

Les nouvelles du COMTÉ

numéro
75
été 2011

Produire plus pour gagner moins ?

La sortie des quotas est programmée pour 2015, mais, avec les actuelles attributions de quotas supplémentaires, les conséquences se font déjà sentir aujourd'hui dans nos filières AOP, et nous nous trouvons plus tôt que prévu dans l'obligation d'affronter les conséquences de cette libéralisation.

Pourtant, le très net renforcement du cahier des charges, inscrit dans le décret du Comté du 11 mai 2007, avec notamment un encadrement quantitatif et qualitatif des intrants (fertilisants et aliments), et une limitation de la productivité laitière, a constitué une première anticipation nous permettant d'ancrer le Comté dans ses valeurs et d'éviter tout dérapage productiviste.

Le plan de campagne du Comté, qui nous permet d'encadrer la croissance, constitue un deuxième garde-fou. Par expérience l'on sait qu'il peut juguler les crises, mais l'on sait aussi qu'il ne peut pas empêcher la régression des prix, si l'offre est en décalage trop marqué avec la demande.

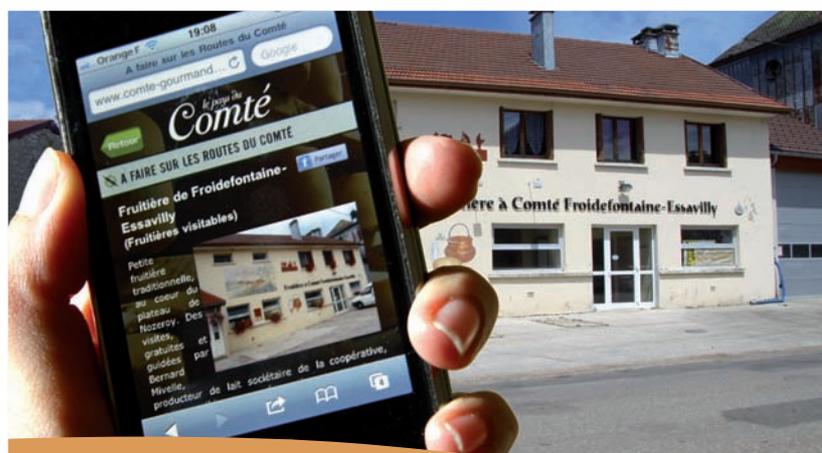
Il faut clairement affirmer que, sans autodiscipline de la part des producteurs, ces deux dispositifs n'empêcheront pas à eux seuls, une baisse de la valeur ajoutée dégagée par notre filière. Chaque producteur doit limiter sa production et accepter de coller aux réalités technico-économiques.

Ainsi, en ce qui concerne la sécheresse, ceux qui perdront le plus d'argent sont ceux qui refuseront d'éliminer les quelques vaches en trop dans leur troupeau et qui voudront acheter « à n'importe quel prix » les aliments nécessaires pour traire tout leur quota laitier.

Pour la sortie des quotas laitiers, perdront du revenu ceux qui veulent traire trop de lait. Il est plus rentable de privilégier le qualitatif sur le quantitatif. L'augmentation de production laitière se fera en effet au détriment des pratiques qualitatives de l'éleveur, soit par un excès d'effectif de vaches, source prouvée de diminution des performances du troupeau, soit par une augmentation des quantités d'aliments complémentaires achetés. Double peine : la fromagerie qui collectera plus de lait qu'elle ne peut valoriser en AOP, le vendra inévitablement à un prix plus faible qui diminuera soit directement soit indirectement le prix payé au producteur de lait.

Mais pour les quotas la facture de ce dysfonctionnement sera encore plus lourde, car est en jeu toute la crédibilité de notre AOP. Le Comté a atteint son niveau de prix actuel parce qu'il bénéficie de la confiance du consommateur, et répond aux attentes de la société. Vouloir plus de quantité sans

