

# Les nouvelles du COMTÉ



## Il y a un an, la "Grande Coulée"

Le 17 juillet 2008 à Champagnole, la filière Comté célébrait le cinquantième du décret attribuant le statut d'AOC au Comté. Une meule fut fabriquée avec un échantillon de lait issu de chacune des fromageries présentes, symbolisant ainsi les 10 siècles du rituel collectif des coulées, et célébrant la capacité de la filière à l'organisation collective. Cette célébration fut émaillée par une manifestation d'agriculteurs mécontents par la forte augmentation du prix des intrants et parce qu'ils jugeaient insuffisante l'augmentation des prix du lait à Comté, en regard des fortes augmentations de prix dont avait bénéficié le lait industriel.

Un an après le bilan s'est inversé : le prix du lait à Comté a continué sa progression régulière et celui du lait industriel descend aussi bas qu'il a pu monter il y a quelques mois seulement.

Il ne s'agit pas ici de tirer un sentiment de supériorité ou de revanche de cette inversion. Car en tant qu'agriculteur, j'imagine et partage l'angoisse de ceux dont le prix du lait s'établit désormais à 280 euros/tonne. Au nom de la filière Comté, je leur dis toute ma solidarité.

Je souhaite seulement en tirer quelques leçons : avec juste raison, le Président de la FNSEA, Jean-Michel Lemétayer, réclame un minimum de maîtrise de la production pour le secteur laitier. En effet, la libéralisation des quotas avec leur suppression programmée est une pure catastrophe. Elle "tiers-mondise" le secteur laitier. Le secteur mondial des matières premières agricoles a connu de nombreuses années d'écroulement des cours, à des niveaux de plus en plus bas, créant ruine et famine, au nom de la compétitivité. Alors bien sûr il y a de temps en temps, comme pour le lait en 2008, des périodes de flambée des prix, mais il ne faut pas se cacher que sur le long terme, c'est l'appauvrissement pour l'écrasante majorité. Nos décideurs communautaires qui bénéficient de la sécurité de l'emploi et de salaires confortables décident pour les autres de l'appauvrissement et de l'insécurité.

Ma deuxième réflexion s'adresse aux opérateurs de la filière eux-mêmes : malgré tous les ingrédients qui construisent notre succès (amélioration de la qualité, communication, respect de l'environnement, etc.) – et qui nous sont attribuables –, il faut avoir l'humilité de savoir que nous tenons une partie de notre succès à la maîtrise de la croissance de notre production. Il faut donc à la fois tenir au plan de campagne et nous rappeler, nous producteurs de lait à Comté, que sur le long terme, c'est la modération de la croissance de la production laitière qui restera notre meilleur atout. Car il tombe sous le sens qu'on ne peut pas, et produire à volonté sans lien avec la réalité du marché, et bénéficier de prix élevés. Le savoir-faire de la filière Comté c'est d'avoir su faire des producteurs de lait, des producteurs de fromage responsables. Les difficultés que rencontrent les autres doivent nous servir d'enseignement : nous devons conserver précieusement cette originalité.

**Claude Vermot-Desroches**  
Président du CIGC



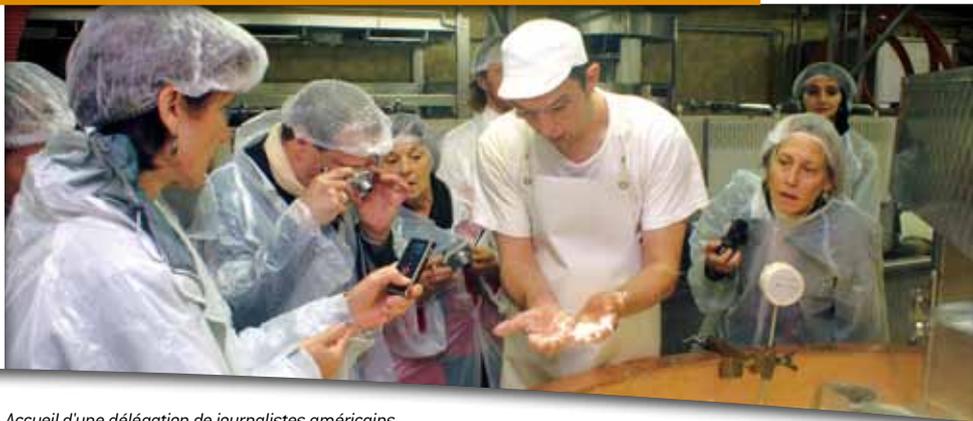
**Le Comté sur la scène internationale** DOSSIER > pages 3 à 5

**Une licence Pro pour les futurs fromagers** VIE DE LA FILIÈRE > page 7





Préparation des photos de recettes et des brochures pour les Routes du Comté avec Florence Compagnon.



Accueil d'une délégation de journalistes américains à la fromagerie de Mièges.

## La communication, c'est capital !

### > La commission des contrats :

Aurélia Chimier participe également à la commission des contrats pour les prix des fromages. Elle y présente une synthèse graphique sur les évolutions de la moyenne pondérée nationale et des stocks. « *Nous sommes peu nombreux au CIGC et nous mettons à profit la polyvalence de chacun, en l'occurrence un peu de connaissances informatiques ! Je n'interviens que s'il est nécessaire d'animer le dialogue entre les différents collègues de la commission : producteurs, coopératives et affineurs... L'ensemble des missions qui me sont confiées me permettent d'avoir une vision globale du marché : depuis le départ en cave, avec la commission des contrats, jusqu'au moment de la vente, grâce aux panels de distributeurs et de consommateurs que nous interrogeons régulièrement.* »

**La communication, c'est la mission d'Aurélia Chimier. Suivant les orientations prises par l'interprofession du Comté, elle intervient à plusieurs niveaux : publicité, partenariats, salons, export, suivi du marché...**

Le volet publicité-communication du Comté représente un budget de 3,9 millions d'euros, soit 62,3 % du budget annuel du CIGC. Il est financé à 95 % par la vente des plaques vertes et géré par une commission composée de représentants de la filière AOP. Cette mission est stratégique car elle vient renforcer la notoriété du Comté de manière collective et se place en complémentarité avec le travail de communication réalisé par les entreprises qui vendent le fromage.

#### "La vérité du produit"

À la fin de ses études d'ingénieur agricole, Aurélia Chimier a fait un stage à la fondation Pierre Fabre, réputée pour ses actions de mécénat. Cette expérience a agit comme un révélateur : « *J'ai eu envie de faire la promotion d'un produit avec un vrai message, une vraie éthique, un produit qui a du sens* », explique Aurélia Chimier. Depuis 10 ans, elle travaille au CIGC comme responsable de la communication pour le Comté. Sa stratégie : « *Garder le contact avec la vérité du produit.* »

### Trois missions prioritaires

- L'animation de la commission publicité qui décide de la stratégie de promotion du Comté. « *Cette commission représente l'ensemble de la filière. Il faut essayer de trouver des consensus, construire des ponts entre la vision du producteur et celle du directeur de marketing d'un grand groupe* ». L'efficacité des campagnes de publicité nationales est vérifiée à chaque fois : « *Nous gardons à l'esprit que le budget de la communication est apporté par les acteurs de la filière.* »
- Les relations avec la presse et le public où Aurélia joue "un rôle d'entremettrice" pour que les journalistes et les groupes de visiteurs puissent rencontrer les acteurs de la filière. « *Le Comté est un produit avec un affectif très fort. On ne vend pas seulement un fromage mais un territoire, un état d'esprit et des hommes. L'accueil et les contacts sont plutôt bons !* »
- La communication interne au sein de la filière est assurée en partie par des collaborateurs, salariés du CIGC (organisation du concours des prairies fleuries, *Les Nouvelles du Comté*, les supports de communication...). « *J'interviens également ponctuellement auprès des producteurs en leur donnant quelques clés pour présenter leur produit, notamment en salon.* »



Lors d'un séminaire au Japon.

