

Malgré la sécheresse, le Comté privilégie la qualité

En dépit de quelques demandes pressantes faites au CIGC, l'ensilage et l'enrubannage resteront interdits, aux vaches laitières et aux génisses.

Les agriculteurs sont souvent confrontés à des situations de crise, climatiques ou parfois sanitaires comme récemment la grippe aviaire. On sait le poids d'angoisses que supportent ceux qui en sont victimes : récoltes impossibles, ventes interrompues, ont des conséquences désastreuses et durables sur des exploitations dont la survie peut être remise en cause.

Dans le cas d'une AOC, les conséquences peuvent être plus lourdes encore, car peut être en jeu l'image de l'AOC. On l'a bien vu récemment avec la grippe aviaire, la production du Poulet de Bresse AOC se voyait quasi remise en cause dans son identité même, puisqu'interdite « d'élevage en plein air ». Et il fallut qu'heureusement l'INAO admette à l'époque des systèmes dérogatoires, bien acceptés par tous, y compris par les consommateurs.

La sécheresse de l'année 2003 est dans de nombreuses mémoires car elle a touché de larges pans de l'agriculture française, pénalisant la récolte de nombreuses productions végétales. La zone Comté ne fut pas épargnée puisque la récolte fourragère fut en large partie anéantie. L'interprofession du Comté s'est alors efforcée de trouver des compromis, en donnant aux agriculteurs la souplesse nécessaire

SUITE PAGE 2

JOURNAL D'INFORMATION DU COMITÉ INTERPROFESSIONNEL DU GRUYÈRE DE COMTÉ - ISSN 1283-677 X



L'affinage,

là
où
le Comté
développe
ses
différences

Dossier
Pages 2 à 7



Malgré la sécheresse, le Comté privilégie la qualité

SUITE

au maintien de l'outil de production, tout en apportant la garantie au consommateur d'une préservation de l'identité même du produit. La clef de voûte du compromis fut : des soupleses données pour l'alimentation des animaux non en lactation, et aucune dérogation pour les vaches laitières.

Le CIGC a abordé les problèmes de 2006 dans le même esprit, mais de manière différente puisqu'après un mois de juillet éprouvant, la repousse de l'herbe fut permise par les pluies des mois d'août, et sa récolte par l'ensoleillement de septembre. De plus l'expérience de 2003 a milité pour une certaine prudence : le constat alors de quelques fermentations butyriques inopportunes a laissé penser que certains ont utilisé pour les vaches laitières l'ensilage qui n'avait été pourtant autorisé que pour les génisses. Par ailleurs, l'augmentation de la distribution d'aliment complémentaire au cours de l'hiver 2003-2004 a eu pour effet de coûter cher aux producteurs, de diminuer la qualité des fromages et de contribuer ensuite à l'excès de stocks constaté au cours de l'hiver 2004-2005.

Il était donc normal que les mesures dérogatoires soient d'une moindre ampleur. Toujours en n'admettant aucune dérogation pour les vaches laitières, la souplesse sera limitée à l'alimentation des génisses, avec la possibilité d'utiliser de la mélasse sur la paille. Rappelons que l'ensilage et l'enrubannage pour les génisses resteront interdits pour tous les animaux du troupeau laitiers (génisses comprises).

Le CIGC comprend qu'une telle rigueur crée quelques mécontentements, mais la très large majorité de la filière partage cette certitude que la confiance du consommateur, liée à une amélioration constante de la qualité et au respect de l'identité terroir du Comté, constitue l'élément constitutif de son avenir. Dans ce domaine de l'AOC comme dans beaucoup d'autres, ce qui est décisif est cette primauté du long terme sur le court terme.

Claude Vermot-Desroches
Président du CIGC

Dossier

Une fois créé par le fromager, le Comté n'est pas livré tout de suite au public. Novice, il entre dans des sortes de monastères où il sera affiné pendant de longs mois. Comme dans les ordres, chaque maison a ses règles, et elles sont mises au service de biens communs : la qualité des fromages, la vigueur de la filière et la vie d'un pays.

À travers quelques rencontres, nous vous proposons de découvrir quelques aspects de l'affinage.

VÉRONIQUE RIVOIRE-SPAHIS

« Chaque meule de Comté doit tirer la filière vers le haut et assurer le prix du lait »

À Montmorot, près de Lons-le-Saunier, Véronique Rivoire-Spahis dirige depuis 1992 les fromageries Rivoire-Jacquemin où sont affinés les fromages de 23 fruitières. Cinquième génération dans l'entreprise familiale, elle a succédé à son père, une figure de la filière, disparu brutalement en 1991. Vice-présidente du CIGC, et présidente de la CEC⁽¹⁾ depuis quelques mois, elle est particulièrement avisée pour évoquer la place de l'affinage dans la filière tout comme son originalité et sa pertinence dans le monde de la France fromagère.

• *Les Nouvelles du Comté - Quelle est aujourd'hui la position de l'affinage dans la filière ?*

Véronique Rivoire-Spahis - Le métier n'est ni moins fort ni plus fort qu'auparavant, il est simplement indispensable dans l'élaboration d'un grand Comté. Dans les années 1970, les expériences d'affinage développées dans plusieurs fromageries n'ont pas donné les résultats escomptés, tout simplement parce que c'est un authentique métier porteur d'un fort savoir-faire. J'insiste sur un point : notre rôle est d'abord d'assurer la transformation des fromages en blanc qui nous sont livrés, et de nous en donner tous les moyens, et ensuite seulement de les vendre. Nous n'inversons pas la priorité des choses. Les goûts du Comté sont aussi une spécificité issue de nos caves dont nous sommes fiers et nous devrions d'ailleurs réfléchir à davantage communiquer sur notre rôle dans la révélation de la diversité et de la richesse gustative du Comté.



Véronique Rivoire-Spahis, avec une partie de son équipe :
« Les goûts du Comté sont aussi une spécificité issue de nos caves dont nous sommes fiers ».

• *Quelles sont les clefs de ce métier ?*

Au niveau technique, l'affinage n'est pas quelque chose que l'on peut aisément coder et c'est heureux, c'est une excellente protection de notre savoir-faire. C'est un assemblage de dizaines de détails et de savoirs, accumulés au fil des décennies, c'est aussi la connaissance des caves, du comportement des Comtés dans chacune d'entre elles. Un ensemble de sensations et d'observations. C'est un métier de contact et l'on mettra d'autant mieux les fromages en valeur que nous aurons su tisser des liens avec les producteurs et fromagers en amont⁽²⁾, puis avec les clients en aval. Chaque meule de Comté doit tirer la filière vers le haut et assurer le meilleur prix de lait. C'est notre souci quotidien. Lorsqu'un affineur est en contact avec son client, il garde en tête les attentes des producteurs qui lui ont fait confiance, la technique unique du fromager, les besoins des coopératives dont la fidélité lui est indispensable et aussi bien sûr les besoins de ses propres salariés. C'est autre chose que de placer une ligne de produit supplémentaire sur un tarif bien fourni. Il a en grande

L'affinage au quotidien



Après une tournée dans plusieurs fruitières, les fromages dits « en blanc », identifiés, sont débarqués. Une opération délicate.



L'affinage : là où le Comté développe ses différences

partie entre les mains la responsabilité économique de cet ensemble et cet aiguillon a permis à la région de sortir un des meilleurs prix de lait en France.

• Comment ont évolué ces liens ?

Cette évolution est forte. Nos maisons, et à plus forte raison le Comté, ne peuvent exister sans d'excellents producteurs et le niveau de communication et d'échanges progresse constamment. Nous avons aussi conscience des difficultés que rencontrent les producteurs, et notamment les présidents, dans la gestion des coopératives. Je regrette toutefois l'évolution du métier de fromager dont l'influence au sein de la coopérative était autrefois plus importante.

• Les relations avec la clientèle suivent-elles la même tendance ?