suite page 2

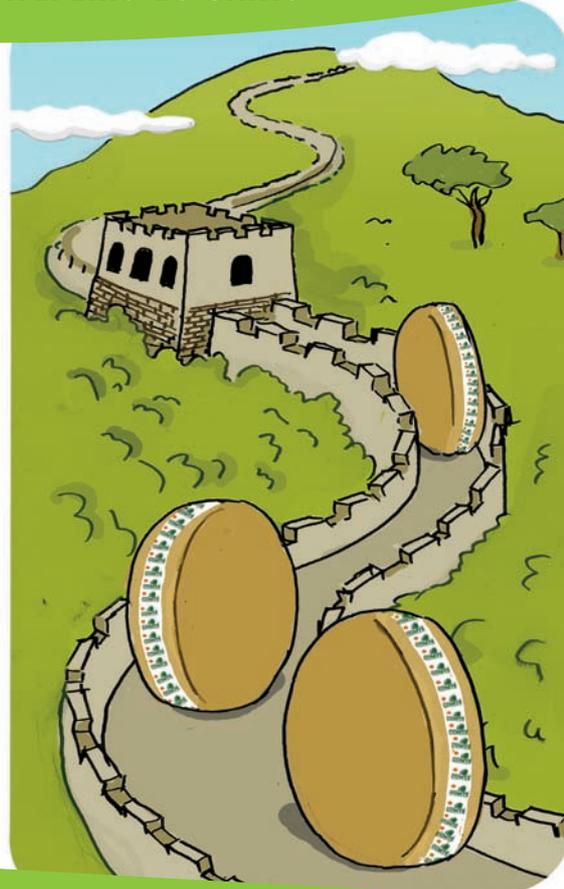


L'univers du Comté sur Internet

DOSSIER > pages 3 à 7

Une brèche dans la muraille de Chine ?

PROMOTION > pages 8-9



coller au marché et sans tenir compte des attentes du consommateur se fera au détriment du prix payé au producteur, et dans des proportions tellement importantes que l'on ne pourra que regretter un immense gâchis. Je puis témoigner qu'au CIGC, en phase avec les attentes sociétales et les contraintes du marché, nous œuvrerons pour que se poursuive l'organisation originale de notre filière, qui a toujours jusqu'à présent résisté aux mirages du « toujours plus », et considéré que la vraie modernité se situait moins dans la cylindrée des tracteurs ou le nombre de postes de la salle de traite que dans l'écoute respectueuse de son environnement, du terroir aux attentes du marché.

Claude Vermot-Desroches

Président du CIGC

ÉVÈNEMENT

Bruno Lemaire donne le Comté en modèle

À l'occasion du lancement officiel de l'AOP Kirsch de Fougerolles, le ministre de l'Agriculture et de l'Aménagement du territoire a effectué un déplacement en Franche-Comté les 28 et 29 avril derniers. Sa visite s'est poursuivie dans



Le Ministre reçu par Patrick Sancey à la fromagerie du Mont d'Or.

le Haut-Doubs sur l'exploitation agricole du Gaec Vallion à Bouverans. Avant de se rendre à la fromagerie du Mont-d'Or à Métabief pour remettre la légion d'honneur à Alice Sancey Richard. Là, Éric, Patrick et Véronique Sancey se sont attachés à lui vanter l'organisation de la filière Comté. C'est un point que le Ministre a d'ailleurs souligné : « Je suis venu dans le Doubs pour valoriser une filière d'excellence avec des produits tout à fait exceptionnels comme le Comté ou la saucisse de Morteau. Des produits qui sont la marque de l'excellence agricole française. Je tiens également à souligner la qualité de l'organisation de la filière agricole dans ce département. Elle doit être un modèle pour notre pays », a expliqué Bruno Lemaire.



Michel Dantin, Euro-député :
« Je suis pour une gestion spécifique de l'offre en AOP »

La gestion des volumes pour les productions sous signe officiel de qualité est en débat au Parlement. Le texte de l'amendement proposé par le CNAOL aux parlementaires européens va dans ce sens. Il propose notamment qu'« une interprofession ou un groupement de producteurs puisse s'assurer que la production est planifiée et ajustée à la demande, à condition qu'elle soit autorisée par l'État Membre concerné et appliquée de façon proportionnée et non discriminatoire. De telles mesures doivent avoir pour objectif de prévenir ou gérer les crises et doivent être notifiées à la Commission Européenne par l'État Membre. »

Michel Dantin, suivi par d'autres députés français et européens, appuie « cette possibilité de gestion spécifique de l'offre en AOP-IGP, pour la survie de l'agriculture sur les territoires fragiles, par le lait, qui assure la meilleure valorisation de l'herbe ».

Claude Vermot-Desroches au colloque mondial des IG à Lima, Pérou : « Les IG sont utiles dans l'organisation économique mondiale. »

Le président de l'interprofession du Comté, Claude Vermot-Desroches est intervenu à la demande de l'OMPI (Organisation mondiale de la propriété intellectuelle) au colloque sur les Indications Géographiques à Lima (Pérou) du 21 au 25 juin.

Il a présenté le fonctionnement de la filière Comté, comment un signe de qualité peut permettre l'organisation des acteurs d'une filière, l'impact sur le développement local et régional et surtout la capacité à garder une valeur locale sur son territoire originel.