### > L'export :

Aurélia gère aussi les campagnes de publicité sur les 4 pays ciblés par l'interprofession, Allemagne, Belgique, Japon et États-Unis. Elle se rend une à deux fois par an dans chaque pays pour piloter les projets avec les agences, rencontrer les prescripteurs locaux et participer à des événements de relations publiques, parfois aux côtés d'un producteur ou d'un affineur.

### > Et encore...

Diverses actions s'inscrivent également dans la mission de communication : le sponsoring, la création de documents mis à disposition des acteurs (dépliants, fiches recettes...), le fonctionnement de la Maison du Comté en lien avec les animateurs, les plannings des foires et salons, en collaboration avec les Amis du Comté et le GAG (Groupuscule d'actions gustatives).

# Les nouveaux défis de l'export

**La progression des ventes à l'export se fait grâce à un travail de promotion sur le long terme. Dans les pays où le marché est arrivé à maturité, une nouvelle étape se met en place.**

Les agences de communication locales basées à l'étranger ont commencé à s'adresser directement aux consommateurs, par le biais de salons grand public ou encore de campagnes nationales de publicité. Ces actions, qui nécessitent un investissement important, sont menées actuellement sur les marchés de proximité, Allemagne et Belgique, qui sont aussi les plus anciens historiquement. Ailleurs, l'interprofession continue à cibler en priorité les prescripteurs (importateurs, distributeurs, presse, restaurateurs, écoles de cuisine...) pour construire la notoriété du Comté et s'assurer de sa disponibilité dans les circuits de distribution. Autre évolution à noter : l'utilisation d'Internet comme outil de promotion, de plus en plus prégnant. L'ensemble des ventes à l'export constitue environ 6 % du volume total.



## Chiffres clés

Pour accompagner la progression des ventes à l'export, le CIGC a investi 1,165 millions d'euros en 2008 :

- 540 000 € en Allemagne
- 260 000 € en Belgique
- 205 000 € aux USA
- 160 000 € au Japon

Le CIGC investit en synergie avec les entreprises et intervient uniquement dans le domaine de la promotion.

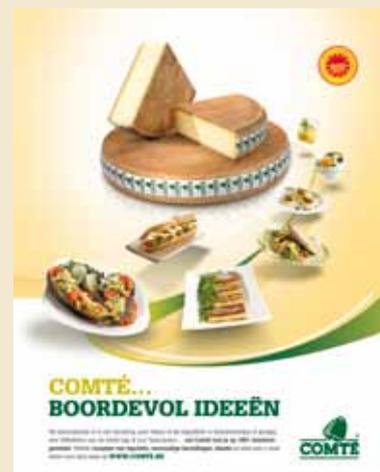
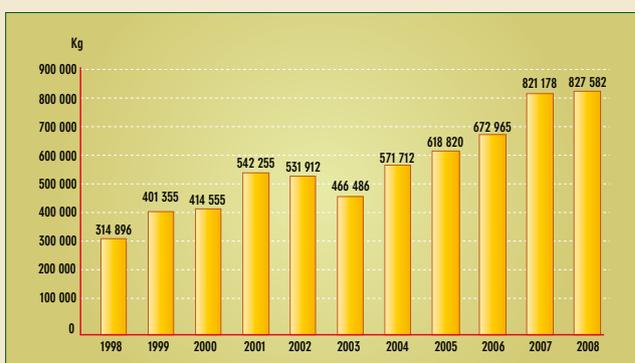
## Belgique

La partie francophone (Sud de la Belgique) bénéficiait par capillarité des campagnes de publicité menée en France. Le Comté communiqué depuis peu en Flandres. Cette particula-

rité exige une stratégie biculturelle et bilingue à l'échelle d'un petit pays mais elle a porté ses fruits : le tonnage de Comté exporté en Belgique a augmenté de 75 % en 5 ans.

### > Évolution des tonnages Comté exportés en Belgique

(déclarations des entreprises de la filière, hors autres courants d'exportation tels Rungis, crémières... non chiffrés)



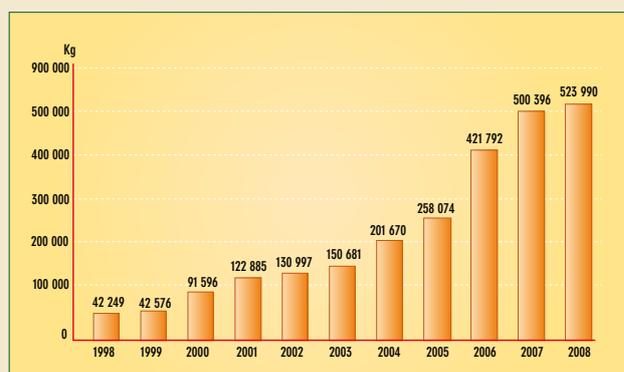
## États-Unis

Le marché américain est en pleine évolution et aujourd'hui les chaînes de supermarchés s'intéressent de plus en plus au Comté. Ce qui, à l'échelle d'un territoire comme les États-Unis, augmente rapidement les tonnages. Comme chaque année, un voyage de presse a permis d'accueillir en mai une délégation de journalistes américains en provenance de New York, Californie, Floride, Minnesota et Iowa. Quelques semaines plus tard, les représentants du Comté étaient présents au Fancy Food Show de New York, un important salon dédié à l'agroalimentaire qui a eu lieu du 28 au 30 juin.



### > Évolution des tonnages Comté exportés aux USA

(déclarations des entreprises de la filière, hors autres courants d'exportation tels Rungis, crémières... non chiffrés)



## Japon

Il y a 20 ans, la consommation de fromage français au Japon était de l'ordre de 180 à 200 g par an et par habitant. Aujourd'hui, elle est aux alentours de 2 kg et il existe même une journée du fromage au Japon ! Malgré tout, nous sommes loin des habitudes de consommation occidentale et l'approche plus récente du Comté (2004) passe par la construction d'une relation forte avec les prescripteurs (organisation de séminaires, de cours de dégustation) et l'accueil de journalistes. Le marché japonais du Comté a démarré très vite puis les volumes se sont stabilisés depuis 2005 autour de 50 tonnes. La consommation est basée surtout sur la qualité et la connaissance du produit. Le Japon est un marché essentiel en terme d'image car il est une porte d'entrée vers l'Asie.



## Allemagne

Avec un volume de vente de 1 300 tonnes, l'Allemagne est le marché leader en matière d'export. Kits, recettes, newsletters sont envoyés à plus de 2 000 détaillants et quelques 160 grossistes. Mais la moitié du budget est aujourd'hui consacrée à la réalisation de campagne vers les consommateurs qui peuvent prendre plusieurs formes : salons grand public, campagne dans la presse gastronomie/art de vivre, affichage et dernière-ment sponsoring d'émissions de télé. Le volet Internet est également très développé.



Philippe et Romain Olivier privilégient les contacts humains avec les producteurs et les clients.



Les magasins de Boulogne et Lille font partie des premières Ambassades du Pays du Comté.

## Crémiers-détaillants

# L'art du fromage sur la scène internationale

**Les chiffres officiels de l'exportation de Comté sont basés sur les déclarations des affineurs. Mais ces chiffres sont en dessous de la réalité car chaque année, des dizaines de meules passent les frontières françaises sans être comptabilisées dans les volumes exportés. Ce sont celles vendues par les crémiers-détaillants. Philippe et Romain Olivier, fromagers bien connus du Nord de la France, ont su faire apprécier le Comté aux quatre coins de l'Europe et jusque sur les tables des très selects hôtels de Singapour et de Dubaï.**

Issu d'une grande famille de collecteur-affineur et marchand de fromages, Philippe Olivier a jeté les amarres à Boulogne-sur-Mer en 1974. Il lui fallait un port. Pour le bruit des bateaux qui arrivent à quai et déchargent les marchandises, les accents iodés qui se mêlent aux accents du Nord... Mais aussi pour exporter car l'Angleterre n'est pas loin. Dès 1976, Philippe Olivier commence à vendre du fromage Outre-Manche. « C'était rock'n'roll ! Il fallait de nombreux documents sanitaires pour exporter depuis le continent. Heureusement, les choses se sont améliorées... », sourit Romain Olivier. Le jeune chef d'entreprise connaît toute l'histoire. Il a suivi les traces de son père depuis qu'il est tout gamin. Leurs périples à travers la France pour dénicher les meilleurs fromages et les rencontres avec les petits producteurs fermiers sont pour lui des moments inoubliables. L'histoire du grand-père fromager dont le magasin avait été rasé par les bombardements, et qui recevait chaque semaine 3 meules de Comté Michaud par le train, a fait le tour de la famille. « Nous avons gardé notre fidélité

à ce fournisseur jusqu'au moment de sa fermeture », raconte Philippe Olivier.

