

LES NOUVELLES DU COMTÉ

www.comte.com

LA LETTRE D'INFORMATION DU COMITÉ INTERPROFESSIONNEL DU COMTÉ

ISSN 1283-677 X

ÉTÉ 2003 - Numéro 43

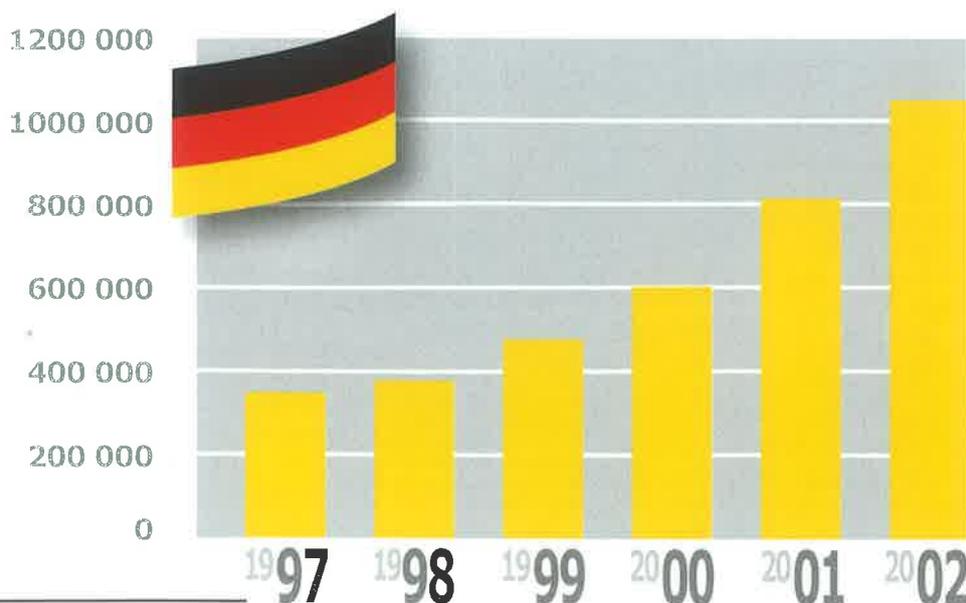
LE COMTÉ POURSUIT SA PROGRESSION SUR LE MARCHÉ ALLEMAND

En 2002, l'action publicitaire du C.I.G.C. sur le marché Allemand en faveur du Comté s'est poursuivie avec un budget identique à celui des années précédentes (600 000 euros) et selon un plan d'actions défini en liaison avec les entreprises d'affinage, et peu différent de celui des années précédentes :

- un équilibre entre les actions tournées vers les distributeurs et celles tournées vers les consommateurs
- des achats d'espace dans la presse consommateur, complétés par des relations publiques auprès des journalistes, et par l'animation du site Internet
- une forte et continue présence auprès de la distribution par des envois réguliers de mailings, de matériel promotionnel, d'achats d'espace dans la presse spécialisée.

Au cours de l'année 2002 l'implantation du Comté dans la grande distribution s'est poursuivie.

Alors que l'année 2001 avait été marquée en Allemagne par une forte progression du marché des fromages en général et des exportations de fromages français notamment, en raison du report de consommation des produits carnés vers les fromages provoqué par la crise de l'E.S.B, l'année 2002 a vu un retour de tendance avec notamment une diminution des ventes de fromages français. La progression du Comté pendant cette même période n'en est que plus intéressante. Pour les 8 entreprises de la filière Comté qui ont déclaré au C.I.G.C les tonnages exportés, est atteint un volume de 1 048,5T, soit une progression de + 29 % par rapport à l'année précédente. Le tonnage total exporté sur l'Allemagne par tous les affineurs et les grossistes est probablement supérieur, mais non disponible au C.I.G.C dans la mesure où le Comté n'est pas individualisé dans les statistiques douanières.