Plus de 80 pays participaient, avec bien sûr une très forte délégation du Pérou où il y a 16 IG. Le président du CIGC tire un bilan positif de cette rencontre : « Ce mouvement international était en attente de notre exemple franc-comtois. J'ai pu mesurer l'engagement et les attentes des pays pour que leur savoir-faire soit respecté et justement rémunéré. Ce colloque conforte l'idée que les Indications géographiques sont utiles dans l'organisation économique mondiale et que ce ne sont pas des détournements pour consolider un protectionnisme comme certains tentent de l'affirmer. »



L'univers du Comté sur Internet

Nouveau look pour le site comte-gourmand, carte interactive des Routes du Comté, présence du Comté dans les réseaux sociaux... Il ne se passe pas un numéro des *Nouvelles du Comté* sans que l'on tienne les lecteurs informés des avancées du Comté sur Internet. Le 1^{er} fromage AOP de France est en connexion directe avec son temps et avec les nouvelles générations de consommateurs. Voyage dans un monde numérique en pleine évolution.



Le Comté puissance 10

Une dizaine d'outils Internet ont ainsi été mis en place. Le premier, en 2000, www.comte.com, pour tout connaître du produit et de la vie de la filière Comté, ensuite www.lesroutesducomte.com pour l'aspect tourisme et www.comte-gourmand.com en direction du consommateur.

D'autres propositions se sont ajoutées : les mini-sites des fromageries, une newsletter "*La Savoureuse Lettre du Comté*", le site dédié à la Maison du Comté (maison-du-comte.com).

Ce déploiement est particulièrement visible depuis 2010. La présence du Comté sur Internet se concrétise par une forme de communication plus moderne, plus participative. Avec des jeux en ligne (llovecomte.fr), des films comme "*La légende du Comté*" (legendeducomte.com) ou l'utilisation de la chaîne télévisée du Comté sur Youtube (www.youtube.com/COMTEAOP).

La carte interactive (lepaysducomte.com) permet de découvrir l'AOP Comté sous un autre angle, à partir de son terroir, et de préparer un itinéraire de visite.



suite du dossier >>>

Comte-gourmand : un site spécial pour les recettes... et bien plus encore !

Internet ne résiste pas non plus au raz de marée culinaire qui envahit nos écrans. Cuisine et gastronomie recréent une forme de lien social. On s'échange les bonnes adresses, les meilleures recettes. Pour le Comté, la collaboration avec des blogs de cuisine s'avère un bon vecteur de communication. Le Challenge Comté en est un parfait exemple (lire en page 3). Le site comte-gourmand, offre une mine d'informations avec plus de 250 recettes à base de Comté.

Reloqué et plus pratique

Le Comté a commencé une transformation de ses sites pour les rendre plus faciles d'accès et plus actuels. L'habillage graphique est plus dynamique, plus appétissant. Le site comte-gourmand est le premier à avoir bénéficié de ce coup de jeune. Mais surtout la navigation dans les recettes est simplifiée, interactive avec la possibilité d'enregistrer immédiatement une recette sur Facebook par exemple.

Des rubriques comme "Vite une recette" [recette aléatoire] ajoutent un côté ludique. Enfin l'utilisation de la technologie google apporte deux avantages : un moteur de recherche plus puissant et une traduction automatique en 32 langues.

« Internet, un outil au service de la filière Comté »

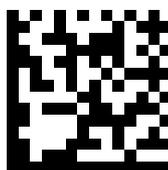
Point de vue de Dominique Chauvin, membre de la commission communication au CIGC: « La communication du Comté s'appuie sur un outil Internet dont plus personne ne pourrait se passer et qui permet de joindre les personnes chez elles. Selon les nouvelles habitudes de lecture des jeunes générations, les informations diffusées sur Internet sont lues et consultées par bribes, d'où l'intérêt pour le Comté d'avoir plusieurs portes entrées, plusieurs sites. Même si l'implication de la filière Comté dans les réseaux sociaux est récente, elle permet de créer une "communauté numérique" autour du Comté. C'est une stratégie de long terme, devenue, elle aussi, incontournable. Enfin pouvoir accéder aux Routes du Comté depuis son téléphone portable constitue un bon en avant dans le domaine de la communication qui peut être favorable au tourisme et à la filière Comté. »



Nouveau ! Toutes les Routes du Comté sur votre smartphone

Autre nouveauté: une version du site des Routes du Comté géolocalisée sur l'Internet mobile des smartphones. Le point fort de ce service est la possibilité d'obtenir en quelques secondes toutes les bonnes adresses Comté situées autour de l'endroit où vous vous connectez avec votre smartphone, dans un rayon de 5, 25 ou 50 km à la ronde. Un clic dessus et le descriptif apparaît !

La version mobile du site des Routes du Comté est accessible à l'adresse www.lesroutesducomte.mobi, ou en activant le flashcode ci-contre.





Si vous êtes fan de Comté, dites-le à vos amis !