### Innover sans perdre son âme

Depuis 35 ans, le magasin de Boulogne-sur-Mer est un paradis pour les amateurs de fromage : les 40 AOP laitières y sont présentes et 300 sortes de fromages s'y côtoient au fil des saisons. L'élégante petite boutique est située entre le port, avec ses quartiers d'après-guerre entièrement reconstruits et la vieille ville, protégée par de magnifiques remparts. Romain Olivier, après une visite de la boutique, nous entraîne de l'autre côté de la rue. Une fois la porte poussée, quelle surprise ! 17 personnes travaillent là, essentiellement pour préparer les commandes qui seront expédiées en France ou à l'étranger. La société Philippe Olivier possède un deuxième magasin à Lille et 8 concessions (épicerie fines ou crémeries), réparties dans la grande moitié Nord de la France. Dans les bureaux, 4 personnes gèrent les commandes, jonglant avec le change et le décalage horaire. Trois responsables de caves assurent l'affinage des fromages

## > 40 Comté par mois :

La société Olivier choisit 4 sortes de Comté provenant de 4 fromageries différentes. Des fromages d'été, en majorité, et pas que des vieux Comté ! Elle se limite volontairement à 17 meules de 24-30 mois par an. Dans les autres catégories, la société écoule chaque semaine 3 meules de 18-24 mois, 4 meules de 12-18 mois et 1 meule de 6-12 mois. « *Un Comté doit rester beurré, très floral. En ce moment, je prends un réel plaisir avec une baguette, un bon verre de vin et un Comté de 6-8 mois* », avoue Romain Olivier.



## > La société Philippe Olivier

19 salariés

2,9 millions d'euros  
de chiffre d'affaires en 2008

180 à 200 tonnes de fromages  
vendus par an dont 50 à 60 % d'AOP

Répartition des volumes vendus  
dans les deux magasins (10 à 15 %),  
les 8 concessions (45 et 50 %), la  
restauration (10 à 15 %), l'export  
(35 %), l'événementiel (5 %)

achetés à des petits éleveurs et des artisans fromagers.

### Le fromage comme un art

Philippe Olivier a su fédérer une quinzaine de détaillants au sein d'une amicale, le Cercle des fromagers affineurs, répartis dans toute la France. Il milite aussi avec le Syndicat national des crémiers fromagers affineurs dont il est le président depuis un an, « *pour que les détaillants de produits laitiers, partageant les valeurs chères aux AOP, puissent être représentés dans les organismes de filières* ». À un an et demi de la retraite, l'homme garde intacte la foi qui l'anime. La relève est assurée et aujourd'hui, celui qui est aussi vice-président de la Chambre de commerce de Boulogne-sur-Mer et vice-prévôt de la Guilde des fromagers, se consacre à ce qu'il aime le plus : créer des événements autour du fromage, surprendre, amuser. Être le passeur d'un patrimoine et d'une culture dans un contexte où règne l'hyper-marketing. Pour la famille Olivier, « *le fromage est un art* ». Un art de vivre qu'il faut partager.

# 35 % des fromages partent à l'export

**L'exportation se fait dans plus de 20 pays, surtout vers l'Europe, en particulier Angleterre et Belgique, mais aussi vers l'Asie et le Moyen-Orient.**

Pour le Comté, la famille Olivier s'approvisionne auprès de deux affineurs. « *Pas de nom, pour ne froisser personne* », explique Romain Olivier, avec tact. Pas davantage d'indices sur les restaurants avec lesquels la société travaille, du simple bistrot-bar à vins de qualité aux tables les plus renommées, et encore moins de détails sur les hôtels de Singapour, Hong-Kong et Dubaï, où s'est engagé un véritable partenariat depuis bientôt 4 ans. La concurrence est rude au pays du fromage.

Du fait du transport, des taxes, du dédouanement et du suremballage, le prix vendu au restaurateur est multiplié par 5 ou 6 par rapport au prix de départ. « *Ces*

*pays attendent de nous de la qualité, de l'exceptionnel* », indique Romain Olivier qui mise beaucoup sur le Comté à l'étranger. « *Le Comté possède un couple goût-odeur qui, pour un novice, est une bonne porte d'entrée et permet d'avancer dans le monde des fromages. Sa texture se rapproche d'une texture connue mondialement, celle du Cheddar, mais avec davantage de goût.* » Le Comté est expédié le plus souvent en morceaux de 400 à 600 g par transport frigorifique, routier ou aérien, dans un emballage papier spécifique, jamais sous vide, et arrive dans un délai maximum de 10 jours pour l'Asie. Pour l'Angleterre, un fromage commandé à 10h le matin arrive à 17 h chez le restaurateur.

Le Comté présent dans les hôtels de luxe à Dubaï.



# Claude Philippe

## “L'URFAC joue la carte du multi-AOP”

L'Union régionale des fromages d'appellation d'origine comtois réunit 4 AOP\* : Bleu de Gex, Comté, Mont d'or et Morbier. Tous volontaires, les membres de l'URFAC ont une vision complémentaire et non concurrentielle des AOP. Leur président en tête.



« La recherche et une meilleure connaissance des flores du lait seront les grands enjeux de demain ».

**Les Nouvelles du Comté :** Quand on est président d'une union régionale qui a maintenant plus de 2 ans, est-ce qu'on peut dire qu'une première étape est franchie ?

**Claude Philippe :** Vous savez, je suis né dans une fromagerie. Et sur le fronton de cette fromagerie, il était inscrit : “L'union fait la force”. C'est comme une marque indélébile inscrite au fond de moi. Aujourd'hui, plus que jamais, je crois que l'union de nos AOP est une chance et qu'un nombre important de projets vont en découler.

**NDC :** Une union un peu forcée, au début...

**Claude Philippe :** Il fallait faire face à la lourdeur des contraintes administratives imposées par la réforme du contrôle des AOP et nous avons compris l'utilité de nous unir. Grâce à l'URFAC, nous avons pu diminuer le coût des contrôles par tonne de fromage. Sans cela, vous pouviez multiplier ce chiffre par cinq pour certaines AOP.

**NDC :** Comment se passent les relations au sein de l'URFAC ?

**Claude Philippe :** Chaque syndicat d'AOP reste autonome dans sa politique, avec la volonté de construire quelque chose ensemble. Lors de la réécriture des cahiers des charges du Morbier, du Bleu de Gex et du Mont d'Or, nous avons voulu être cohérent avec celui du Comté, qui est un peu notre “grand frère” à tous.

**NDC :** Il y avait une certaine concurrence entre les AOP. Hier, il arrivait qu'une fruitière

arrête sa production de Comté en hiver pour faire du Mont d'Or. Les choses ont changé...

**Claude Philippe :** Nous ne parlons plus de polyvalence des fruitières, de cette époque où chacun faisait « ce qui gagne le mieux au moment le plus opportun », mais nous parlons maintenant de complémentarité des productions. Nous sommes passés au “multi-AOP” ! L'URFAC continue à promouvoir cette idée et nous pouvons nous réjouir du respect mutuel qui existe entre nos AOP : une petite filière est écoutée au même titre que les autres.