Les Comtés qui sortent des entreprises d'affinage sont des fromages que l'on souhaite différents et que nous présentons comme tels. Nous restons dans un univers de PME à taille humaine. Comme je le disais, le chef d'entreprise ne perd pas le contact avec le producteur et pas davantage avec ses clients, que ce soit un crémier ou une enseigne de la grande distribution. Notre force est de ne pas seulement nous positionner dans une bataille pour le prix. Nos clients viennent chez nous, nous leur faisons visiter nos caves, les fruitières aussi très souvent. Nous expliquons notre métier et toute la chaîne du Comté. Ce type de démarche ne laisse jamais indifférent. À la longue, une ambiance se crée : nous ne vendons pas qu'un produit. Avec le Comté, nos clients ont la capacité d'entendre ce message et d'en mesurer toute la vérité.

• Parmi ces clients, la grande distribution occupe une place nouvelle. Comment l'appréhendez-vous ?

L'évolution a été forte. D'abord la grande distribution a remplacé certains grossistes qui n'avaient que des implantations régionales. Chaque grossiste, selon sa région d'implantation, demandait des sélections particulières. Ce nouveau circuit commercial a permis une régularité dans le type des Comtés vendus en France. Les fromages massifs ont par exemple parfaitement répondu à cette attente. Nous avons su nous adapter. Il reste certes le danger de massification de certains marchés où seuls comp-



tent les ratios volume/prix. Mais, contrairement à ce que beaucoup pensent, les grandes surfaces « traditionnelles » cherchent certes la meilleure marge bénéficiaire, mais elles conservent une approche réelle de la qualité du produit. Nous avons aussi un autre atout : nous appuyer sur un consommateur de mieux en mieux informé et dont les habitudes évoluent. Faisons aussi confiance à son intelligence.

• L'affinage est un métier à part. Est-ce que cela se traduit également au niveau économique ?

Les sociétés d'affinage ont des origines diverses mais, grosso modo, plus de la moitié des Comtés sont affinés dans des entreprises familiales ou de type PME, lesquelles font tout pour le rester. Il faut bien voir que nous sommes dans une logique économique de gestion patrimoniale à long terme difficilement compréhensible vue de l'extérieur, car sans coup d'éclat spectaculaire. Nous immobilisons des capitaux énormes qui pourraient paraître plus judicieusement placés en Bourse par exemple. Nous devons sans cesse expliquer notre fonctionnement, notre originalité à nos interlocuteurs institutionnels ou financiers plus habitués aux progressions rapides ou aux actions spectaculaires.

• Quels sont les chantiers des prochaines années ?

Il reste encore beaucoup à faire et notamment à l'export. Toutefois, pour permettre la meilleure valorisation possible des nouveaux volumes produits, la maîtrise de production reste la clef de l'avenir et nous participons aux plans de campagne de régulation de cette production. Il ne s'agit pas de bloquer toute croissance évidemment, mais d'adapter celle-ci au rythme du marché pour nous donner le temps à nouveau d'expliquer, de faire respecter, connaître et aimer notre Comté aux pays et aux hommes qui le découvrent à peine, avec toujours en ligne de mire la meilleure valorisation possible.

(1) - CEC : Chambre syndicale des entreprises de l'Emmental et du Comté. Elle regroupe l'ensemble des entreprises d'affinage. Son siège est à Besançon (voir carte ci-contre).

(2) - Chaque mois, chaque fruitière envoie une délégation chez son affineur pour procéder au classement des fromages.

LES SITES D'AFFINAGE DU COMTÉ

• DOUBS

Guyans-Durnes : *Fromagerie de Clerval (Groupe Ermitage)*
Grand'Combe-Châteleu : *Fromagerie Rieme*
Granges-Narboz : *Fromagerie Petite*
Ornans : *Fromagerie Grillot (Coopérative de Blamont)*
Saint-Antoine : *Fromagerie Petite*

• JURA

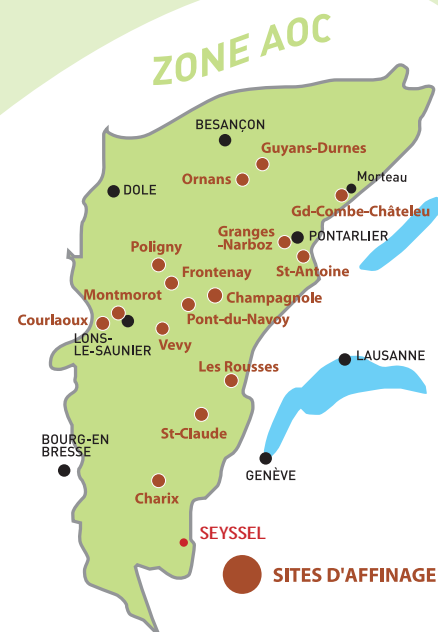
Frontenay : *L'Alpage*
Champagnole : *Coopérative du Mont-Rivel*
Courlaoux : *Juracourlaoux (Entremont-Alliance)*
Les Rousses : *Fromagerie Arnaud*
Montmorot : *Fromagerie Rivoire-Jacquemin*
Poligny : *Fromagerie Arnaud, Fromagerie Brun, Fromagerie Grillot-Brevet (Groupe Ermitage), Fromagerie Juragruyère (Groupe Entremont), Fromagerie Vagne (UCAFT)*
Pont-du-Navoy : *Fruitière du Massif Jurassien*
Saint-Claude : *Fromagerie Locatelli*
Vevy : *Entremont*

• AIN

Charix : *Fromagerie Seignemartin*

• HAUTE-SAVOIE

Seyssel : *Fromagerie Gojon*



Une fois débarqués, les fromages prennent la direction des caves.



Le salage est une des bases essentielles de l'affinage. Il est désormais effectué par des robots.



L'affinage : là où le Comté développe ses différences

suite

CLAUDE QUERRY

« Nous sommes des caséologues »

Responsable pour les fromageries Petite, du site d'affinage du fort de Saint-Antoine, Claude Querry défend une idée toujours plus exigeante du métier.



Claude Querry (à droite) en compagnie de son équipe de trieurs : Nicolas Mathis, José de Almeida et Samuel Feuvrier

En 1966, les Fromageries Petite, installées aux Granges-Narboz, aménagent un nouveau site d'affinage dans un lieu inédit : le fort Lucotte de Saint-Antoine⁽¹⁾. L'inédit est double : une nouvelle conception de l'affinage, celle de la lenteur, y entrainait en même temps.

Depuis 1988, avec son équipe, Claude Querry, ce fils de paysan, porte la responsabilité de ce site dont la capacité d'accueil est de 65 000 meules de Comté en provenance d'une quinzaine de fruitières.

Claude Querry défend une idée toujours plus exigeante du métier, de sa pratique au quotidien : « Nous intervenons au terme d'un processus et nous ne sommes pas seuls à être les maîtres du produit. Le climat de confiance est primordial. Nous n'oublions jamais la valeur d'une meule de Comté : 400 litres de lait payés au producteur et l'importance du travail du fromager. Ensuite nous sommes conscients de nos responsabilités. En admettant qu'une meule soit débitée et vendue en morceaux de 500 grammes, cela fait quelque 70 à 75 familles qui la partageront avec, peut-être, une dizaine de personnes de leur entourage. À chaque meule c'est quelque 500 consommateurs qu'il faut fidéliser. C'est notre souci et cela relève du défi permanent, gageure que nous imposent nos mille clients répartis dans 12 pays. Tout le monde sur cette

terre ne veut pas manger la même chose. Il y a des envies différentes que l'on peut satisfaire avec la diversité de nos terroirs francs-comtois. »

L'évolution du métier pousse vers une connaissance aussi fine que possible de l'univers du goût. « Nos clients, analyse Claude Querry, viennent chercher des informations, il nous faut toujours plus d'arguments pour défendre nos produits face à ceux de l'industrie. Nous avons donc besoin d'enrichir notre vocabulaire, d'être innovant et généreux. Les Comtés nous racontent leurs histoires et on ne s'en lasse pas. »

« Vous êtes des caséologues » avait dit un jour Pierre Dornier⁽²⁾ à Claude Querry en faisant référence au métier d'œnologue. Le mot lui plaît et convient « bien à la notion de plaisir qui est récente dans le fromage ». « Mon métier est d'apprendre la passion du fromage aux cavistes ; s'ils font bien leur travail, le Comté fait le reste auprès des consommateurs. »

Avec son équipe de trieurs, Claude Querry ne néglige pas l'impact des visites au fort : « Ça fait partie de notre métier. En plus de servir l'intérêt de toute la filière cela procure aussi beaucoup de satisfactions et de motivations à notre équipe. Qu'ils soient producteurs, fromagers, clients, journalistes, touristes ou écoliers, les valeurs de notre filière intéressent nos visiteurs. Saurons-nous préserver ce patrimoine ? »

Claude Querry parle d'or. Les quasi privilégiés qui ont l'occasion de le suivre dans les allées du fort gardent un souvenir impérissable de cette visite. Lorsqu'il donne un coup de sonde sur une meule, c'est l'effet de la lampe d'Aladin. Le lieu résonne alors d'une émouvante histoire ; elle emmène dans un village, une étable, une fruitière, un pâturage. Le talent est celui du conteur, mais nous ne sommes pas dans le monde de l'illusion. L'histoire est vraie.