Le Comté est attentif aux évolutions d'Internet et essaie de répondre à cette nouvelle tendance que constituent les réseaux sociaux (Facebook, MySpace, Twitter, YouTube, Viadeo...). Chaque utilisateur de ces sites peut devenir un relais prescripteur auprès de son propre réseau. Le Comté a ouvert sa page Facebook "I love comté" et utilise les médias sociaux pour diffuser des mini-films sur le Comté, des jeux, des concours, activités auxquelles les membres du réseau, 3 400 "fans" à la page Facebook, consacrent beaucoup de temps. Sont aussi aménagés des liens vers les autres sites du Comté.

Les nouvelles générations sont très mobilisables sur Internet, par définition l'outil du réseau. Mais le contact virtuel ne peut se substituer indéfiniment aux contacts

humains, ni aux réalités épicuriennes... Quand un Comté arrive sur la table, ce sont les prairies, l'air des montagnes, tout un terroir qui s'invite ! C'est cela qu'il faut faire découvrir aux internautes. Un beau challenge !



Carnet d'adresses

> comte.com

Les informations concernant le produit en lui-même et la vie institutionnelle et technique de la filière et son environnement direct.

> comte-gourmand.com

Le magazine conso du Comté regroupant des conseils de dégustation, des recettes, ainsi que des avis santé et nutrition.

> lesroutesducomte.com

Le tourisme au Pays du Comté et toutes les adresses pour venir à la rencontre des gens qui font le Comté.

> lesroutesducomte.mobi

La version mobile du site des Routes du Comté.

> maison-du-comte.com

Toutes les informations dont le public a besoin pour venir visiter la Maison du Comté à Poligny.

> La Savoureuse Lettre du Comté

Newsletter (26 000 abonnés).

> lalegendeducomte.com

Le film viral "montbéliardes contre dinosaures".

> lepaysducomte.com

La carte interactive.

> ilovecomte.fr

Le jeu ou "comment faire son Comté et gérer une fromagerie?"

> facebook.com/ilovecomte

Page "I love Comté" sur Facebook, mise à jour 2 à 3 fois par semaine avec des informations sur le tourisme, des concours, des recettes incitant ses 3 400 fans à discuter et à réagir.

> www.youtube.com/COMTEAOP

La chaîne du Comté sur Youtube.

> Les mini-sites des fromageries

Vitrine électronique des fromageries accessibles depuis comte.com et lepaysducomte.com

S'inviter chez les consommateurs

Le Comté a l'ambition de se rapprocher encore plus des consommateurs en s'invitant chez eux, grâce au réseau Internet qu'il va continuer d'alimenter. Une relance d'abonnement à la newsletter *La Savoureuse Lettre du Comté* s'est mise en place, via les jeux en ligne et des partenariats avec les sites de cuisine **marmiton.org**. Ce dernier vient de diffuser un dossier spécial sur le Comté à la fois gastronomique et touristique.



Combien ça coûte ?

La location de surface sur les serveurs, l'animation, la création et la maintenance des sites Internet représentent un budget de 65 000 euros par an. Priorité à la fonctionnalité avant tout. Et si en plus d'être pratique ça peut être beau...

Et demain ?

Le Comté n'a pas fini de surfer sur le Net et il a quelques idées en réserve. D'autres sites vont être relookés : **comte.com** et **lesroutesducomte.com**. La carte interactive va voir ses fonctions amplifiées avec l'apparition d'offres de séjours et la possibilité pour l'internaute d'interagir en glissant des informations dans ses favoris et ainsi se constituer son propre carnet de voyage. À suivre...



Le Comté se déploie aussi sur la toile dans les pays visés par les actions export : **comte.be**, **comte.de**, **comtecheese.co.uk**, **comte.jp**, **comte-usa.com**.

Près de 4 millions de pages vues chaque année

Le premier site du Comté a été créé en 2000 et celui des Routes du Comté en 2002. Chacun recevait environ 600 visites par jour, soit quelque 200 000 visites annuelles. La nouvelle offre a séduit des internautes encore plus nombreux. Aujourd'hui ce sont 250 000 visites annuelles pour **www.comte.com** et 115 000 pour **www.lesroutesducomte.com**, auxquels s'ajoutent les 80 000 visites annuelles du site **www.comte-gourmand.com** qui a doublé son nombre de visiteurs entre 2009 et 2010. Et les 8 000 visites reçues par **www.maison-du-comte.com** depuis sa création en juin

2010. L'univers du Comté sur internet est en pleine expansion. Entre 2009 et 2010, globalement ce sont +22 % de visites et +32 % de pages consultées, soit près de 4 millions de pages. Et ces records devraient être battus en 2011 !