**NDC :** Malgré de faibles moyens, vous êtes capables de lancer de grands chantiers pour les AOP..

**Claude Philippe :** Après avoir créé un service technique commun aux AOP régionales, notre effort porte maintenant sur la partie sanitaire. Les enjeux sont énormes, le lait cru est une matière vivante et de nouvelles responsabilités pèsent sur tous les maillons de nos filières : producteurs, transformateurs et affineurs. Avant, chaque AOC essayait de résoudre son problème dans son coin. Grâce à l'URFAC, nous avons pu bénéficier d'un coordinateur sanitaire mis à disposition par le CTFC qui réalise une veille sanitaire 7 jours sur 7. Les grands enjeux de demain seront la recherche et une meilleure connaissance des flores du lait. D'autres enjeux seront à prendre en compte comme les aspects environnementaux. Le rôle de

l'URFAC est de toujours anticiper, de donner des facteurs d'alerte. En gardant une vision d'ensemble.

\*AOP : Appellation d'origine protégée, remplace le sigle AOC depuis le 1<sup>er</sup> mai 2009.

### L'URFAC

Née le 6 février 2007, l'URFAC a permis d'accélérer la mise en commun de moyens techniques [création du Centre technique des fromages comtois], mutualiser les coûts et diminuer le nombre d'intervenants sur les exploitations pour les contrôles. Un travail commun source d'une plus grande efficacité.



### Commandez vos plaques vertes sur Internet

Les fromageries peuvent désormais passer leurs commandes de plaques vertes et d'autres articles sur Internet en se connectant au site :

[www.espacecomte.com](http://www.espacecomte.com) \*

Ce nouveau service permet d'éviter des échanges de courrier et, grâce à une prise en charge automatique des commandes, limite les tâches administratives et cela dans l'intérêt collectif.

\* Pour ceux qui n'auraient pas reçu la procédure, demandez-là à l'adresse suivante : [d.renard@comte.com](mailto:d.renard@comte.com)

# Une Licence Pro pour les futurs fromagers

## Pourquoi passer du Certificat de spécialisation à la Licence Pro "Responsable d'ateliers de production fromagère du terroir" ?

Il s'agit avant tout d'une évolution nationale : les jeunes recherchent des formations diplômantes de niveau Bac +3, Licence Pro, ce qui correspond à un niveau de fin de deuxième année universitaire scientifique. On constate aussi une évolution de la qualification dans le métier de fromager avec davantage de gestion, de management du personnel... Constat qui était déjà à l'origine du certificat de spécialisation (CS) mais qui est encore plus vrai aujourd'hui.

La formation est dispensée par l'Université de Franche-Comté (UFR SLHS, section de Géographie et Aménagement) en partenariat avec les ENIL et le CFTC. Elle continue à faire appel à de nombreux intervenants extérieurs, ce qui faisait déjà l'originalité du CS : techniciens du CFTC mais aussi contrôle laitier, chambre d'agriculture, CIGC, FDCL, syndicat des

fromagers, service de l'État, affineurs, INRA, MSA... Ce projet collectif, soutenu par la profession et validé par l'Université de Franche-Comté, ouvre sur le métier de fromager en fruitière mais pas uniquement. Ce qui est un atout car le métier peut être difficile physiquement. D'autres débouchés sont possibles : organismes techniques, fabrications fermières, affineurs...

Enfin la Licence Pro a permis d'élargir le recrutement : 14 jeunes pour la première promo (2008/2009), 35 candidats cette année. Si la formule a évolué, l'objectif reste toujours le même : privilégier l'insertion des jeunes à la sortie de la formation. Pour la promotion 2009-2010, 19 étudiants sont admis, 11 ne sont pas originaires de Franche-Comté, ils affichent une forte motivation pour travailler dans les filières fromagères d'appellation du massif du Jura et des Savoies.

### Motivés !

Les 14 jeunes qui ont inauguré la licence Pro viennent d'horizons divers : formation agro-alimentaire mais aussi BTS ACSE, Fac de géographie, DUT IAA, école fromagère en Suisse, chèvrerie, fromagerie en Haute-Savoie, Japon... Très motivés, ils ont une vision réaliste du métier de fromager en fruitière. La plupart sont bien décidés à aller au bout de leur projet : travailler en fromagerie, en alpage ou en fabrication fermière. Déjà, dès avant la fin de la licence, certains ont décroché un contrat de travail dans la filière.



## Une formation en constante évolution

Les stages et les intervenants extérieurs restent le moteur de la formation en licence Pro, mais le nombre de semaines en centre de formation a légèrement augmenté : 20 semaines avec la licence Pro, contre 16 avec le CS. De nouveaux cours sont dispensés par des enseignants d'université : définition des terroirs, principes de mise en place des appellations d'origine, approche territoriale, historique et sociologique de la filière, langue (anglais), communication multimédia (diaporamas sur des AOC fromagères), critères environnementaux...

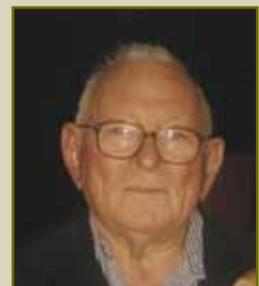
L'objectif est d'apporter une réflexion sur le métier, une ouverture sur la filière. Des modules permettent de découvrir d'autres techniques fromagères. Le diplôme est sanctionné par une évaluation continue, un mémoire de stage et des évaluations pratiques qui ont été conservées.



Pascal Berion, enseignant en géographie :  
« La Licence est portée par l'Université de Franche-Comté mais n'est pas déconnectée de la pratique. »

## La famille du Comté endeuillée

**Pierre Vallet est décédé le 30 juin 2009. Avec lui disparaît l'un des piliers de la construction de l'Interprofession du Comté, le CIGC, qu'il a présidé pendant toutes les années 1980.**



Chacun se souvient de la fierté qui habitait M. Vallet dans l'exercice de son métier d'agriculteur, et bien plus dans celui de producteur de lait à Comté. Il a participé à l'installation des fondations de la filière, exerçant d'abord la fonction de Président de la commission des contrats, puis succédant à Noël Gentier en tant que troisième président du CIGC. Les premières années de la construction de l'interprofession, prélude au succès d'aujourd'hui de la filière Comté, furent difficiles, et Pierre Vallet sut maintenir le cap du progrès et de l'indépendance de la filière Comté. Celle-ci lui doit une immense reconnaissance, et perd avec ce jurassien un homme courageux, rude d'abord, mais simple et généreux. Son décès intervient quelques mois seulement après celui de son épouse, qu'il a donc suivie de peu, laissant derrière lui une grande famille unie et riche d'enfants et de nombreux petits enfants. L'interprofession du Comté leur adresse ses sincères condoléances et participe pleinement à leur immense peine.

## 1800 randonneurs fondus de Comté

Succès incontestable pour la randonnée des fruitières à Comté dont le départ était donné cette année depuis le village de Courvières. À VTT, à pied ou à cheval, les 1 800 participants se sont élancés, le dimanche 17 mai, à l'assaut de ces beaux paysages qui donnent toutes leurs saveurs aux Comté produits localement. Les 5 fruitières du Plateau de Frasne et du Val du Drugeon ont réservé un accueil chaleureux aux participants, avec dégustation et verre de l'amitié en prime. Les Amis du Comté étaient présents à l'arrivée de la randonnée des fruitières pour une dégustation des 5 Comté du parcours.



### Un dimanche à la fruitière...

Il s'en est passé des choses le 17 mai... À l'occasion des sélections pour le championnat de France de chiens de troupeaux, la fruitière de Noël-Cerneux-Le Bélieu dans le Doubs a ouvert ses portes aux visiteurs, par une belle journée presque estivale. La démonstration du robot de cave a attiré une foule nombreuse dans cet atelier récent qui a été mis en service en juillet 2007.

La fruitière de Longchaumois dans le Jura a également organisé une journée portes ouvertes le 17 mai en même temps que la traditionnelle Foire de printemps. Les Amis du Comté s'étaient installés devant la fruitière pour les dégustations, pendant que Claude Humbert, le fromager, réalisait une fabrication de Comté à l'ancienne. Pour varier les plaisirs, la fruitière avait également invité un maréchal-ferrant.



Claude Humbert, fromager à Longchaumois.



Dans le magasin de la fruitière à Noël-Cerneux.

À Noël-Cerneux, le concours de chiens de troupeaux a attiré une foule de visiteurs.