EXPORTATIONS VERS ALLEMAGNE
(kilogrammes)

Dans un contexte de crises sanitaires à répétition, chaque producteur doit être à même de prouver en permanence la qualité de son travail. Cette exigence de la société, le C.I.G.C. a souhaité l'anticiper en mettant au point dès le début de l'année 2000 le dispositif de qualification des élevages qui repose sur 2 piliers fondateurs :

- Les critères de qualification sont les mêmes pour tous les producteurs de Comté et ne dépendent pas du circuit commercial du fromage.
- Ils sont cohérents avec le décret du Comté et le complètent en abordant de nouveaux sujets tels la gestion des déchets.

Aidé par ses partenaires habituels : Syndicats de Contrôle Laitier, Chambres d'Agriculture et Institut de l'Élevage, le C.I.G.C. a ainsi instauré une nouvelle procédure où les producteurs doivent recevoir régulièrement la visite d'un auditeur qui les aide à faire le point sur leurs points forts et leurs points faibles.

Le niveau d'exigence élevé auquel sont déjà habitués les producteurs est tel que l'effort supplémentaire demandé est surtout celui de la traçabilité : écrire ce que l'on fait et classer les papiers que l'on reçoit. Ordonnances, bons de livraison, carnet sanitaire, cahier d'épandage, fiche de visite du technicien machine à traire, bulletins d'analyse, ... sont autant d'éléments de traçabilité.

Pour le moment les audits n'aboutissent pas à une "disqualification" (ils ne se superposent pas aux contrôles réglementaires de l'A.O.C. faits par l'administration : INAO, fraudes, DSV) mais la priorité est donnée à la mise en place de plans de progrès individuels.

Les sujets sur lesquels les éleveurs s'engagent le plus souvent sont les suivants:

- Tenir à jour un carnet sanitaire et conserver les ordonnances du vétérinaire.
- Conserver les étiquettes ou les bons de livraison des aliments.
- Marquer les animaux en traitement.
- Améliorer la conception du lieu de traite ou de stockage du lait.
- Formaliser la procédure de traite et de nettoyage du matériel.

À ce jour, plus de 1200 audits ont été réalisés parmi les 3300 exploitations agricoles de la filière. À ce rythme, on peut prévoir que tous les producteurs auront été audités une première fois dans 2 ans.

Au-delà de l'aspect individuel, le résultat des audits saisi sur informatique est exploité fruitière par fruitière : la synthèse établie fournit des orientations à chaque fromagerie et aboutit le plus souvent à la mise en place de plans de progrès collectifs tels que :

- Contrôle des tanks.
- Recyclage des déchets.
- Installation d'armoires à pharmacie.

De plus, les données des audits sont exploitables à l'échelle de la filière : la synthèse de plus de 1000 audits constitue une photographie assez nette des pratiques des éleveurs qui peut s'avérer un outil précieux d'aide aux décisions interprofessionnelles.



L'observation du troupeau permet à l'auditeur d'observer la race, le bouclage, l'état d'engraissement et la propreté des vaches, l'état des trayons, le marquage des animaux en traitement.



L'éleveur explique comment il stocke son fourrage pour assurer une alimentation de qualité régulière tout au long de l'hiver.



L'éleveur explique ses objectifs de sélection, le raisonnement de la période de vêlage, la gestion du pâturage.



L'armoire à pharmacie est rangée (peu de stock, pas de périmé), l'éleveur explique comment il suit la santé de son troupeau, comment il enregistre les traitements sanitaires.



L'autocollant "optitraite" atteste de la date du dernier contrôle de la machine à traire. Dans son plan de progrès, l'éleveur a prévu d'afficher les consignes pour le nettoyage du matériel de traite, une sécurité en cas de remplacement.



Des abords fleuris et avenants constituent un plus pour la filière.

Depuis 1999, les enfants des écoles de Franche Comté apprennent à connaître un produit phare de leur région: le Comté bien sûr! Claire PERROT et Didier SINTOT, les 2 "formateurs goût" de la filière proposent en effet aux enseignants des écoles primaires une animation en 3 séances pour découvrir le Comté sous tous ses aspects:

• Qu'est ce que le Comté?