Mine de rien, les mini-sites des fromageries ont aussi leurs fans. Ces derniers mois (de mars à juin 2011), elles ont reçu 8 000 visiteurs qui ont feuilleté plus de 20 000 pages virtuelles. Le Top 10 des fromageries les plus visitées sur Internet : Laviron, Fontain, Frasne, Les Fins Suchaux, Grande Rivière, Chevigny, Drom, Etalans, Brenod, Lavigny.

Nouveau : un écran d'information à la Maison du Comté



Pour faire patienter utilement les nombreuses personnes qui attendent l'heure de la prochaine visite, un PC de grande taille connecté à Internet a été installé début juillet à la Maison du Comté afin d'y diffuser en boucle 6 types d'informations (textes et images) : quelques lignes sur la Maison du Comté elle-même, des actualités de la filière, des conseils dégustation, des dates de manifestations, des zoom sur des sites touristiques des Montagnes du Jura et aussi beaucoup de photos du pays du Comté...

Retrouvez les fromageries sur Internet

Grâce à Internet, les archives des fromageries retrouvent une nouvelle vie. Exemple avec l'histoire de la fromagerie de Charmauvillers.

« Au début de l'hiver, quand la neige et la bise se sont mises à courir sur le plateau d'Urtière, les parents me mirent en pension chez les fromagers de Charmauvillers, du dimanche soir au samedi à midi, quand le temps ne permettait pas de rentrer dans la famille : ces semaines-là je passais donc le jeudi à la fromagerie après la messe et le catéchisme. Ainsi j'ai pu observer de très près pendant trois hivers, de 1957 à 1960, et à bien d'autres occasions, le travail du fromager à cette époque, ce qui, même enfant, m'intéressait beaucoup. Et j'ai encore en mémoire les gestes accomplis dans cette petite fromagerie de Charmauvillers par les fromagers suivant un rythme très précis, chronométré je dirais... »

Ainsi témoigne Claude Cattin, fils d'agriculteur dans *Mémoire de l'agriculture du Doubs*. Alors âgé de 11 ans, le petit Claude observe les gestes précis des fromagers qui s'activent autour des

vastes cuves de cuivre. Dans un récit d'une dizaine de pages, il raconte avec force détails, les gestes des fromagers dans cette petite fromagerie du Nord du Doubs. À cette époque, à Charmauvillers, on ne produit pas encore du Comté, mais de l'emmental, selon une technique et une organisation très similaires entre ces 2 fromages cousins.

Retrouvez toute la chronique "l'enfant devant la cuve à fromage" et l'histoire de Charmauvillers depuis le XVII^e siècle avec la création de la fromagerie en 1924 sur <http://fruitiere.lepaysducomte.com/fromagerie-de-charmauvillers/bienvenue-a-charmauvillers.html>

N'hésitez pas à nous confier une copie de vos archives que nous installerons sur l'espace réservé à chaque fromagerie sur www.comte.com



Nos remerciements à Bernard Narbey, animateur de l'association "Mémoire de l'agriculture du Doubs" qui recueille patiemment et activement toutes ces précieuses traces du passé.

« Des sites pour rejoindre tous les publics »

Le Comté est riche de rencontres, de différents intervenants, d'informations... Il est normal que cette richesse se retrouve sur Internet. « Devant ce foisonnement d'informations lié à la filière Comté, la réponse est de segmenter les discours. C'est-à-dire utiliser la multicanal pour intéresser un large public », indique Nicolas Bouveret, concepteur des sites internet du Comté, sous la responsabilité de la commission publicité du CIGC. Les sites du Comté s'adressent à de nombreuses familles d'internautes : les membres de la filière qui veulent s'informer régulièrement, les professionnels de l'agroalimentaire, du tourisme, des médias, les amateurs de fromages et de cuisine, les étudiants, les chercheurs qui y trouveront tous les textes des décrets et l'histoire du Comté... Liste non exhaustive bien sûr !

Le tout nouveau site du CTFC au service des AOP

Ce site, dont l'accès est réservé aux professionnels des filières comtoises, met à disposition des fromageries en temps réel leurs résultats d'analyses, leurs résultats qualité, mais aussi des ressources documentaires,... Ainsi, les résultats des prélèvements sur les fromages réalisés le matin sont consultables par le fromager dès l'après-midi et lui permettent d'être plus

réactif pour piloter ses fabrications. De plus, le site du CTFC s'ouvre à d'autres services utiles pour les fromageries : commande des plaques vertes auprès du CIGC et des plaques pour le Bleu de Gex et le Morbier, déclarations des productions aux syndicats, gestion documentaire privée..., sans oublier des liens vers les autres sites des fromages AOP de Franche-Comté.