### JET-SET

#### > Elle cuisine pour le Chef !

Le magazine *Elle* a eu la délicieuse idée de demander à 4 femmes de Chefs ce qu'elles cuisinent à la maison. Elles nous confient les recettes préférées de leur mari étoilé. Ainsi Sylvie Gagnaire concocte pour son homme un plat tout simple : bavette et choux-fleur arrosés d'une sauce au beurre accompagnés de fines tranches de Comté. « *Cela m'a permis de faire aimer le chou-fleur à mes enfants et Pierre est fan aussi.* »

#### > Enquête de luxe

De Paris à New York, le Comté a ses entrées partout... En face de l'Olympia, la boutique Lavinia (6 000 références de vins) propose, quand vient l'heure de la pause, une assiette Comté et jambon basque pour accompagner un grand cru que l'on peut s'offrir au verre. Le luxueux hôtel du Plaza à New York accueille un bar à vin où le Comté est servi avec un château Smith Haut-Lafitte blanc 2005. Pour les 10 ans du Clos de los Siete, un vin élaboré en Argentine par 7 grandes maisons bordelaises, ni star ni paillette mais un repas servi au Rond-Point des Champs-Élysées avec, pour seul "people", le journaliste Bernard de la Villardière (Enquête exclusive sur M6). Le plateau de fromage était à l'image de la fête, simple mais goûteux, avec un Brie de Meaux fermier et un Comté. Le jeune chef sommelier de l'hôtel Meurice à Paris, Nicolas Rebut, n'hésite pas à proposer un vin du Languedoc (Domaine Puech-Haut) avec des lamelles de truffes et de Comté sur une salade de jeunes endives. Enfin, à Casablanca, le café M, restaurant français de l'hôtel Hyatt Regency, innove avec un nouveau concept : le "Bar à fromages". Comté, Livarot, Ossau-Iraty et quelques autres fromages traditionnels y sont servis à l'assiette.

## Routes du Comté

La barre des 200 000 visiteurs est franchie

Après 7 années d'existence, le réseau Routes du Comté a franchi une nouvelle étape en enregistrant durant l'année 2008 une fréquentation de 206 599 visiteurs dans les sites directement liés à la Filière Comté (Fermes de découverte, fruitières et caves d'affinage visitables). Sachant que 60 structures seulement sur 118 ont répondu à l'enquête, on peut même penser que la fréquentation "réelle" est nettement supérieure au chiffre annoncé. La part des étrangers représentait 12,8% du total. Si la fréquentation des Fermes de découverte (13 répondants) connaît une baisse de 20% avec 9 057 visiteurs, celle des caves d'affinage (4 répondants) poursuit sa hausse régulière depuis 2003 (33 411 personnes accueillies) et celle des fruitières (43 répondants) augmente de 30% pour s'établir à 164 131 visiteurs.



## Ça blogue pour le Comté !

On ne compte plus le nombre de blogs amateurs consacrés à la gastronomie sur Internet. Les blogueurs ouvrent leur cuisine, partagent leur astuces et leurs trouvailles, souvent avec humour et gentillesse. Certains reçoivent plus de 100 e-mails par jour et 150 000 visiteurs par mois. Plusieurs, parmi les plus consultés, ont été contactés par le CIGC et ont joué le jeu, présentant des recettes réalisées avec du Comté.



### > À découvrir sur leurs sites :

[beualalouche.canalblog.com](http://beualalouche.canalblog.com) • [lacuisinedebabeth.blogspot.com](http://lacuisinedebabeth.blogspot.com) • [papillesetpupilles.blogspot.com](http://papillesetpupilles.blogspot.com) • [1001recettes.blogspot.com](http://1001recettes.blogspot.com) (rubrique "Vous aimez les maths ? Moi j'aime le Comté !") • [dumieletdusel.canalblog.com](http://dumieletdusel.canalblog.com) • [mercotte.fr](http://mercotte.fr) • [latartinegourmande.com](http://latartinegourmande.com) (mis en ligne depuis les USA)...

Les recettes sont également diffusées sur le site [comte-gourmand.com](http://comte-gourmand.com)

On ne peut s'empêcher de refaire un petit clin d'oeil à Valérie Szewczyk, graphiste du CIGC, et à son blog de cuisine qui fait la part belle au Comté : [bcommebon.canalblog.com](http://bcommebon.canalblog.com)

### > Quand l'Académie culinaire épluche l'actualité...

L'Académie culinaire, créée par l'ancien chef du restaurant Le Valentin à Besançon, vient de lancer son blog consacré à l'actualité des produits régionaux de Franche-Comté. À découvrir à travers des reportages, des idées de sorties, des recettes, des portraits, des coups de cœur... Une mine d'informations distillées sous la plume de Jean-Claude Barbeaux, un ancien des *Nouvelles du Comté*. Le blog est en cours de construction mais vous y trouverez déjà des infos sur les Routes du Comté, l'économie du lait en Franche-Comté, les recherches portant sur le Comté, la première fête de l'AOP Morbier... [academieculinare.fr/blog](http://academieculinare.fr/blog)



## LES INTERVENTIONS DES AMIS DU COMTÉ

### JOURNÉE À LA FRUITIÈRE

19 juillet > Brénod (Ain)

### SOIRÉES COMTÉ À LA FERME DE CESSAY

8-22 juillet - 5-12-19-26 août > Frasnay (Doubs)

### BALADE AUTOUR DU COMTÉ

29 juillet > Labergement-Sainte-Marie (Doubs)

À la Maison de la Réserve, en soirée.

### CENTENAIRE DE LA FRUITIÈRE

2 août > Chapelle d'Huin (Doubs)

### FOIRE BRESSANE À L'ANCIENNE

4 août > Coligny (Jura)

### FAÎTES DU COMTÉ

7 août > Poligny (Jura)

### FÊTE DE LA TERRE

5-6 septembre > Saint-Rambert-en-Bugey (Ain)

### LIGNE DES HORLOGERS

16 septembre > La Chaux-de-Fonds (Suisse)  
Dégustations de Comté à bord du Train express régional. Départ de Besançon (Doubs).

### 9<sup>e</sup> TRANS'ROLLER

19-20 septembre > Pontarlier (Doubs)  
Un événement parrainé par le Comté.

### COMICE

26 septembre > Doye (Jura)

Les Amis du Comté y animeront selon les cas, des fabrications à l'ancienne, des ateliers du goût, des mini-fabrications et des dégustations.

## LES ANIMATIONS DU GROUPE SCULE D'ACTIONS GUSTATIVES

### FOIRE AUX VINS ET AUX FROMAGES DE BESSE

25-26 juillet > Besse et Saint-Anastaise (Puy-de-Dôme)

Les vins de France à la rencontre des fromages du Massif central. Dégustations comparatives de 5 Comté.

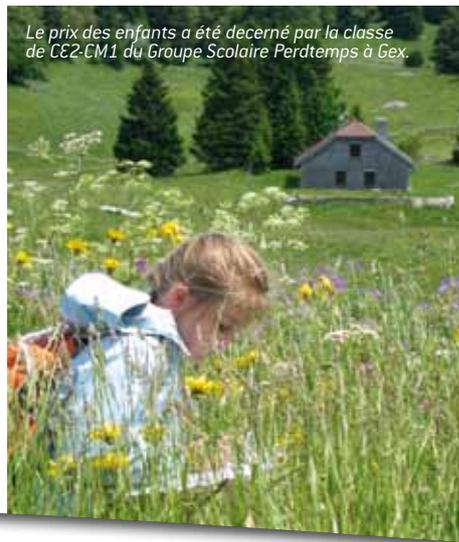
### SLOW FOOD, MANIFESTATION "CHEESE"

20-21 septembre > Bra (Italie)

Animation de deux Laboratoires du Goût : Comté et Champagne, Comté et douceurs.



Le jury établit le nombre d'espèces de plantes indicatrices du milieu en se référant à la liste MAE (Mesures agri-environnementales).



Le prix des enfants a été décerné par la classe de CE2-CM1 du Groupe Scolaire Perdtemps à Gex.