(1) Voir dans ce numéro, l'inauguration des nouvelles installations d'accueil touristique du fort.

(2) Sur Pierre Dornier, voir les Nouvelles du Comté n°52.

ALAIN CANNARD

« Entremont se doit de jouer son rôle de leader »

Entremont est le premier metteur en marché du Comté et entend assumer son rôle de « leader ».

Près de 11 000 tonnes de Comté mises en marché : 6 000 tonnes affinées à Poligny – 97 000 places – et 5 000 tonnes à Vevy – 70 000 places – en provenance de 48 coopératives : Entremont est le premier metteur en marché du Comté. « Entremont se doit de bien jouer son rôle de leader » explique Alain Cannard, responsable de la division AOC et Labels du groupe. Il ajoute : « Si Entremont faisait n'importe quoi, ça se verrait. Nous devons jouer notre rôle par rapport à notre marque et nous sommes là aussi pour tenir les prix. L'intérêt pour Entremont est d'être un acteur dans la plus importante AOC pâte pressée cuite ; segment que, historiquement, Entremont connaît bien. Le Comté est un grand produit. Il a acquis un respect parce que toutes les composantes de la filière vont dans le sens de la qualité ». Directeur des sites d'affinage, Philippe Labrude insiste sur les relations permanentes avec l'ensemble des fruitières. « Outre les rencontres mensuelles, nous les réunissons deux fois par an, nous sommes aussi en relation constante avec le Comité Technique du Comté (CTC). » Autre point important : le personnel. Il n'y a plus comme autrefois 100 saleurs sur le seul site de Poligny, les métiers sont aujourd'hui d'une grande technicité et dans tous les domaines. « Y compris le ramassage et la livraison des fromages. On ne peut confier les clefs d'un camion à n'importe qui. À tous les niveaux la formation est importante. »

Côté commercialisation, le Comté s'appuie sur le savoir-faire du groupe. « Entremont, détaille

Pendant que les robots font leur travail, les hommes ne relâchent pas leur attention. Notamment à l'occasion des rencontres mensuelles entre les responsables du site et les représentants de chacune des fruitières.



Le dialogue est constant également avec les clients, comme ici, qui viennent choisir leurs fromages.



Alain Cannard (à gauche) et Philippe Labrude

Alain Cannard, via sa marque, implique une dynamique commerciale forte. Notre volonté de fonder nos positions sur la marque nous oblige à communiquer via une force de vente intégrée – 30 commerciaux – présente en magasin, ce qui entraîne un développement des ventes du Comté. » Très présent dans le pré-emballé – « Souvent assimilé à tort à du bas de gamme », juge Alain Cannard – les évolutions du marché sont observées de près. « Le plateau de fromages évolue peu en France, analyse Alain Cannard. Les progressions se font en prenant des parts de marché sur d'autres créneaux. Il faut segmenter, trouver de nouvelles positions. » Entremont a ainsi développé une gamme terroir – Plateau de Pierrefontaine, Revermont et Plateaux du Haut-Doubs – qui connaît une progression intéressante selon Philippe Labrude, pour atteindre 700 tonnes. Dans un autre registre, une portion de 200 grammes vient concurrencer des produits comme le camembert. La perspective de pouvoir commercialiser un Comté râpé est considérée avec circonspection. La crainte ? « Être assimilé à un sous-produit dévalorisant. » Le pré-emballé permet aussi de communiquer sur le produit. Dans ce domaine, la tendance est à ne plus insister sur les durées d'affinage. « Nous préférons insister sur les goûts et la texture de la pâte. On ne peut pas vendre qu'une date », explique Philippe Labrude.

ISABELLE SEIGNEMARTIN

« Un affinage est réussi quand une fruitière reconnaît son produit dans les caves »

Entre Nantua et les sommets du Jura gessien, le petit village de Charix abrite les fromageries Seignemartin. On y conserve une tradition familiale.

L'histoire familiale débute dans les années trente avec l'affinage du Bleu de Gex. Dans une région qui connaît un fort engagement dans la Résistance, le fondateur délaisse le fromage pour les armes et, après la seconde guerre mondiale, l'essor peut reprendre.

René Seignemartin, père de l'actuelle présidente Isabelle, fréquente l'ENIL de Poligny mais, en 1952, au décès de son père, il doit interrompre sa formation pour diriger l'entreprise. Il a 18 ans.

Dans les années soixante, René Seignemartin rêvait d'affiner 500 Comtés. À son décès, en 2005, les trois sites de l'entreprise peuvent en abriter 35 000. Aux côtés d'Isabelle Seignemartin, son mari, Christophe Lancien, occupe les responsabilités de directeur d'exploitation et 14 personnes au total participent à l'activité.

Les Comtés viennent de l'Ain, du Doubs et du Jura. Une taille d'entreprise qui permet de faire du « sur mesure » selon Isabelle Seignemartin, « d'optimiser et de mettre en avant le terroir ». Pour elle, un affinage est réussi « quand la fruitière reconnaît son produit dans les caves ». Quant aux clients, ils sont maintenant séduits par la bonne image du Comté, et ceci dans l'ensemble du pays.

La position géographique de l'entreprise aux confins de l'Ain, de la Haute-Savoie et de la Suisse ne constitue pas un handicap d'intégration dans la filière. Chez Seignemartin, on suit les évolutions techniques, et les échanges avec les partenaires sont réguliers. L'avenir ? Isabelle Seignemartin le résume en quelques mots :

« Il est vrai que la concentration que l'on observe à tous les niveaux dans notre profession nous inquiète, mais elle est inéluctable ; notre travail à



Isabelle Seignemartin et Christophe Lancien

nous, petit affineur, est d'une part de continuer à offrir à notre clientèle exigeante des Comtés haut de gamme, fruités avec des palettes aromatiques variées, et d'autre part d'assurer en amont la pérennité de toutes nos petites fruitières. » Pour elle, producteurs et petits affineurs ont les mêmes intérêts.



La sonde de l'affineur : un rapport qualité-prix imbattable en matière d'efficacité. Un instrument dont on ne se sépare jamais.



Dernier examen avant de partir en vente. C'est l'heure du tri.



Le fromage a son bon de sortie. Comme il a obtenu le classement en qualité « extra », la meule est entourée d'une bande verte.

L'affinage : là ou le Comté développe ses différences

suite



Maurice



Maurice Bressoux devant la photo du château de Nanc-lès-Saint-Amour où il a connu ses premières expériences en matière d'affinage.

Fromager, puis responsable de l'affinage chez Grillot puis chez Arnaud, Maurice Bressoux perpétue une tradition familiale entamée en 1870. Il a vécu au plus près les mutations des années 1970 et 1980. Maurice Bressoux est une référence dans le monde du Comté. Membre du Jury Terroir, conteur inlassable, ses expertises sont toujours recherchées et respectées. Il était donc bien placé pour évoquer l'affinage du Comté.

• *Les Nouvelles du Comté* - Vous étiez fromager, comment en êtes-vous arrivé à devenir un spécialiste de l'affinage ?