Quelle race de vache sert à produire du Comté? Que mangent-elles? Combien de lait faut-il pour faire une meule? Comment la croûte se forme-t-elle?... Voilà autant de sujet où nos petits Franc Comtois sont désormais incollables!

• Approche des 5 sens

Cette deuxième séance permet aux enfants de mieux utiliser leurs 5 sens au cours de la dégustation grâce à des exercices pratiques.

• La découverte sensorielle du Comté

C'est la séance la plus gourmande. Les enfants passent de la théorie à la pratique avec un assortiment de différents Comté qu'ils vont regarder, flairer et goûter. Pourquoi celui-ci est-il plus pâle que les autres? C'est quoi ces petits grains blancs? Comment se forment les trous?... Les enfants en parlent puis écoutent leurs papilles et essaient de décrire leurs sensations.

Ces séances avec les enfants sont très vivantes et vivifiantes. En milieu rural, ils sont ravis d'entendre parler des métiers qu'ils connaissent dans leur village; en milieu urbain, ils sont heureux de découvrir ces activités "exotiques".

Les enseignants poursuivent parfois ces interventions par des animations personnelles: leçons sur l'importance d'une alimentation équilibrée, fabrication de fromage à l'école, constitution d'un cédérom, rédaction d'un petit livre... les idées ne manquent pas pour mettre à profit et développer les connaissances acquises.

Cette animation prise en charge par le C.I.G.C. est donc gratuite pour les écoles. Elle a reçu l'aval de l'inspection académique. Au cours de l'année scolaire 2002-2003, elle a touché un millier d'enfants et une quarantaine d'enseignants.

Denise RENARD

La lettre que les enfants de l'école de Chaillexon ont envoyée au C.I.G.C. pour remercier Didier Sintot et Claire Perrot.

Votre collègue Didier Sintot est venu nous présenter le Comté. Il nous a expliqué la fabrication du Comté et nous a ensuite appris à utiliser nos 5 sens pour déguster des aliments. Et la dernière séance, il nous fait déguster de la rognure et plusieurs sortes de Comté. Nous avons appris beaucoup de choses grâce à votre collègue; c'était amusant et très intéressant! Nous vous remercions de nous avoir permis de partager la vie du Comté. Nous espérons que vous allez continuer de présenter votre animation aux autres écoles de la région.

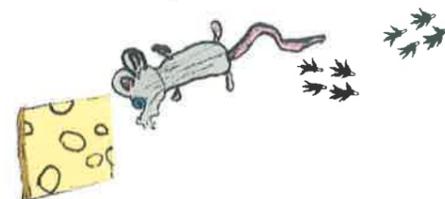
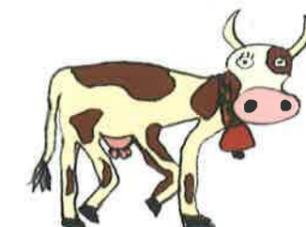
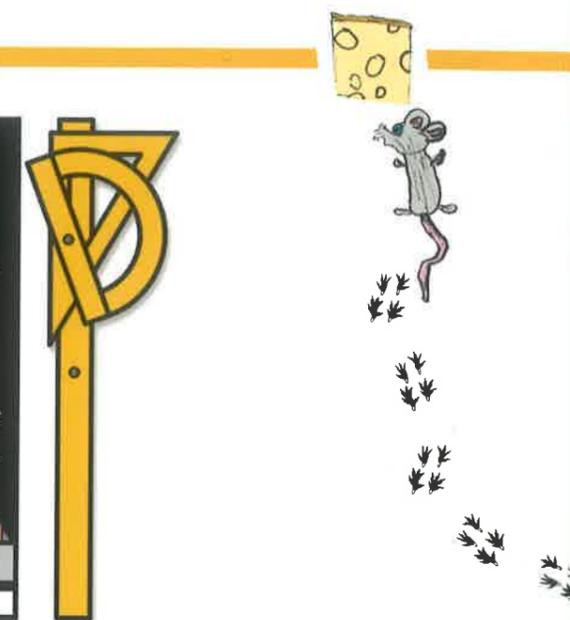


Le principal effort demandé est celui de la traçabilité c'est-à-dire le classement des documents et l'enregistrement des pratiques.