# La biodiversité ça se cultive !

**Le concours des prairies fleuries a mis en valeur 18 prairies de fauche du Haut-Jura remarquables par leur biodiversité et la qualité des fourrages.**

Associé cette année au Comté, au Morbier et au Bleu de Gex, et avec le soutien financier des régions Franche-Comté et Rhône-Alpes, le parc naturel régional du Haut-Jura a organisé les 11 et 12 juin le deuxième concours des prairies fleuries.

Les résultats obtenus permettent de valoriser auprès du grand public les savoir-faire agricoles en termes de préservation de l'environnement et de la biodiversité.

La flore du Comté est d'une grande richesse et il existe un lien fort entre pratiques agricoles, biodiversité et goût du fromage que les chercheurs s'emploient d'ailleurs à démontrer. En parcourant les prairies de montagne, ce lien entre terroir, lait et fromage devient presque une évidence.



Jean-Marc Lançon, agriculteur, présente l'historique de sa prairie au jury, accompagné par le président de l'interprofession du Comté.

## > Les résultats du concours

La présidente du jury, Christine de Sainte Marie, de l'INRA d'Avignon, après délibération du jury, a nommé les agriculteurs suivants pour les 5 prix engagés :

- **Prix de la biodiversité** : Patrice Chevassus (Les Molunes - coopérative des Moussières) pour sa parcelle au lieu-dit La Simard.
- **Prix de l'équilibre agronomique** : Joël Gauthier (Lamoura - coopérative de Lajoux) pour sa parcelle au lieu-dit La Vy-du-Lac.
- **Prix du potentiel Mellifère** : Jean-Marc Lançon (Lajoux - coopérative des Moussières) pour sa parcelle au lieu-dit La Vilette.
- **Prix de la valeur paysagère** : Stéphane Gros (Bellecombe - coopérative des Moussières) pour sa parcelle au lieu-dit Le Pré-David.
- **Prix de l'équilibre**, pour la parcelle ayant reçu les meilleures notes dans les 4 catégories précédentes et donc la prairie fleurie par excellence : Denis Regad (Septmoncel - coopérative des Moussières) pour sa parcelle au lieu-dit Tréchaumont.
- **Prix des enfants** décerné par la classe de M<sup>me</sup> Gay (école Perdtemps de Gex) : Bruno Chevassus (Lajoux - coopérative de Lajoux) pour sa parcelle au lieu-dit Lajoux-Dessus.

## > Biodiversité ?

🌸 Claude Vermot-Desroches, président du CIGC, a suivi le déroulement du concours et souligne l'intérêt pour la filière : « Pour l'image et la qualité de nos produits, nous avons besoin de mettre en évidence notre contribution à la biodiversité ».

🌸 Le prix de l'équilibre et le prix de la biodiversité ont été accordés à des prairies avec plus de 60 espèces de plantes dont 11 indicatrices de la liste MAE (Mesures agri-environnementales). Elles ont aussi une bonne valeur fourragère, une souplesse d'exploitation et un fort intérêt paysager. La prairie fleurie par excellence !

🌸 Le caractère extensif des prairies est une dominante de la filière Comté.



# Le Comté, sujet de recherche

**Un colloque s'est tenu le 9 avril à Poligny avec 60 chercheurs et professionnels réunis autour de 22 communications scientifiques.**

« En tant que produit lié à son terroir, élaboré à partir d'une matière première dont la variabilité quotidienne est voulue par son pari de l'authenticité, le Comté a besoin plus que tout autre de la science », a affirmé Claude Vermot-Desroches lors de son mot d'accueil ouvrant le colloque "Comté et recherche" à Poligny. Cet appel à la science est corroboré par le budget de recherche, plus de 300 000 €, que le CIGC consacre chaque année à ce qu'il considère comme la préparation de l'avenir de la filière Comté.

Mais les participants à cette réunion l'ont bien senti, au-delà des investissements financiers, ce qui est le plus important c'est la mobilisation des chercheurs. Et les professionnels de la filière Comté ont pu apprécier l'excellente collaboration entre chercheurs de tous horizons : ceux de la filière bien sûr et de son environnement scientifique proche (CTFC, INRA, ISBA, ACTILAIT), mais aussi ceux des chercheurs de l'Université de Franche Comté, et même quelques partenariats hors région.

## Modernité du Comté

Les recherches présentées et discutées ont traité de l'amélioration de la qualité, de la maîtrise de la spécificité, et des réponses aux nombreuses attentes sociétales dans les domaines de la traçabilité, de la santé, de l'environnement ou de la nutrition. C'est en effet la manière pour le Comté d'être moderne : adopter la recherche la plus pointue, pour la mettre au service du consommateur, et pour que le Comté reste lui-même, c'est-à-dire un produit authentique lié à son terroir. C'est ainsi que pour reconnaître des intrus dans la production de râpé, un partenariat a été engagé avec l'Université de Marseille autour de la RMN (Résonance magnétique nucléaire).

L'Université de Besançon, elle, a pu présenter 2 travaux. D'une part une thèse sur le transfert des métaux lourds et des radionucléides du sol à la plante, puis au lait et au fromage, dans le cadre d'un partenariat engagé de longue date avec le CIGC. D'autre part, un travail sur les effets positifs pour la santé de la consommation de fromages au lait cru.

Les problématiques strictement professionnelles furent bien prises en compte dans les communications : c'est ainsi que le Centre technique des fromages comtois (CTFC) a pu montrer toutes les potentialités d'un test global d'appréciation du potentiel qualitatif d'un lait, tel que celui de la lactofermentation.

L'INRA et ACTILAIT ont présenté de nombreuses recherches tournées vers l'amélioration qualitative : l'amélioration des coagulants, la maîtrise des ambiances de micro-organismes dans les fermes et dans les fromageries, etc.



\* Minette : nom vernaculaire de la luzerne lupuline alias *Medicago Lupulina*.

## > "Attentes sociétales"

Les communications dans leur majorité furent tournées vers les attentes sociétales. La présentation par Laurent Brondel, du Centre européen des sciences du goût, fut d'ailleurs particulièrement appréciée, puisqu'elle a porté sur la capacité plus importante des produits avec goût à installer plus rapidement le RSS (Rassasiement sensoriel spécifique). Si cette notion de RSS n'est pas à la portée de tous, on a cependant collectivement pressenti que consommer des produits de qualité était l'un des moyens de calmer sa faim (de goût) plus rapidement et donc de consommer plus modérément. Une belle ouverture vers l'approfondis-

sement du paradoxe français...

À l'issue de cette journée très dense, il a été décidé de se retrouver dans un an, avec l'idée de se focaliser sur un nombre plus restreint de recherches et de laisser plus de temps à la discussion entre professionnels du Comté et chercheurs, tout aussi passionnés et attachés aux valeurs de solidarité de la filière Comté. En effet, ces derniers apprécient de s'investir auprès d'une filière « où le progrès bénéficie à tous, où le collectif l'emporte sur l'individualisme ». Le Président Vermot-Desroches sut d'ailleurs en remercier les chercheurs très sincèrement au nom de toute la filière Comté.



Les sociétaires apportent encore leur lait à la coulée, matin et soir.



## La fromagerie de Saint-Antoine

**Découverte d'une petite fromagerie du Haut-Doubs dopée par le tourisme et qui fabrique encore au rythme de la coulée.**

Saint-Antoine est un petit village du Haut-Doubs situé juste en face de Métabief. Une région attrayante, appartenant à la Communauté de communes du Mont d'Or et des Lacs, où le va-et-vient des skieurs et des randonneurs est intégré dans le paysage et rythme une partie de la vie économique. Il en est ainsi pour la fromagerie de Saint-Antoine, une fromagerie de 1,8 million de litres de lait, dont le magasin est régulièrement pris d'assaut. La longue file d'attente en hiver s'étire au dehors. Ceux qui viennent acheter leur fromage patientent sur la place en admirant l'église, le lavoir et la façade de la fromagerie sur laquelle l'inscription "Maison commune-1828" suscite les discussions. En effet, la fromagerie a depuis toujours été logée dans le rez-de-chaussée du bâtiment qui appartient à la commune. Madame la Maire, Brigitte Pretre, n'a qu'un escalier à descendre pour aller faire un remplacement occasionnel au magasin de la fromagerie. Un magasin à l'image de l'atelier de fabrication, propre, bien agencé mais vraiment très petit. Ce qui est un avantage pour l'atelier (le fromager apprécie de ne pas avoir à faire des pas), ne l'est pas pour la boutique. Le président Alain Chapuis et les sociétaires en sont conscients mais hésitent à projeter l'investissement. Il faudrait agrandir en

extérieur de la façade, avec l'accord de la commune, et cela augmenterait les charges. Il faudrait aussi une deuxième vendeuse au côté de Charline, la femme du fromager qui, pour l'instant est remplacée, car la famille attend un heureux événement.