Maurice Bressoux - Ma famille est originaire de la Petite Montagne Jurassienne. Je suis né dans la fromagerie de Villechantria et j'ai débuté à Nanc-lès-Saint-Amour en 1943. Puis j'ai fait l'ENIL et un peu plus tard, j'ai succédé à mon père à Nanc-lès-Saint-Amour. Ensuite, j'ai passé le concours pour entrer au service technique de l'ENIL, concours que j'ai réussi. À la même époque Mme Grillot cherchait un responsable technique. J'ai accepté sa proposition. L'affinage ne m'était pas inconnu. À Nanc, nous affinons les fromages de la fruitière dans les caves du château du village. J'avais réussi à y créer une bonne ambiance. C'est quelque

chose que j'ai retenu : dans l'affinage, il ne faut pas parler de secrets, tout est affaire d'ambiance de caves. Je suis entré chez Grillot en 1963, je suis ensuite passé chez Arnaud jusqu'en 1990.

• *Quels étaient les affineurs présents à cette époque à Poligny ?*

Quand je suis entré chez Grillot, il y avait, outre Grillot, Brun, Vagne, Arnaud, la Cave coopérative d'affinage de Poligny qui deviendra Reybier et la Société d'affinage coopératif de Poligny. Brun et Grillot travaillaient pour l'UCFFC⁽¹⁾ qui connaîtra une grave crise au début des années 1980.



Pendant toutes ces opérations, les équipes commerciales sont à l'ouvrage : il s'agit de vendre le Comté.



Les meules sont vendues entières ou passent, comme ici, par l'atelier de découpe.

Témoin Bressoux, le griot du Comté

« *Tout est affaire d'ambiance* »

Quand Maurice Bressoux a commencé sa carrière, on parlait de gruyère et il avait des trous...

• *Quelles étaient les priorités dans l'élevage des fromages ?*

Nous avons deux obsessions : avoir des fromages avec des yeux – des trous comme on dit – et ne pas “casser” les fromages⁽²⁾. On ne pouvait concevoir des fromages sans trous, pour les consommateurs c'était comme du pain qui n'aurait pas levé. Or, les ambiances de caves étaient extrêmement difficiles à réguler et les risques de voir les fromages se lainurer étaient constants. Ça pouvait partir en quelques jours. Le mardi vous receviez des responsables de coop, tout allait bien et deux jours après les fromages étaient lainés. Nous avions des fromages de grande qualité mais avec beaucoup de perte. Les fromages invendables partaient à la fonte. Ceux qui avaient des défauts trop importants étaient récupérés par des marchands que nous appelions les casseurs. Cette irrégularité pesait sur les revenus des coopérateurs. Il y avait aussi les crises de production. Dans ce cas, chez Grillot, nous avions un excellent client : l'armée italienne.

• *Les yeux du Comté se sont finalement fermés. Comment s'est déroulée cette mutation ?*

De nombreux éléments nous y ont poussés. La recherche d'une plus grande régularité pour éliminer les risques de casse, nous l'avons réussie aussi en nous appuyant sur les progrès des équipements. À côté des affinages tradi-

tionnels, une maison comme Petite a développé un affinage lent avec des Comtés massifs. Au fil des années, avec l'appui des campagnes de publicité du CIGC, nous avons pu convaincre la clientèle de la qualité des fromages sans trous. Le slogan « Peu de trous, plus de goût » a très bien fonctionné.

• *Nous pouvons visiter aujourd'hui des caves d'affinage où les robots remplacent le labeur des saleurs. Cette évolution était-elle inéluctable ?*

Des métiers comme saleurs étaient extrêmement durs, le travail quotidien demandait beaucoup de main-d'œuvre et nous avons beaucoup de mal à trouver du personnel. Chez Arnaud, il y avait jusqu'à 30 personnes en caves. Nous avons essayé beaucoup de solutions, sans succès. Finalement nous avons fait appel à des équipes venues du Portugal. Les Portugais ont fait un travail formidable. Ça ne suffisait pas car, en même temps, la production augmentait. La mécanisation a alors fait son apparition, elle a été très longue à domestiquer.

• *Les coopératives ont entamé de nombreuses mises aux normes. Les affineurs également ?*

Oui. On a surtout voulu nous imposer la suppression des planches d'épicéa pour les remplacer par des supports en plastique. Les essais se sont révélés catastrophiques. Heureusement, l'interprofession a pu peser pour faire annuler cette orientation.

• *Quelle était l'ambiance entre les différentes maisons polinoises ?*

On ne se fréquentait pas. Il n'y avait pas de contact entre le personnel, aucun échange. À une époque, voyant cela, le directeur du CIGC, M. Henri Cardon, réunissait les responsables techniques autour d'une table dans un restaurant des environs. Nous pouvions discuter du métier, mais c'était quasi clandestin.

• *Quand vous avez débuté quelles étaient les durées d'affinage et que pensez-vous de l'évolution actuelle ?*

Elle était de trois mois en moyenne. Aujourd'hui ça n'a plus rien à voir. Mais au niveau commercial je pense que c'est une erreur de « vendre » des mois d'affinage. C'est une hérésie en matière d'affinage. Un fromage doit être vendu à son optimum. S'il l'obtient à huit mois, ça ne sert à rien de le vendre quatre mois plus tard. Ce sont des évolutions, mais on voit aussi perdurer des aberrations. Il n'y a pas si longtemps j'ai vu un crémier qui vendait un Comté demi-sel, alors que ça ne correspond pas à un taux de sel ! Et il ne semble pas être le seul.

(1) UCFFC : Union des Coopératives Fromagères Franc-Comtoises

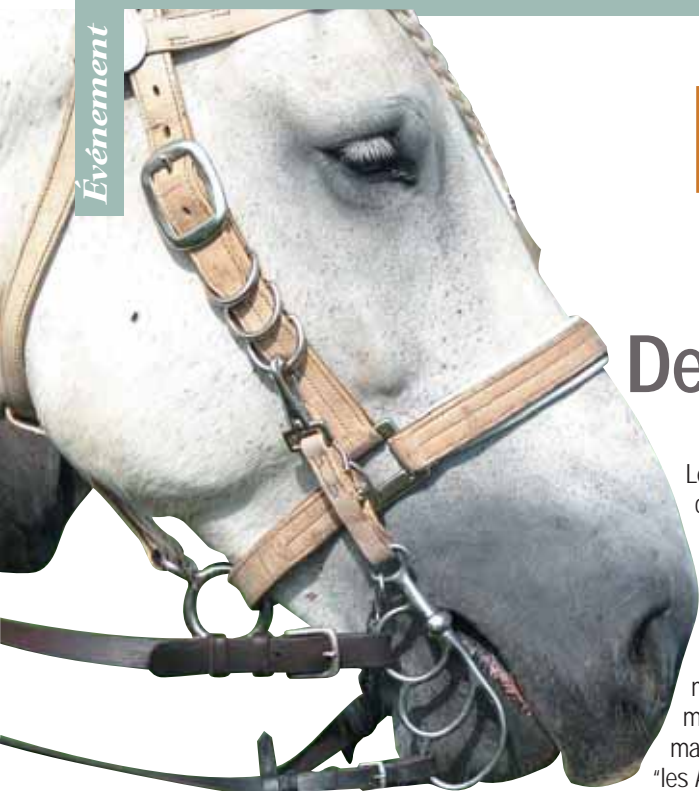
(2) *casser, ou lainer, ou lainurer* : la lainure est une fente horizontale qui se forme au sein de la pâte du fromage et le dégrade



Le suivi des opérations dans les ateliers de découpe et d'emballage.



Emballé, le Comté est prêt à être expédié : les clients et les consommateurs attendent.



La Route des et du Comté

Des chevaux et du Comté

Le mauvais temps n'arrête pas les chevaux et pas davantage les amoureux des équidés. La seconde édition de la Route des Vins et du Comté a bravé la pluie. Des centaines de bénévoles imperturbables et formidablement motivés ont permis l'accomplissement de la fête. Partenaire de la manifestation, le Comté – à travers "les Amis du Comté" présents avec une équipe d'une demi-douzaine de personnes – a assuré une animation permanente et les

fabrications à l'ancienne de Lionel Guérin ont été particulièrement suivies. L'ancrage du Comté, hors animation CIGC, était complété par les présences de la crèmerie Colas de Besançon, de la fromagerie Badoz et de la fruitière de Chapelle-des-Bois. Sur le terrain, les visiteurs ont pu suivre toutes les animations annoncées et assister à l'habituel défi. Le défi à relever : faire tirer un train de 27 charrues attelées simultanément. Défi gagné, bien entendu et record désormais à battre. À la prochaine édition ? Beaucoup l'appellent déjà de leurs vœux.