L'exportation reste une priorité pour le Comté

Les professionnels du Comté ont la conviction que des perspectives de développement des marchés du Comté existent à l'étranger. Petit à petit, ils ont élargi les actions export du CIGC grâce à l'accroissement des budgets. Le budget "communication à l'étranger" représente pour 2011, 1,1 million d'euros.

De fait, les tonnages exportés montrent une progression depuis 1995. Mais sur ces dernières années, cette progression s'est ralentie. La crise internationale aidant, le tonnage exporté vers les pays cibles en 2010 a connu une progression faible.

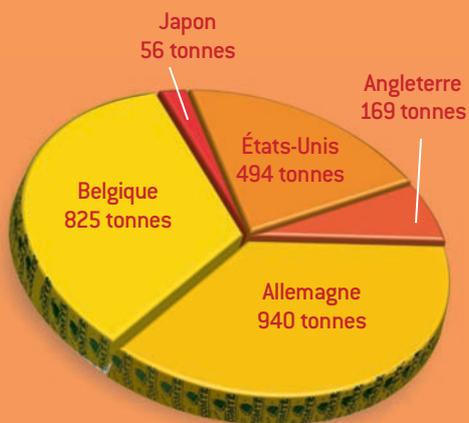
L'idée est de renforcer cette stratégie à l'export. Une stratégie qui sera prochainement définie au sein d'une commission "export" du CIGC remaniée. En phase de réflexion : comment mieux exporter au vu du contexte actuel ? Quelle réorganisation des budgets et des moyens ?



Des actions ciblées sur 5 pays

Sur 5 pays en 2010, 2 500 tonnes de Comté ont été exportées en direct par les entreprises de la filière.

Aux tonnages annuels déclarés par les entreprises et indiqués ci-dessous, il convient d'ajouter les tonnages exportés directement par les grossistes et certains crémiers mais qui ne sont pas connus du CIGC.



> Allemagne

Après la perte des marchés hard-discount, on observe aujourd'hui une stabilisation des autres marchés du Comté en Allemagne. Le CIGC maintient dans ce pays un socle d'actions dédiées aux professionnels, crémiers et prescripteurs [mise à disposition de matériel PLV]. La dynamique Internet reste aussi importante.

> Belgique

Le marché belge arrive presque au niveau des exportations vers l'Allemagne, avec une stabilisation des volumes sur ces 5 dernières années. La partie francophone (Sud de la Belgique) est acquise au Comté, profitant par capillarité des campagnes de publicité menées en France. La politique de communication du Comté en Belgique vise à maintenir la notoriété et le tonnage vendu dans cette partie du pays, et à accroître les efforts côté flamand.

> États-Unis

Le marché du Comté aux États-Unis semble atteindre une certaine stabilité mais il reste soumis au contexte international et au taux de change. Le CIGC maintient sa stratégie de communication et les actions menées depuis plusieurs années avec comme cible principale, les professionnels.

> Japon

Après avoir démarré très vite en 2004, le marché japonais du Comté s'est stabilisé depuis 2005 autour de 50 tonnes. La consommation est basée sur la qualité et la connaissance du Comté avec une approche culturelle. Le consommateur japonais est friand de vieux Comté.

> Angleterre

Avec l'entrée de ce 5^e pays dans la stratégie de communication du Comté,

les premiers résultats semblent prometteurs. Les entreprises (fournisseurs, magasins) s'intéressent de plus en plus au Comté. L'action est récente, elle a débuté en juillet 2010. L'effort budgétaire devrait se maintenir sur le long terme pour asseoir ce programme de communication en cours de construction sur 2 niveaux : auprès des prescripteurs pour aider à construire une notoriété du Comté (salons, mailings, mise à disposition de matériel, fiches recettes, etc.) et auprès des consommateurs par le biais des réseaux sociaux Internet, très actifs en Angleterre, et des salons gourmets grand public.

Le CIGC accompagne les entreprises sur les marchés

La publicité collective du CIGC intervient sur 5 pays cibles (Allemagne, Belgique, États-Unis, Japon et Angleterre) et agit surtout sur la notoriété et la pédagogie, la connaissance du Comté. Elle vient en appui et aide les entreprises qui sont le maillon essentiel de l'export. Cette synergie contribue ainsi à la progression des ventes.

Le CIGC s'appuie sur des agences de communication implantées dans les pays choisis afin d'avoir une approche locale qui facilite la connaissance

Jean-Charles Arnaud (Fromageries Arnaud) « Les perspectives d'exportation du Comté ne manquent pas »

En s'appuyant sur la politique export collective du Comté, les entreprises s'impliquent sur les marchés étrangers. Exemple avec le témoignage de Jean-Charles Arnaud, PDG des Fromageries Arnaud (Poligny) et par ailleurs président du comité national des produits laitiers à l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité).