### 70 à 80 clients par jour

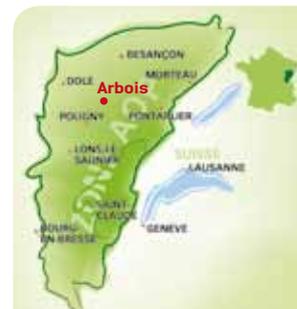
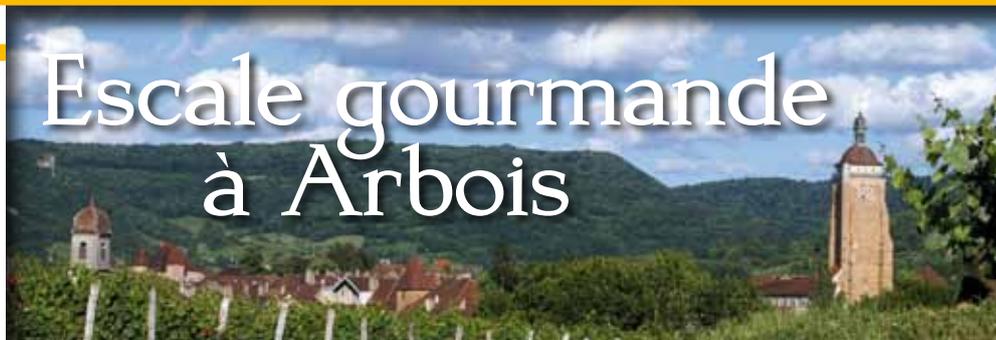
La fromagerie a été mise aux normes en 1996 et vient de refaire une partie de sa porcherie en conservant un nombre de places identique. Le sérum, transporté par gravité, vient nourrir les 450 porcs et même si l'année n'a pas été florissante en terme de revenu, les sociétaires préfèrent encore ce système que d'installer du matériel pour refroidir le sérum. Les 6 fermes (3 exploitations individuelles et 3 Gaec) situées dans un rayon de 2 km apportent encore leur lait à la coulée, matin et soir. La fromagerie travaille avec l'UCAFT et les Comté sont affinés à quelques pas de là... dans les caves de la maison Petite. « *Nous sommes sur la commune du Fort Saint-Antoine, ce n'est pas rien !* », lance un sociétaire. La fierté d'appartenir à cette grande famille du Comté n'est pas démentie par les bons résultats de la fromagerie. La vente au magasin y est pour beaucoup : « *En période de pointe, c'est 3 meules de Comté par jour et 70 à*

### La fromagerie de Saint-Antoine

- 12 producteurs à Saint-Antoine, Touillon et Loutelet
- Président : Alain Chapuis
- Fromager : Loïc Pourroy
- Magasin de vente :  
Charline Delagnau,  
Colette Paquette (remplacement),  
Brigitte Pretre (occasionnel)
- Affineur : Fromageries Petite
- 1,8 million de litres de lait
- Groupement d'employeur  
(Saint-Antoine, Chaux-Neuve,  
Chapelle-des-Bois) :  
fromager remplaçant, Rémi Altingy
- Porcherie : 450 porcs en gestion directe. Vente à La Chevillote
- Contacts :  
Fromagerie de Saint-Antoine  
1, rue de la Mairie  
25370 Saint-Antoine  
Tél. 03 81 49 13 54



# Escale gourmande à Arbois



Jacques Brel chantait qu'à son "Dernier Repas" il voulait « *que l'on y boive, en plus du vin de messe, de ce vin si joli qu'on buvait en Arbois* ». Si la réputation des vins d'Arbois n'est plus à faire, cette petite ville développe également une véritable culture de la gastronomie. Forte concentration de commerces de bouche, restaurants de qualité, manifestations comme

les Festi'Caves alliant musique et dégustation les 17, 18 et 19 juillet 2009. Étape touristique incontournable en Franche-Comté, Arbois permet tout au long de l'année, et presque à chaque coin de rue, de découvrir les multiples aspects du bien-manger, et avec modération du bien-boire, sous l'œil imperturbable de la statue de Louis Pasteur, figure tutélaire des lieux.



## Ferme des Nouvelles

À la limite d'Arbois et de Mesnay depuis 16 ans Marie-Jo et Maurice Étievant accueillent des visiteurs. Derrière la maison, le pré est devenu un camping de 6 emplacements. Même si l'heure de la retraite d'exploitant



agricole a sonné, l'identité paysanne reste forte. « *En passant par le réseau Accueil Paysan, on sélectionne ceux qui viennent* », précise Maurice. Pas de consommateurs ici mais plutôt des touristes qui s'intéressent aussi à la vie rurale et savent où ils mettent les pieds ! Ils deviennent à l'occasion des amis, partagent la table d'hôtes et restent en contact, envoient des photographies avant de revenir séjourner. De quoi satisfaire le désir revendiqué de s'ouvrir à d'autres milieux tout en vivant au rythme de la ferme toute proche.

Ferme des Nouvelles - 35 rue des Nouvelles, 39600 Arbois  
Tél : 03 84 66 21 53 - [pagesperso-orange.fr/accueil.ferme.jura](http://pagesperso-orange.fr/accueil.ferme.jura)

## Fruitière d'Arbois

À quelques pas de la fromagerie vinicole, la fromagerie d'Arbois va connaître quelques transformations. Dans une ville aussi touristique, le magasin de vente apparaît un peu suranné et peu adapté au rôle que souhaiteraient lui donner les sociétaires. Pour pouvoir entreprendre les investissements nécessaires il est apparu qu'il était plus rationnel de regrouper la production de Comté avec les fromageries voisines de Chilly-sur-Salins et Ivory. Arbois développant une production de Morbier avec galerie de visite, parking pour les bus et un magasin capable de se situer au niveau requis pour un agrotourisme de qualité.



Fromagerie d'Arbois - Tél : 03 84 66 09 71 - [comte.com/arbois](http://comte.com/arbois)

## Crémerie Jean-Pierre Borel

D'un décor de crémerie le lieu se transforme insensiblement en restaurant accueillant en fond de salle. Les produits proposés à la vente se retrouvent dans une assiette. Touche originale, le menu est inscrit sur un sac à provisions de papier kraft que l'on peut utiliser pour emporter ses achats. Un raccourci représentatif de l'activité de la crémerie du centre d'Arbois qu'animent Anne-Marie et Jean-Pierre Borel. À la vente, la crémerie, bien sûr, et un choix de produits régionaux. Au menu, des tartines gratinées chaudes, des salades et repas froids. La réservation s'impose car beaucoup d'arboisiens viennent ici prendre un en-cas ou un repas rapide qui ne relève pourtant pas du fast-food. Jean-Pierre Borel insiste sur une activité « *cohérente avec la région* ». De bons produits locaux servis dans une ambiance qui s'adapte à l'activité générale de la ville. ■

La Cave de Comté  
44, Grande-Rue - 39600 Arbois  
Tél : 03 84 66 09 53



## La Finette

C'est une institution arboisienne depuis 1961. Le restaurant de La Finette est ouvert tous les jours avec un produit d'appel, le Comté, et plus particulièrement la fondue. 230 à 250 meules annuelles et des plaques apposées dans les salles rappellent les cérémonies ayant marqué le passage de la trois millièmes meule et de la cinq millièmes. Le cap de la dix millièmes a été franchi. Alexandre Liger, le directeur, rappelle que l'on joue ici la carte des produits du terroir dans un cadre de convivialité et de simplicité. 15 salariés tout de même avec 250 couverts possibles dans 8 salles. « *On joue beaucoup sur le contact* », ajoute Alexandre Liger. Et c'est peut être la clé du succès face à une avalanche de chiffres : donner l'impression au client qu'il déguste une fondue dans son petit chalet. Au fait, *La Finette* est le nom d'un tableau du peintre Watteau exposé au Louvre et représentant une joueuse de luth.