Le tourisme rural, l'accueil organisé à la ferme, autant d'occasions pour les producteurs de lait d'assurer la promotion du métier.

L'auditeur et l'éleveur évaluent pour chaque critère, de A (note la plus favorable) à D (note la plus défavorable), la situation de l'exploitation - recherche de consensus, ils doivent être d'accord ensemble sur la note choisie.

Les enseignants intéressés peuvent se mettre en relation avec les formateurs: Didier Sintot au 03 84 37 47 45 Claire Perrot au 03 84 73 81 92



**L'EST
RÉPUBLICAIN**

**Par les sens éveillés
les élèves ont goûté au Comté**

Pas d'attente, pas de courtoisie mais un instant, expert en fromage et en pédagogie. Pas de brasseur, ni de laurier mais une table avec, tous les sens éveillés, les élèves du Comté. Par leur sens éveillés...

La sur de la Chaussée et la ville, l'achèvement du comité interprofessionnel du Comté a permis la direction de l'école de Sur-la-Segrie à la campagne. Des maîtres de nombreuses et belles...

Orchamps-Vennes
le 25 mai 03

**Les élèves de l'école primaire
dégustent le Comté**

Après deux années de présentation de notre fromage à la bibliothèque par Erika Schuster et la mise en scène de travail de l'adoption du fromage et de l'affinage, les élèves de l'école primaire d'Orchamps-Vennes...

Villers-le-Lac
le 25 janvier 03

**Présentation du Comté
dans les écoles primaires**



Montlebon,
le 14 février 03



Orchamps-Vennes
le 08 avril 03



A la découverte du Comté



Les élèves de Mme Bourgeois ont été initiés à la découverte du Comté.



FLASH PUBLICITÉ

Considérée comme un organisme de droit public, l'Interprofession du Comté est soumise à la règle de mise en concurrence communautaire pour la passation des marchés de services, dont le seuil budgétaire excède 200 000 euros. Dans ce cadre légal, les budgets communication/publicité de l'A.O.C. Comté ont fait l'objet d'un appel d'offre communautaire lancé le 22 janvier 2003. Cette procédure s'est traduite par une compétition d'agences extrêmement riche et qualitative.

Par délibération du 7 mai 2003, le budget "Allemagne" a été reconduit avec l'agence



actuelle, W.A. SCHUSTER. En France, c'est l'agence lyonnaise JUMP qui a été retenue pour le gestion du budget. Dans les grandes lignes créatives, l'axe temps restera le thème central de la communication, assurant ainsi une continuité avec les campagnes précédentes. L'approche s'inscrit néanmoins dans un registre nouveau: du temps d'affinage, on passe au temps de vivre.

Il s'agit d'inscrire la nouvelle communication dans le rapport moderne de l'homme au temps. Rendez-vous dans quelques mois pour découvrir la nouvelle saga publicitaire du Comté!.

Aurélia CHIMIER

Il n'est pas possible d'être un îlot de prospérité dans un contexte général difficile. C'est ce qu'enseigne le marché du Comté. Dit autrement, le succès économique de ce fromage A.O.C. ne peut qu'être perpétuellement remis en cause. On peut le regretter. Mais il est aussi possible de penser que c'est cette fragilité même qui est à la base du succès à venir. L'amélioration de la situation des stocks peut en être un bon exemple.

La progression des ventes présentée dans le graphique ci-dessous authentifie le succès du Comté : +10.000 T de 1992 à 2002, soit une progression moyenne de 1.000 T par an. Et le graphique "prix" confirme qu'elle ne s'est pas faite par le dumping mais bien par une fidélisation accrue du consommateur.