Départ de la course devant la
Maison du Comté à Poligny.



Vins à Levier

Au milieu des multiples animations et concours, le Comté a montré son attachement aux valeurs communes défendues par cette manifestation.



Fabrication à l'ancienne par Lionel Guérin et Véronique Socié : le public dévore des yeux.

Technique

Outil de manipulation des meules en fromagerie : démonstration positive à Bouclans

La mise au point du prototype de l'outil de manipulation des meules en cave de préaffinage a connu une nouvelle étape à Bouclans. Cet important chantier est mené par le CIGC et le Comité Technique du Comté avec l'appui du Conseil régional de Franche-Comté et en collaboration avec l'Institut de Productique de Besançon.

Un premier prototype avait été présenté en juillet 2005 dans les locaux de la fromagerie de Vernierfontaine (25). Depuis, après de nombreux échanges entre professionnels, le prototype a été amélioré. La nouvelle version a été présentée le 26 septembre dernier à la fromagerie de Bouclans. Une centaine de personnes ont fait le déplacement, ce qui témoigne du grand intérêt suscité par le projet. L'enjeu est en effet important : cet appareil devrait ainsi contribuer à la pérennité des fromageries en améliorant le recrutement de nouveaux fromagers et en diminuant les pathologies liées au retournement des fromages ; et aussi favoriser la féminisation du métier.

M. Joseph Parrenin a confirmé par sa présence et son discours l'appui financier du Conseil régional, dont il est vice-président, à la mise au point de cet outil. Le développement passe maintenant par la mise en place d'un prototype définitif avant d'entrer au stade de la commercialisation.



Assemblée

FNAOC : l'efficacité du collectif

L'assemblée générale de la Fédération Nationale des Appellations d'Origine Contrôlée a eu lieu les 28 et 29 septembre au Grand Bornand (Haute-Savoie). Les congressistes étaient accueillis par les AOC du Reblochon et du Chevrotin.

Le thème retenu, « Efficacité des organisations collectives développées au sein des filières AOC », a permis de nombreuses interventions, dont celle de M. Proudhon, qui a témoigné des multiples initiatives prises par les sociétaires de la fromagerie à Comté de Gilley, dont il assure la présidence. M. Claude Vermot-Desroches, président du CIGC, a montré comment les acteurs de la filière Comté s'étaient mobilisés pour stopper la crise qui s'annonçait à la fin de l'année 2004, en se cotisant à hauteur de 1,114 millions d'euros, pour se donner les moyens de réaliser deux campagnes publicitaires supplémentaires et, ainsi, relancer les ventes.

Pour mémoire, la FNAOC rassemble 14 AOC. Au lait de vache : Abondance, Beaufort, Bleu de Gex, Comté, Mont d'Or, Morbier, Reblochon, Tome des Bauges. Au lait de chèvre : Banon, Chevrotin, Pélardon, Picodon, Rocamadour. Au lait de brebis : Ossau-Iraty.

L'agence TBWA prépare le nouveau film publicitaire du Comté

Les agences du Comté

Au début de l'été, le verdict est tombé sur le choix du CIGC en matière d'agence de communication. Après une séquence de trois ans avec la société lyonnaise Jump, le choix s'est porté sur l'agence parisienne TBWA.

Sitôt la décision connue, la commission communication et les responsables de la nouvelle agence n'ont pas ménagé leur peine pour mettre en route un nouveau film publicitaire, une des clefs des futures campagnes.

La déclinaison du message du Comté s'inscrit dans la continuité des précédentes campagnes (« Comté et le temps s'arrête »). Il est toutefois remplacé dans un contexte de consommation, l'un

des souhaits des professionnels.

Le synopsis du film : dans un appartement, un couple reçoit des amis. En préparant l'apéritif, la femme découpe des cubes de Comté, elle en croque un et son imaginaire bascule dans un autre monde, celui des pâturages et du Comté. Sous le charme, elle propose à son compagnon un morceau de Comté pour l'inviter à partager la même expérience.

Tournage en appartements à Paris et en extérieur du côté des Pontets : le film sera prêt pour la fin octobre et sera diffusé sur les principales chaînes hertziennes et sur quelques chaînes câblées.

Avec TBWA, le CIGC a bouclé ses choix en matière d'agences de communication. Voici les autres sociétés choisies ou confirmées :

- **Allemagne** : Schuster (Stuttgart)
- **Belgique** : Azerty (presse) et Polygone (terrain), toutes les deux à Bruxelles
- **Japon** : Asahi (Japon)
- **États-Unis** : Claudine Fox (Paris) et Jean-Louis Carbonier (New York)



L'équipe de tournage du nouveau film publicitaire du Comté en action dans les environs des Pontets en septembre dernier.

Fromagers : susciter des vocations

La formation de nouveaux fromagers est toujours aussi cruciale. Après les opérations « Portes ouvertes dans les fruitières » menées pendant quelques années, les responsables de la filière modifient leur stratégie. Avec « Profession fromager », on s'adressera donc directement aux collégiens à travers un module d'animation mis au point et présenté par Véronique Socié (lire page 16). Un livret, sous forme de bande dessinée, a également été édité. Nous reviendrons dans les prochaines Nouvelles du Comté sur cette opération à l'occasion d'un dossier consacré aux fromagers.

Seconde étape japonaise

Après une première expérience (voir les Nouvelles du Comté n°53), une nouvelle délégation du Comté séjournera au Japon du 1^{er} au 11 novembre. Cette opération s'inscrit dans le programme de promotion européenne qui associe également au Comté le Jambon de Parme et Le Parmigiano-Reggiano.

Le principe de l'opération : des séminaires organisés dans des écoles de cuisine à destination des chefs, des élèves et de la

presse. Ces séminaires sont animés à tour de rôle par un chef français ou italien. Cette année, il revient au Dolois Romuald Fassenet, le chef du Bec Fin, de séduire les auditoires de Tokyo, Nagoya et Kobe à travers huit recettes conçues pour l'occasion. L'opération se terminera par un concours de cuisine.

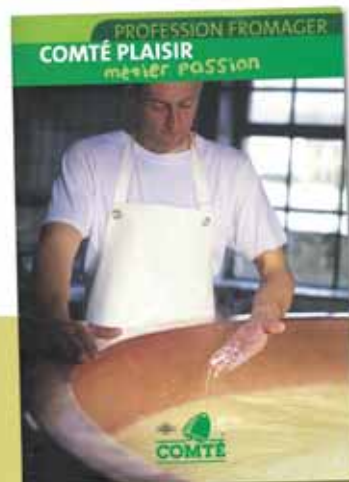
Nous reviendrons sur cette expérience, déjà très fructueuse en 2005, et sur le potentiel de développement du Comté au Japon.

Beau succès estival pour la Maison du Comté

La Maison du Comté a passé un bel été. En juillet, 1 491 entrées ont été enregistrées contre 1 200 en 2005 et, en août, la différence est encore beaucoup plus marquante : 3 309 contre 2 084.

Le mois d'août a certes « bénéficié » du mauvais temps mais cela ne doit pas occulter les efforts entrepris en matière de promotion

depuis quelques mois. Ils ont porté leurs fruits. La nouvelle plaquette, largement distribuée, notamment dans les offices de tourisme, en insistant sur le côté familial et ludique, remplit son rôle. Les familles ont effectivement été au rendez-vous. On note également une augmentation importante du nombre de visiteurs étrangers (+30%).



À Borough Market dans le centre de Londres, Jason Hinds ne vend que du Comté. On se l'arrache.