La Finette - Taverne d'Arbois 22, avenue Louis-Pasteur  
39600 Arbois - Tél : 03 84 66 06 78 - [finette.fr](http://finette.fr)



## > Et bien d'autres étapes gourmandes arboisiennes :

- La Balance Mets et Vins ([labalance.fr](http://labalance.fr))
- Hotel Restaurant Jean-Paul Jeunet ([jeanpauljeunet.com](http://jeanpauljeunet.com))
- Les Caudalies ([lescaudalies.fr](http://lescaudalies.fr))...

# Filet de volaille farci au Comté, sauce Savagnin

Une recette de François Part (chef) et Florian Aler (responsable de cuisine)\*

## Ingrédients pour 4 personnes

- 4 filets de poulet fermier
- 4 bâtonnets de Comté de 10 cm de long environ
- 4 fines tranches de jambon cru fumé
- 4 feuilles de papier aluminium
- 5 cl d'huile
- 1 échalote émincée
- 10 cl de vin blanc sec
- 20 cl de crème liquide
- 1 cuillère de maïzena
- 5 cl de Côtes du Jura cépage Savagnin
- Sel, poivre

Habiller les bâtonnets de Comté avec les fines tranches de jambon cru fumé. Ouvrir les filets de poulet dans le sens de la longueur et glisser les bâtonnets à l'intérieur.

Refermer les filets et les rouler dans les feuilles de papier aluminium en serrant très fort pour former un petit saucisson. Cuire les filets pendant 15 mn au barbecue ou à la poêle légèrement huilée à feu vif.

Pendant la cuisson, préparer la sauce Savagnin. Faire bouillir l'échalote avec le vin blanc sec jusqu'à conserver 1/5 du volume initial. Ajouter la crème et porter de nouveau à ébullition, puis ajouter la maïzena Sauceline pour épaissir. Bien remuer, mixer et passer au chinois pour obtenir une sauce lisse. Ajouter le Savagnin au dernier moment et bien remuer.

Servir les filets très chauds et ouverts en deux, nappés de sauce Savagnin.

**Le conseil du sommelier :** cette volaille s'accorde parfaitement avec le Côtes du Jura cépage Savagnin utilisé dans la recette.



\* Hôtel-restaurant La Mainaz  
Route du Col-de-la-Faucille  
RN 5 - 01170 Gex  
Tél. 04 50 41 31 10  
[www.la-mainaz.com](http://www.la-mainaz.com)

## CONSEIL DÉGUSTATION



### Comté et aubergine

Couper une aubergine en rondelles de 3 mm d'épaisseur. Les badigeonner d'huile d'olive (au pinceau, c'est facile !) puis les passer au grill des 2 côtés — bien surveiller, car elles dorment vite ! Une fois les rondelles bien refroidies, disposer dessus quelques copeaux (à l'économe) de Comté assez intense.

Joli mariage de textures et d'arômes, le moelleux de l'aubergine enrobant la pâte du Comté, la douceur végétale et légèrement torréfiée de l'aubergine se fondant aux notes fruitées et grillées du fromage. Pour épicer et colorer votre préparation, vous pouvez la saupoudrer légèrement de piment d'Espelette.



Michel Cothenet a été enseignant de zootechnie, directeur adjoint de la Bergerie nationale de Rambouillet, proviseur, puis aux commandes à la DDAF des Vosges et dans les DRAF des régions Centre et Franche-Comté.

PORTRAIT

## Michel Cothenet, commissaire au Massif du Jura

**Ce cadre de l'administration a été nommé commissaire au Massif du Jura, il y a maintenant 5 ans. À son actif, entre autres, la contribution au financement des Routes du Comté et la poursuite du programme Promotion fruitières.**

Délégation à l'aménagement des territoires, au centre-ville de Besançon. L'homme qui s'avance a le regard bleu acier et la poignée de main ferme. Michel Cothenet arbore le teint halé d'un homme plus habitué au grand air des montagnes qu'aux bureaux climatisés. Costume de rigueur mais décontracté, le commissaire au Massif du Jura pourrait se fondre dans le paysage des sorties de bureau mais il se pique de garder un esprit terre à terre. Il aime que les choses soient comprises de tous – un héritage de son enfance de fils d'ouvrier ? –, y compris dans le langage administratif et les piles de documents qui font le quotidien de son corps de métier. À l'exemple du schéma de Massif du Jura, qu'il a voulu "pédagogique et clair". Il parle avec passion et simplicité des hommes de Franche-Comté, des fruitières, du Comté. On a du mal à imaginer ce cadre dirigeant de 57 ans, abordable et courtois, faisant la pluie et le beau temps en matière de subventions sur le Massif du Jura. Pourtant, sous la tutelle du Premier ministre, il doit gérer l'attribution de 25 millions d'euros sur la période 2007-2013. Des financements qui proviennent de l'État et de l'Europe et qui concernent plusieurs domaines : le tourisme, l'agriculture et la forêt, les

services à la population, l'environnement, les sites naturels... Le commissaire n'a pas totalement les coudées franches car il agit sous couvert de la convention interrégionale de Massif et du Comité de Massif présidé par un préfet coordonnateur et un élu régional.

### Un massif "équilibré"

Ce dijonnais d'origine a sillonné une bonne partie de la France au gré des mutations et il pose un regard bienveillant sur le Massif du Jura, « un massif équilibré avec une population bien répartie et une économie diversifiée autour de l'industrie, l'agriculture et le tourisme », aime-t-il rappeler. Il est particulièrement attaché à la filière Comté. Pendant ses études d'ingénieur agricole, il se souvient avoir fait des recherches et rédigé un mémoire sur la qualité des Comté, sous la responsabilité scientifique de l'INRA de Poligny. Durant toute sa période dans l'enseignement agricole, en Normandie et en Haute-Marne, il emmène régulièrement des classes à Jougue pour faire du ski et découvrir la filière Comté. Plus tard, en poste à la DDAF des Vosges, il entend à nouveau parler du Comté quand la société L'Ermitage s'implante en Franche-Comté.

« Le développement économique de la filière Comté participe à maintenir une montagne vivante. L'agriculture a également un rôle important pour le maintien de paysages ouverts et elle favorise la biodiversité par l'alternance de prairies et pré-bois. Ce qui a naturellement un impact positif sur le tourisme », constate Michel Cothenet. La réciproque est vraie aussi. « Le touriste, attiré par la qualité de l'environnement et la gastronomie locale, consomme du Comté et en fait consommer en France. » Dans ce cadre, le contrat de Massif du Jura soutient les Routes du Comté (20 000 euros par an) et poursuit l'action de promotion des fruitières. Une première vague de travaux avait été financée par l'Europe et les collectivités entre 2003 et 2006, aidant 75 fruitières à réaliser des travaux de façade, de signalisation, l'aménagement des abords, mais aussi à agencer des salles d'accueil, des galeries de visite... Une dizaine de fruitières devraient encore réaliser des travaux. Actuellement 3 d'entre elles sont en phase de rénovation : Les Moussières, Chezery et Métabief.

Le commissaire de Massif évoque enfin la fameuse marque "Montagnes du Jura" à laquelle il a voulu donner un second souffle en fédérant les initiatives touristiques. Le Comté s'est rallié sous cette bannière. Une satisfaction de plus pour celui qui devrait bientôt voguer vers d'autres fonctions. Michel Cothenet est en effet délégué au poste de commissaire jusqu'en 2010 seulement. « Quitter cette mission au Massif du Jura me sera difficile mais j'espère rester encore un peu au-delà... »