Malgré ce succès, le Comté vit depuis 1995 une sorte de précarité avec, de manière cyclique, des stocks dangereusement alourdis. Cette précarité

tomne 2002 en est une illustration. La croissance des stocks était impressionnante. Exprimés en "mois moyen de vente", ces stocks étaient au 31 juillet de :

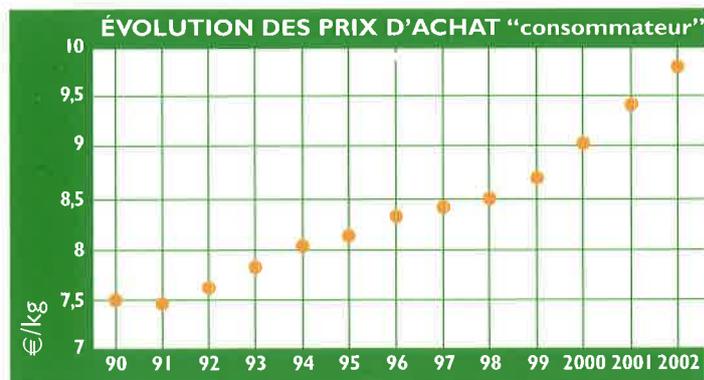
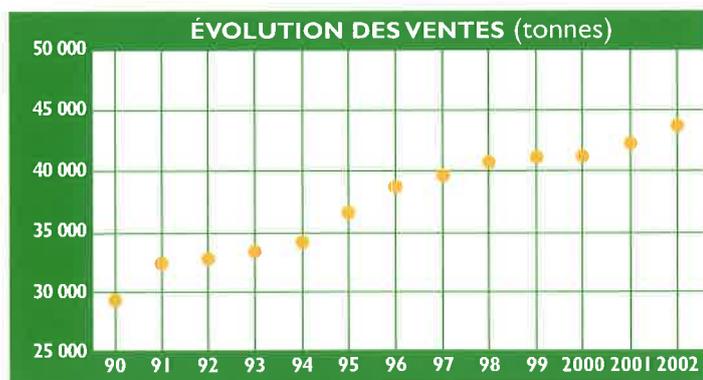
- 8,37 mois moyens de vente au 31 juillet 2002
- 7,60 mois moyens de vente au 31 juillet 2001

En seulement un an, il y avait 0,77 mois moyen de vente en stocks de plus dans les caves, avec tous les risques de dégradation que l'on connaît.

Des mesures d'urgence ont été prises et ont recueilli un consensus large d'autant plus remarquable qu'elles demandaient à chacun de lourds sacrifices :

- pour les ateliers de transformation : une réduction temporaire de 2 % de production,
- pour les ateliers d'affinage : un dégagement sur la fonte de 2 % des stocks.

À l'effet de ces mesures, s'est ajouté celui de



Source PANEL SECODIP

a une double explication : le pouvoir attractif du Comté se traduit depuis 15 ans par un mouvement de reconversion des producteurs de la zone, d'Emmental en Comté. Ce mouvement affecte notamment le nord du massif du Jura à tradition Emmentaliste.

Et d'autre part, les opérateurs emmentalistes qui ne peuvent fabriquer du Comté, soit parce que le cahier des charges Comté est trop exigeant pour eux, soit parce qu'ils sont situés en périphérie de zone, se sont lancés il y a quelques années dans une production de Gruyère, imitatrice du Comté sans les disciplines de production qui y sont liées, et donc forcément moins cher.

À chaque alerte, la filière Comté se mobilise et la situation se rétablit. Ce qui s'est passé depuis l'au-

bonnes ventes au cours des 6 derniers mois. Le résultat en est un assainissement des stocks avec :

- 6,88 mois moyens de vente en stock au 30/04/03
- 7,14 mois moyens de vente en stock au 30/04/02

Un coup de chapeau peut donc être donné à tous les opérateurs de la filière. Ce résultat met en évidence la nécessité pour chaque acteur de la filière de ne pas considérer que son propre intérêt à court terme, mais de garder la capacité de jouer le jeu de la discipline collective, pour, en particulier, permettre un équilibre offre et demande du marché, indispensable pour éviter la dégradation des stocks.

François PETITE