers, on peut retrouver une vraie notion d'A.O.C. en s'appuyant notamment sur le COMTÉ.

Soyons vigilants.



**S'il n'y a pas de plus-value, il n'y a plus d'A.O.C.**

J. PINCHON  
Président de l'I.N.A.O.

## LA FRUITIERE A COMTE EST UN OUTIL ECONOMIQUE RENTABLE

La filière COMTÉ est un exemple d'organisation économique spécifique, imaginée par les hommes du terroir eux-mêmes, plutôt que de rechercher le salut dans les systèmes intensifs, aliénants, qui nous viennent d'ailleurs. Et c'est un système économique qui marche. **Sur les cinq dernières années, l'écart moyen de prix entre les coopératives à COMTÉ du département du Doubs et la moyenne française est de 25 centimes, soit 13 % d'écart moyen.** Cette réussite est précieuse. Elle permet au massif jurassien de vivre. On entend parfois, chez les gens qui savent à notre place, que le COMTÉ doit augmenter ses tonnages. Je suis d'accord avec cet objectif si les prix suivent. Du reste c'est ce que nos commerciaux ont su réaliser au cours de ces trois dernières années. Je ne suis pas d'accord si l'augmentation de tonnage se fait grâce à une baisse de prix, car le massif jurassien perdrait alors, comme ce fut le cas d'autres massifs montagneux, son agriculture et donc l'essentiel de sa vie rurale. Ma fruitière traite seulement 1,8 millions de litres de lait par an (travaillés par un couple de fromagers, Monsieur et Madame FAIVRE dont je salue ici le dévouement et la compétence) voilà de quoi faire frémir tous nos conseillers et experts en tout genre. Sur le papier, avec la calcullette, il est prouvé que nous sommes des inconscients. En effet, il serait facile, multipliant le litrage par trois, ou par cinq, ou par dix, etc..., de réduire d'autant nos charges fixes et donc nous devrions être payés moins chers que les gros ateliers. Vous l'avez compris, si j'aborde le sujet, c'est que la réalité est inverse. Ma fruitière a, sur les cinq dernières années, mieux payé le lait en moyenne de 25 centimes par rapport à la moyenne du département du Doubs, l'écart est de 40 centimes avec la moyenne française. Les grincheux diront que nous n'avons pas encore investi. Dont acte, alors prenons

l'investissement : 1,5 millions de francs, amortis sur 10 ans et sur 1,8 millions de litres, soit une charge de 9 centimes au litre par an. L'écart en faveur de la fromagerie de Villeneuve d'Amont demeure élevé, et nous disposons en plus d'un outil neuf. La logique A.O.C. est une logique où le calcul économique ne doit pas considérer uniquement la diminution des charges. En logique A.O.C., il peut être intelligent d'accepter un niveau de charges élevé, témoin de la multiplication des soins apportés au produit avec pour finalité la fourniture d'un fromage de qualité, typique, recherché par le consommateur. Car alors, le prix de vente compense largement l'accroissement du coût consenti. Plus que jamais donc, nous nous battons en faveur d'un produit haut de gamme, typique et par conséquent non imitable. Cette bataille se fait sur le plan des structures, car l'accroissement de la taille des ateliers, c'est la perte de spécificité de nos produits et donc leur affaiblissement économique. L'organisation en fruitière est en soi un facteur de réussite économique. Elle assure une grande proximité entre le producteur de lait et le produit fini. Notre fromager connaît chacun de nos laits, sa technologie suit au plus près les variations de leur composition. Il assure lui-même une grande discipline parmi les apporteurs. Il est aussi important de souligner que nos fruitières de village sont des instruments de responsabilisation des agriculteurs que nous sommes. Nous ne sommes pas que des manœuvres, des livreurs de lait. Nous sommes aussi des transformateurs, des gestionnaires, des vendeurs de fromage. Nos fruitières sont donc des outils qui contribuent à la formation des hommes et à la noblesse de notre métier.

Conclusion, il faut continuer à se battre pour faire vivre notre terroir et nos villages.