« Au niveau européen, nous réfléchissons à comment soutenir davantage les exportations de produits sous signe de qualité ».

NDC : Comment se comporte le marché du Comté au Japon ?

J.C. Arnaud : Le marché du Comté vers le Japon existe depuis des années et concerne de petites quantités. Je vois des correspondances possibles entre la France et le Japon, au niveau climatique, culturel et gastronomique. Le Japon a le mérite d'être un pays au pouvoir d'achat élevé. Sur le plan logistique, c'est un marché très éloigné mais avec un très petit territoire à couvrir.

La Chine est un pays tellement immense. Comment l'aborder ?

Nous ne pouvons raisonner "marché chinois" globalement. Tout comme aux États-Unis, nous n'avons pas attaqué le marché américain en tant que tel. Pendant des années, nous nous sommes intéressés à deux villes : New York et Boston. A fortiori en Chine, où 2 villes représentent à elles seules la totalité de la population française. Nous pouvons reprendre cette stratégie et je pense que oui, nous pourrions vendre un peu en Chine, grâce à nos fromages qui peuvent se déplacer en bateau.

Les produits laitiers ne font pas partie de la culture chinoise. Cet aliment est dédié aux enfants. Nous devons leur expliquer les qualités fondantes de nos fromages, leur donner le mode opératoire et y ajouter une note de magie en parlant gastronomie

française. Là encore ce sera un travail long, d'au moins 10 ans. Mais pas impossible. Les vins de Bordeaux ont effectivement commencé à avoir une belle envolée de leur vente en Chine. Il a fallu qu'ils aillent sur place expliquer que leurs vins, les vins français en général, ne sont pas sucrés ! Ils ont commencé par le B.A.-BA.

Quel est votre point de vue sur les stratégies export en général ?

Toute stratégie de communication à l'export est un travail de fond, de longue haleine. Pour avoir vécu de près les premières ventes aux États-Unis, en Russie, au Canada, je peux dire que ça a toujours été une "galère", pendant longtemps !

Les perspectives d'exportation du Comté ne manquent pas.

Aller à l'export est une bataille indispensable pour le Comté, le premier fromage AOP de France avec 57 000 tonnes produites chaque année. Il nous faut l'intensifier et ouvrir d'autres brèches, d'autres pays. Repenser le budget et créer des liaisons plus fortes entre investissement privé et collectif. Oser un peu plus et peut-être différemment. Trouver le bon équilibre entre l'implication de l'entreprise et l'interprofession. Un mariage qui peut être très efficace.

Nous avons quand même une gastronomie classée au patrimoine mondial de l'Unesco,

des restaurants implantés dans le monde entier avec des chefs de renom et une diaspora qu'il faut aussi impliquer.

En tant que président du Comité des produits laitiers à l'INAO, vous militez pour une implication plus forte de l'Europe vis-à-vis des produits AOP ?

Avec M. Ciolos, commissaire européen à l'agriculture nous nous sommes rendus en Chine fin mars pour négocier un accord réciproque sur 10 produits. Au niveau des fromages, la protection du Roquefort et du Comté a été validée.

Nous aimerions aussi, dès 2012, porter un dossier européen des produits sous signes de qualité AO ou IG qui veulent exporter vers des Pays Tiers. L'Europe, de par sa capacité à mobiliser des budgets importants, est plus à même de conquérir de nouveaux marchés. Au niveau européen, la clé c'est une communication multi-pays et multi-produits.

du marché, des prescripteurs et une meilleure intégration dans la culture des consommateurs.

Le CIGC privilégie systématiquement une approche de terrain bien ciblée. Une photographie détaillée du marché (sa structure, son potentiel) permet ensuite de définir des priorités auprès des principaux prescripteurs professionnels : importateurs, distributeurs, presse, restaurateurs et écoles de cuisine. Avec toujours un même objectif : construire la notoriété du Comté.

Les premiers outils de communication mis en place pour accompagner l'apprentissage du produit, ce sont les dépliants, brochures, conseils d'utilisation et de présentation, idées recettes... réalisés dans la langue et adaptés à la culture du pays. Tout ce matériel de publicité est mis à disposition des entreprises pour accompagner leurs actions commerciales.

En second lieu, le CIGC investit dans l'organisation de séminaires, de stands sur les grands salons professionnels

comme l'Intermopro, l'Anuga, les Fancy Food, Foodex... auxquels les entreprises du Comté peuvent se joindre pour tisser des contacts.

Lorsque les réseaux prescripteurs sont assurés et que le marché montre des signes de maturité, le CIGC met alors en place des actions qui toucheront plus directement le consommateur, comme une politique de présence sur des salons grand public, ou encore des campagnes nationales de publicité (Internet, presse...).