À Londres
Avec Jason, le Comté ça décoiffe



Les meules de Comté sont empilées à hauteur d'homme. Derrière l'étal, deux jeunes sont occupés à trancher les fromages tandis qu'un troisième les fait déguster. Dix heures sonnent à Big Ben et la file des clients est déjà longue. Nous sommes à Borough Market dans le centre de Londres, le nouveau rendez-vous de tous les gastronomes de la capitale du royaume. Dans ce joyeux tohu-bohu d'où s'élèvent des effluves apéritifs, les étals croulent sous les

fruits et légumes, les poissons, les viandes, les charcuteries et les fromages. Chez Jason Hinds, il n'y a que du Comté. Chaque semaine, le vendredi et le samedi, jours d'ouverture du marché, il vend jusqu'à sept meules entières !

Cette belle histoire a débuté en 2002. Jason déguste un Comté chez son ami Pascal Trotté, grand crémier parisien. « Je suis tombé à la renverse », se souvient celui qui manie le français avec autant de dextérité que les meules de fromages. Jason travaille alors pour le crémier londonien Neal's Yard Dairy. « Le Comté, c'est la locomotive de mes ventes », lui confie Pascal Trotté.

La remarque ne tombe pas dans l'oreille d'un sourd. Jason décide de monter un stand uniquement dédié au Comté à Borough Market. Les Anglais découvrent, goûtent et sont à leur tour conquis.

En grand professionnel du fromage, Jason entend lui-même choisir ses Comtés. Il visite le Fort de Saint-Antoine toutes les cinq semaines pour sélectionner les meules adaptées aux

goûts de ses clients qu'il stocke ensuite dans une cave en pierre située sous le marché.

Comment les Anglais dégustent-ils le Comté ? En toute convivialité, à l'apéritif avec un verre de savagnin ! C'est du moins le conseil que Jason prodigue à chacun de ses clients.

Jean-Paul Frétillet

Écrivain et critique gastronomique



On fabriquera du Comté sur les Champs-Élysées !

Le Comité départemental du tourisme du Jura mène une opération de promotion en novembre dans les restaurants parisiens de l'enseigne *Chez Clément* (présentation d'un menu jurassien). Les Amis du Comté sont associés à cette opération qui devrait culminer sur les Champs-Élysées près de l'Arc de Triomphe. Il y est en effet prévu une fabrication de Comté devant le restaurant *Chez Clément* qui se trouve à cet endroit (sous réserve des nombreuses autorisations nécessaires).

Agenda

LES ANIMATIONS DES AMIS DU COMTÉ

- **MINI FABRICATION ET DÉGUSTATION**
20 octobre • congrès des Conservatoires des espaces naturels à Salins-les-Bains (Jura)
- **FABRICATION ET DÉGUSTATION**
28 et 29 octobre • fête du vin bourru de Nuits-Saint-Georges (Côte-d'Or)
- **DÉGUSTATION**
4 et 5 novembre • fête des fromages de Ney (Jura)
- **FABRICATION TRADITIONNELLE**
15 novembre • Paris - Champs-Élysées (8^e)
- **OPÉRATION MONTAGNES DU JURA**
9 au 12 novembre • Marseille (Bouches-du-Rhône)
- **SALON TERRES D'ARÔMES**
17 au 19 novembre • Besançon (Doubs)
- **ANIMATION**
4 et 5 décembre • Ottmarsheim (Haut-Rhin)
Sous réserve : participation au Téléthon

INTERVENTIONS DU GROUPE D'ACTIONS GUSTATIVES

- **PARIS FERMIER**
20 au 23 octobre • Paris - Espace Champperret (17^e)
- **EL SALONE DEL GUSTO**
29 et 30 octobre • Animation de deux laboratoires du Goût. Thèmes : Parmigiano Reggiano et Comté ; Comté et vins de Bourgogne. Turin (Italie)
- **SALON VINOMEDIA**
3, 4 et 5 novembre • Epernay (Marne)
- **ANIMATION/DÉGUSTATION ET ACCORDS**
8 novembre • Paris - Restaurant Clément sur les Champs-Élysées (8^e)
- **SALON D'AMAY**
10 et 11 novembre • Invité d'honneur en compagnie des vins du Jura - Belgique
- **SALON SAVEURS ET TERROIRS**
24, 25 et 26 novembre • Chambéry (Savoie)
- **SALON DES VINS DE FRANCE**
2 et 3 décembre • Arras (Pas-de-Calais)
- **SALON DES VIGNERONS INDÉPENDANTS DE BOURGOGNE**
8, 9 et 10 décembre • Dijon (Côte-d'Or)

LES AUTRES MANIFESTATIONS

- **GRAND CHAPITRE DES VENDANGES DE LA COMMANDERIE DES NOBLES VINS DU JURA ET DU COMTÉ**
21 octobre • Arbois (Jura)
Renseignements : www.commanderie-jura.com
- **FRANCHE-COMTÉ TERRE D'ARÔMES**
du 17 au 19 novembre • Besançon (Doubs)
Renseignements : www.cppr-fc.com
- **SALON DES VINS ET DE LA GASTRONOMIE**
du 17 au 20 novembre • Gex (Ain)
Renseignements : www.paysdegex-lafaucille.com
- **LA PERCÉE DU VIN JAUNE**
3 et 4 février 2007 • Salins-les-Bains (Jura)
Renseignements : www.jura-vins.com

Retrouvez toutes les manifestations de l'automne sur www.lesroutesducomte.com



La fromagerie du mont d'Or à Métabief un Comté né sur de bonnes pentes

Le programme terroir ? Une excellente initiative pour Patrick Sancey-Richard tant elle est utile pour tout le monde.

« Le programme terroir est une excellente initiative, juge Patrick Sancey-Richard. Avec les efforts consentis en matière de qualification des élevages, et avec ceux faits dans le domaine de l'hygiène, cela valorise concrètement tout ce que nous avons entrepris avec les producteurs. Nous savons ainsi où nous en sommes et nous pouvons être satisfaits. » La fromagerie du mont d'Or a donc adhéré sans réserves au programme terroir. Les résultats de l'étude ont pris place dans la galerie de visite d'une fromagerie qui a depuis longtemps misé sur le tourisme. De ce côté-ci des pentes du mont d'Or, la fréquentation de la boutique laisse à penser que l'on dévale les célèbres pentes de la montagne directement pour y entrer. « Nous avons été les premiers dans le secteur », rappelle Patrick Sancey-Richard. La démarche « Programme Terroir » se prolonge donc tout naturellement auprès des visiteurs et des clients (36% de la production de Comté est écoulée sur place).



La flore

Le terroir de la fromagerie s'étend sur près de 1 000 hectares de surface agricole utile (SAU) qui s'échelonnent de 872 à 1 120 mètres d'altitude. Les prairies s'étalent sur les contreforts du mont d'Or, de la montagne du Risol et du val de Mouthé.

Pour la flore, on relève 164 espèces dont 25 espèces aromatiques. Les principales espèces aromatiques sont : l'alchémille jaune-vert, la brunelle vulgaire, la capselle bourse à pasteur, la car-

damine (ou cresson des prés), la carotte sauvage, le cerfeuil des prés, le cumin des prés, l'épinard sauvage (ou épinard du Bon Roi Henri), la floue odorante, la moutarde noire, les pimprenelles, la sauge des prés, le thym.

Le Comté de La fromagerie du mont d'Or

Le goût et les arômes du Comté ont été décryptés par le jury terroir du CIGC.

L'intensité du goût de ces Comtés augmente de façon remarquable de 9 à 12/13 mois d'affinage. Lorsque l'on casse un petit morceau de Comté, il se dégage des odeurs lactées, de peau de lait et de pâtes au gratin.

Au cours de la dégustation, les arômes passent progressivement des notes lactées (beurre, crème) aux arômes plus corsés de type torréfié et grillé. Sur les fromages avancés en affinage, les notes lactées sont en retrait et des notes fruitées originales apparaissent discrètement.

Ainsi le goût du fromage rappelle :

- le beurre fondu, le chocolat blanc et la crème maturée ;
- la noix et le miel ;
- l'oignon bien grillé (au beurre) ;
- le chocolat noir ;
- agrumes.

Les quatre saveurs élémentaires sont présentes et l'équilibre atteint est de type salé-sucré.