*En logique A.O.C., il peut être intelligent d'accepter un niveau de charges élevé témoin de la multiplication des soins apportés au produit.*



Y. GOGUELY  
Président du C.I.G.C.

## QUEL DEVELOPPEMENT POUR LE COMTE ?

Le COMTÉ amène une plus-value significative aux producteurs qui, avec un prix de lait nettement supérieur à la moyenne nationale (et sans soutien de prix communautaire), peuvent ainsi vivre sur le massif jurassien. C'est un produit de qualité dont les coûts, certes sont élevés, mais les charges liées à la qualité trouvent une compensation large par un prix de vente élevé, apaisant des produits de haut de gamme, rares car inimitables. La nature du produit, sa vocation d'aménagement du

massif jurassien le confirment ainsi plus dans sa dimension qualité que dans une perspective de développement quantitatif. **Les entreprises qui ont développé leur production par une politique de bas prix l'ont fait au détriment de leur équilibre financier.** A quoi bon développer le tonnage si c'est au détriment du prix du lait. Nous avons un prix du lait supérieur à la moyenne nationale pour vivre au pays, sur notre massif montagneux, au service de notre région, pour défendre notre culture et notre identité.

J.M. POBELLE  
Président de la C.R.C.A.



## LA DIVERSITE DU COMTE EST SON PRINCIPAL ATOUT

**L**e COMTÉ fait vivre le massif jurassien grâce aux multiples saveurs que ses terroirs lui apportent. En Franche-Comté 210 villages sont animés par une fromagerie. Ces 210 fromagères constituent l'épine dorsale de la vie agricole en Franche-Comté. Elles constituent un exemple exceptionnel de ruralité et d'occupation du territoire, faisant travailler et vivre 3 500 producteurs de lait, 210 familles de fromagers et une vingtaine de maisons d'affinage. 5 000 emplois sont assurés ainsi sur le massif jurassien.

Ces fromagères produisent un fromage naturel, sans aucun additif ni colorant, fruité, différent de fromagerie en fromagerie



comme pour les grands vins A.O.C. Seules, ses **différences organoleptiques** permettent au COMTÉ de se valoriser sur le marché de meilleure façon que les 200 000 tonnes d'EMMENTAL et autres fromages standardisés. Le consommateur a aujourd'hui le choix entre des centaines de fromages. Notre seule chance c'est de le satisfaire en lui fournissant un authentique fromage d'appellation d'origine riche de nombreux terroirs et de multiples saveurs. Le COMTÉ peut, avec son millénaire d'histoire, aborder l'avenir avec confiance, à condition que l'on ne le contraigne pas à une industrialisation et une mortelle banalisation.

J.C. ARNAUD Affineur



**N**ous avons à retrouver au niveau des fromages A.O.C. une tonalité qui nous permet d'être considérés comme des partenaires économiques à part entière. C'est une mission très noble, car assortie à cette autre fonction qui est l'aménagement du territoire... Une condition essentielle est qu'il n'y ait pas de défaillance au sein des A.O.C. C'est pourquoi, au sein du Comité National nous nous sommes



attelés à la tâche d'actualisation et de mise en conformité des décrets qui caractérisent nos A.O.C. Celles-ci revendiquent leur apport culturel et gastronomique créant ainsi une dynamique économique, réponse concrète aux handicaps de leur terroir d'origine. **Comme le chêne qui veut grandir pour se développer, le COMTÉ enfonce ses racines.**

Il a ainsi valeur d'exemple.

A. VALLADIER  
Président du Comité National  
des Produits Laitiers.

**A**u travers de l'inauguration de la fromagerie de Villeneuve d'Amont, présidée par Monsieur GOGUELY, plusieurs personnalités auront exprimé leur soutien aux choix structurels de la filière COMTÉ. Le Conseil Régional aura, par la présence de son Président Monsieur CHANTELAT et du Président de la Commission Agricole Monsieur BAILLY, rappelé son soutien à la modernisation des fromagères traditionnelles. Il aura souligné l'importance de l'installation de jeunes agriculteurs, soutenue par le Conseil Régional, pour le maintien du tissu rural, notamment en zone de montagne.

L'Etat, représenté par Monsieur

GOENAGA, Directeur Départemental de l'Agriculture du Doubs, apporte une aide significative à la modernisation des fromagères de la filière COMTÉ, dans le cadre du contrat de plan Etat-Région. Il soutient également des programmes de recherche ambitieux de la filière COMTÉ sur la caractérisation de la flore sauvage des laits et sur l'étude des zones de cru du terroir COMTÉ.

Le Conseil Général, représenté par Monsieur PHILIPPE, aura souligné l'originalité de la fromagerie qui associe chaque producteur de lait à la gestion de l'A.O.C. et aura remercié tous les producteurs de lait de Villeneuve d'Amont pour leur esprit coopératif.

· Le Bureau du C.I.G.C.

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION  
YVES GOGUELY

REDACTEUR EN CHEF  
JEAN-JACQUES BRET

CONCEPTEUR-GRAPHISTE  
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