La pâte a du corps, elle est souvent décrite comme onctueuse, fine et fondante.

Fromagerie du mont d'Or Sancey-Richard

- 13 producteurs (sur les communes de Jougne, Métabief, Maison-Neuve, Villedieu-les-Mouthe, Gellin, Sarrageois, Boujeons, Remoray).
- 2,6 millions de litres de lait dont 50% transformés en Comté. Autres productions : Mont d'Or, Morbier, fromages à croûtes fleuries, petite tome.
- Comtés affinés sur place.
- Fromagers : Patrick, Christian et Éric Sancey-Richard avec Véronique Sancey-Richard (gestion).
- Ouvert au public.
- Boutiques de vente à la fromagerie et à Jougne.
- Fromagerie du mont d'Or, 2 rue du Moulin, 25370 Métabief. Téléphone : 03 81 49 02 36.
Email : richardsancey@wanadoo.fr
Internet : www.fromageriedumontdor.com

Patrick et Véronique Sancey-Richard devant la photo de leur père Maurice qui avait repris la fromagerie avec son épouse Alice.



Tourisme

François Petite et ses invités lors de l'inauguration.

Nouvelles installations d'accueil touristique au Fort de Saint-Antoine

En 1966, Marcel Petite visite les installations abandonnées du Fort Lucotte sur la commune de Saint-Antoine (25). Il décide d'y installer des caves d'affinage. Soixante ans plus tard, deux comédiens figurant Marcel Petite et son guide de l'époque redonnaient vie à cette fameuse visite. Une reconstitution émouvante qui coïncidait avec une nouvelle étape dans la vie de ce fort initialement construit après la guerre de 1870 pour contenir une éventuelle manœuvre tournante des armées allemandes et de leurs alliés. Il s'agissait en effet d'inaugurer de nouvelles installations d'accueil. Les portes du fort sont ouvertes aux touristes depuis 1988 et celui-ci accueille désormais quelque 6 000 visiteurs par an. Ce volet est mené en partenariat avec l'office de tourisme et son bureau de Malbuisson (les inscriptions sont obligatoires). Les nouvelles installations mettent l'accent sur l'accueil, l'histoire du

site, la présentation de l'affinage. Un film réalisé en images de synthèse permet de découvrir l'ensemble des dédales du fort dont l'étonnant système de récupération d'eau.

Pour cette inauguration, François et Lionel Petite (fils et petit-fils de Marcel) ont accueilli de nombreuses personnalités dont Claude Vermot-Desroches, président du CIGC.

Sur TF1, quelques jours plus tard, les Journées du Patrimoine permettaient au Fort de Saint-Antoine d'être à nouveau à l'honneur. Patrimoine militaire, puis gastronomique, le site a été en effet choisi pour un reportage diffusé dans le journal dominical de Claire Chazal. Ce reportage réalisé par Emmanuel Rivallain et Denis Coll, les correspondants régionaux de la chaîne, a entraîné un flot d'appels et de contacts. Les nouvelles installations ne pouvaient pas mieux arriver...

Si la Commanderie m'était Comté...

La Commanderie des Nobles Vins du Jura et du Comté a déployé ses fastes le temps d'un chapitre à Mignovillard (39). Un chapitre particulier au moins à deux titres. L'un relève du souvenir : c'était le premier rendez-vous depuis la disparition du grand maître Jacques Richard, dont les fonctions sont désormais assurées par le vigneron polinois Bernard Badoz. L'autre confirme la volonté des responsables de la Commanderie de se rapprocher des membres de la filière.

Pour Dominique Chauvin, l'un des organisateurs de la soirée, il s'agissait de « rendre hommage aux éleveurs et acteurs du Comté. Une occasion, à travers les intronisations, de remercier tous ceux qui s'investissent dans la filière Comté ». Pour s'en convaincre, il suffit de lire la liste des intronisés, autant de piliers de la filière.

Les intronisés :

Ain : Louis Massonnet, Brenod.

Jura : Éric Ménétrier, Vannoz ; Robert Melet, les Chalesmes ; Auguste Alpy, Communailles-en-Montagne ; Robert Perret, la Ferté.

Doubs : Joseph Pagnier, Chauv-Neuve ; Roger Guinchard, Lièvreumont ; Robert Rondot, les Fontenelles ; Jean-Marie Letoublon, Mouthe.



Confrérie

Autour de Lavigny et de Château-Chalon



Une nouvelle fruitière à Lavigny

Depuis juillet, la nouvelle fruitière de Lavigny fonctionne à proximité de la route qui mène de Lons-le-Saunier à Voiteur. La fruitière des Coteaux de Seille regroupe 35 sociétaires dans une zone géographique qui s'étend de Cosges à Vevey et de Sellières à Bornay.

Lavigny, joli village vigneron aux ruelles étroites, ne pouvait plus accueillir dans de bonnes conditions camion de ramassage et voitures des clients.

Pour Christophe Racle, président, cette toute nouvelle implantation a immédiatement généré une aug-

mentation des ventes. Ventes qui ne sont pas directement liées à la fréquentation touristique, malgré la proximité de Château-Chalon et de Baume-les-Messieurs : les citadins venus de Lons-le-Saunier apprécient désormais un vaste parking et un lieu de vente spacieux.

• Fruitière des Coteaux de Seille

Chemin Sorbier • 39210 Lavigny
Tél. : 03 84 25 31 89
Fax : 03 84 25 38 61
racle.christophe@wanadoo.fr
www.comte.com/lavigny



La seconde vie de la fruitière de Château-Chalon

Jusqu'en 1990 Château-Chalon a abrité une fruitière. Depuis 2002, et après de conséquents travaux, l'affineur Vagne, de Poligny, a décidé d'en faire un outil de promotion où les nombreux touristes venus dans le célèbre village vigneron peuvent aussi découvrir le Comté.

Trente minutes de visite pour quatre séances quotidiennes de juillet à la mi-septembre avec un prix d'entrée à 3,5 euros pour les adultes, ce sont ainsi près de 3 000 visiteurs annuels qui découvrent historique, fabrication et affinage.

Jacques Daumard, responsable du lieu, souligne qu'après la dégustation de deux Comtés différents accompagnés de vin des Côtes du Jura, les visiteurs repartent avec un achat. Il note également une augmentation de la fréquentation par les touristes anglais et hollandais.



• Fromageries Vagne

M. Jacques Daumard (responsable)
Le Chalet - Rue Saint-Jean • 39210 Château-Chalon
Tél. : 03 84 44 92 25 • Fax : 03 84 44 92 25



La maison d'Eusébia

Il faut remonter au VII^e siècle pour retrouver trace d'Eusébia venue accompagner son époux, Patrice Norbert, Comte de Bourgogne, sur les hauteurs de Château-Chalon. C'est ainsi que Laurent Besson-Peirano et son épouse Marie ont trouvé le nom de leur atelier des saveurs : la Maison d'Eusébia.

De passage à Château-Chalon en 2001, ce restaurateur lyonnais a un coup de cœur pour le village et décide d'y ouvrir un restaurant.

Depuis juillet 2005, il marie dans l'assiette les saveurs diverses : par exemple le loup avec vanille et tarte tatin aux navets caramélisés ou encore céleri branche avec émincé de queue de langouste et mousse de fenouil en cappuccino.

Jura oblige, il a aussi proposé une crème brûlée au Comté fort appréciée. Les projets culinaires, et autres, se bousculent dans la maison d'Eusébia.

• La Maison d'Eusébia

M. Laurent Peirano
Rue Saint-Jean
39210 Château-Chalon
Tél. : 03 84 44 92 10
Fax : 03 84 44 66 58
maisondeusebia@eusebia.fr
www.eusebia.fr



La Route touristique des Vins du Jura

Lavigny, le Vernois, Voiteur, Château-Chalon, l'Étoile et bien d'autres : nous sommes dans le vignoble du Jura. L'année 2006 a vu la relance de La Route des vins du Jura. Un Guide vigneron permet de découvrir ses différentes étapes.

• Comité Interprofessionnel des Vins du Jura

Château Pécauld - BP 41 • 39600 Arbois
Tél. : 03 84 66 26 14 • Fax : 03 84 66 10 29
civj@jura-vins.com
www.laroutedesvinsdujura.com



Filet mignon de porc à la sauge et au Comté

Recette de Cyril Lignac*

Recette pour 4 personnes

2 filets mignons de porc de 500 g chacun
200 g de Comté
1 bouquet de sauge fraîche
huile d'olive
15 cl de vin blanc sec
20 g de beurre
sel, poivre du moulin
de la ficelle de cuisine

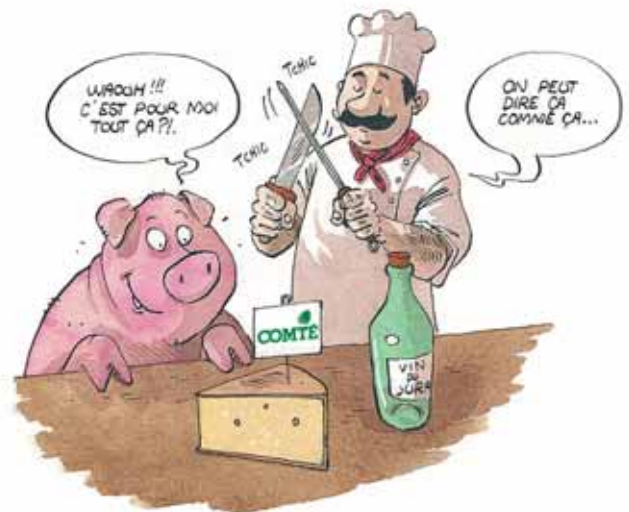


1 - Préparation les filets mignons

Préchauffez le four à 180 °C (th. 6). Incisez les filets horizontalement à la moitié de leur hauteur, sur toute leur longueur mais sans traverser la viande. Ouvrez les filets mignons en portefeuille. Salez et poivrez. Coupez le Comté en lamelles et effeuillez la sauge. Déposez les lamelles de Comté à l'intérieur des filets sur toute leur longueur, sans les placer trop près du bord et en les alignant contre le pli. Recouvrez de feuilles de sauge, puis du reste de lamelles de Comté. Repliez les filets mignons pour reconstituer leur forme. Ficelez-les avec de la ficelle de cuisine et déposez-les dans un plat à four huilé. Ajoutez le vin blanc, posez des noisettes de beurre sur les filets mignons.

2 - Cuisson et dressage

Faites cuire environ 40 min au four en arrosant toutes les 10 min. Ajoutez un peu d'eau dans le plat si le jus de cuisson s'évapore trop vite. Sortez le plat du four, dressez les filets sur un plat et gardez-les au chaud. Déglacez le jus de cuisson avec un peu d'eau. Découpez les filets mignons en grosses tranches, nappez-les de la sauce et servez, par exemple, avec une purée.



Les conseils de Catherine Fassenet,
sommelière au Bec Fin (Dole)

• Accord avec un vin du Jura :

Ce plat s'accompagne naturellement d'un vin blanc cépage Savagnin (AOC Arbois, l'Étoile ou côtes du Jura), que l'on aura pris soin d'utiliser dans la recette !

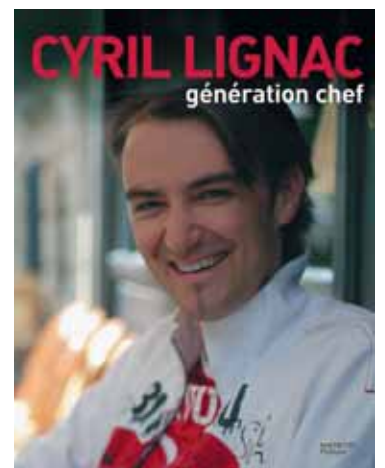
• Accord avec un vin d'une autre région :

un Pouilly-Fumé (Val de Loire) ou un Saint-Véran blanc (Bourgogne)

« Le filet mignon, c'est déjà super tendre. Alors imaginez-le truffé de lamelles fondantes de Comté. Pour moi, c'est carrément le Nirvana ! »

* Restaurant le Quinzième, à Paris
(www.restaurantlequinzieme.com
01 45 54 43 43).

Photo et recette extraites du livre
Génération Chef de Cyril Lignac, paru
aux éditions Hachette Pratique.
Photographe Mickaël Roulier.
Stylisme Emmanuel Turiot





Véronique Socié Sociétaire du Comté

Accueil sur les Routes du Comté, animatrice des Amis du Comté, dénicheuse des fromagers de demain : Véronique Socié s'affirme dans le monde du Comté.

Elle file d'une réunion de préparation d'une animation pour Marseille ou Paris à une séance du Jury Terroir, elle devient guide le long d'un sentier botanique puis enchaîne avec une session à la Maison de la réserve à Remoray, plus tard elle s'activera à la traite du soir, et ainsi de suite. Véronique Socié est une pluri-active qui donne tout son sens à l'expression. Elle l'assume avec conviction et enthousiasme. Quand vient l'heure du lever de rideau sur un salon où *Les Amis du Comté* sont présents, elle fera partager, avec l'équipe, cet état d'esprit aux visiteurs avec l'espoir de leur transmettre un bien beau sentiment : ne plus consommer le Comté comme avant. Originaire de Morteau, éducatrice de formation plutôt déçue par cette expérience, Véronique Socié change de cap et revient vers un milieu qu'elle apprécie : la nature. Avec Christian Begin, son compagnon, elle s'oriente vers une double activité pastorale et touristique. Côté pastoral, la famille

élève des chèvres et des ânes, et accueille des génisses en pension. Côté tourisme, Véronique défend une idée ludique de découverte de la nature et de plaisirs cachés qu'elle peut procurer. Elle se définit d'ailleurs comme « *créatrice et accompagnatrice de moments* ».

Pour en arriver là, en quelques années, il aura fallu quelques cheminements. Celui qui a mené pendant deux ans vers l'innovante formation de gens de pays et celle qui a conduit toute la famille sur les pentes de Foncine-le-Haut à la suite d'une rencontre avec un producteur de lait à Comté - Jean-Louis Jeunet – amoureux de son village et de ses communaux. Gilbert Blondeau, le maire, séduit par le projet, soutient et encourage cette installation.

Le reste est aussi limpide qu'une coulée en fruitière. C'est l'époque du démarrage des Routes du Comté. Véronique Socié s'y inscrit tout naturellement, en proposant notamment des « Balades Comté ». Elle voit aussi s'ouvrir les portes du Jury Terroir et, à l'heure du Comté de compter ses nombreux amis, elle adhère aux Amis du Comté pour en devenir une cheville paysanne.

« *On ne peut pas vivre ici sans parler du Comté. Le fromage ne produit que des effets magiques. Tout autant ceux de sa transformation que ceux des rencontres. On ne peut que saluer une initiative comme*

les Amis du Comté. Il est tout à fait remarquable qu'une filière s'ouvre à des passionnés qui n'en sont pas explicitement membre. »

À Clermont-Ferrand, Marseille ou encore Reims, au gré des étapes des Amis du Comté, elle porte un message qui est entendu : « *Le Comté est connu et reconnu. Nous aidons les visiteurs à apprécier le Comté différemment et nous les surprenons. La présence des producteurs à nos côtés reste indispensable* ».

Vice-présidente de l'association qui gère la Maison de la réserve à Remoray, Véronique Socié ne refuse pas le débat, et le recherche même, sur les enjeux de l'agriculture contemporaine. Et s'y inscrit comme « médiatrice ». Ce rôle, elle va en tout cas l'endosser dans un nouveau costume : repérer les fromagers de demain. Il s'agit de proposer des animations dans les collèges aux classes de troisième pour vanter les mérites de ce beau métier et provoquer des vocations. Nous aurons l'occasion d'y revenir dans un prochain numéro.

Véronique Socié est devenue une sociétaire du Comté. Elle songe, ou rêve, à un engagement plus concret. « *Si un atelier coopératif fonctionnait à nouveau dans mon village, j'aimerais y prendre des parts, même si je n'éleve pas de vaches. Simplement à titre symbolique.* »