Sculptural!

Plus de 200 barrettes de Comté ont été nécessaires pour réaliser cet extraordinaire escalier de Comté baptisé "Révolution". Sur une idée de "La Milk Factory" (www.lamilk-factory.com), le laboratoire d'idées de l'Interprofession laitière a confié aux designers Ich&Kar (Helena Ichbiah et Piotr Karczewski) le soin de bousculer les codes du plateau de fromage. Résultat : sept pièces montées, tout en fromage, réalisées avec l'aide du sculpteur Kraï, de la scénariste Coco Jobard et de la fromagère Marie Quatrehomme (MOF), qui a découpé les marches d'escaliers !

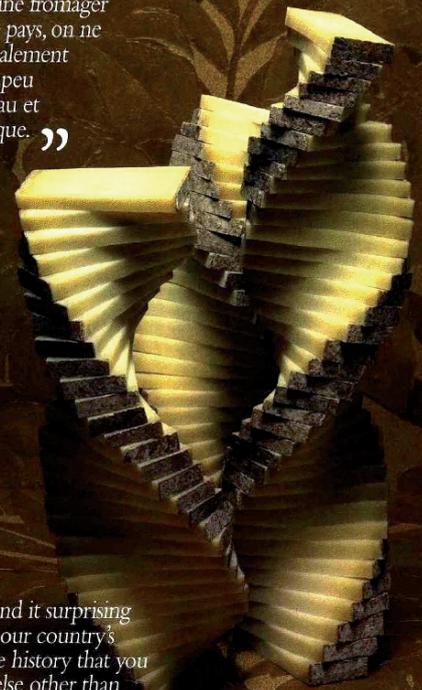
JET-SET

> 100 % bons produits

La journaliste et animatrice télé Estelle Denis (100 % MAG sur M6) est une gourmande sans complexe. Les blanquette de veau et lotte au poivre vert font partie de ses plats fétiches. Tout comme les produits bien frais, fruits, légumes et fromages, dont elle fait le plein chaque semaine au marché. Le Comté aura toujours une place dans un coin de son panier, elle l'avoue. Un témoignage à découvrir dans le numéro de juillet de *Modes et Travaux*.

« Nous avons trouvé étonnant qu'avec la richesse du patrimoine fromager de notre pays, on ne sorte finalement que très peu du plateau et du rustique. »

« We found it surprising that given our country's rich cheese history that you find little else other than cheese platters and rustic presentations. »



« Révolution », Escalier de comté, Staircase of Comté.

Extrait de Cheese & Wine - Photo : Jean-Jacques Pallot

LES INTERVENTIONS DES AMIS DU COMTÉ

JOURNÉE À LA FRUITIÈRE

21 juillet > Arinthod (Jura)
Visite commentée de l'atelier de fabrication et dégustations.

SOIRÉE DÉGUSTATION DE COMTÉ

26 juillet > Remoray (Doubs)
Art de la dégustation et quelques accords originaux...

CAFÉ HISTORIQUE

4 août > Belleherbe (Doubs)
Présentation du Comté et dégustations.

"FAITES" DU COMTÉ

5 août > Poligny (Jura)
Fabrication du Comté à l'ancienne, mini-ferme, dégustations de produits régionaux.

VENREDI CHABLAISIEN

5 - 6 août > Thonon (Haute-Savoie)
Animation dans la ville des Ambassadeurs du Pays du Comté, Valérie et Frédéric Royer (Fromagerie Boujon).

JOURNÉE À LA FRUITIÈRE

15 août > Foncine-le-Haut (Jura)
Visite commentée de l'atelier, animations de dégustation.

14^e FÊTE DU BLEU D'Auvergne AOP

20 - 21 août > Riom-es-montagnes (Cantal)
Le Comté invité d'honneur ! 2 fabrications à l'ancienne, dégustations commentées, des jeux de découverte des senteurs, vente. Pierre Gay, MOF Fromager 2011 et

Ambassadeur du Pays du Comté à Annecy, réalisera un impressionnant plateau de fromages sur le thème du Comté et du Bleu d'Auvergne.

BRADERIE

27 - 29 août > Waterloo (Belgique)
Animations chez l'Ambassadrice du Pays du Comté de Waterloo, Bernadette Delange, à l'occasion de la Braderie annuelle.

RANDONNÉE GOURMANDE

4 septembre > Besançon (Doubs)
Présentation du Comté et dégustations.

FOIRE DE COURNON, SITE REMARQUABLE DU GOÛT

7 - 11 septembre > Cournon (Puy-de-Dôme)
Présentation du Comté et dégustations.

RENCONTRES DES SITES REMARQUABLES DU GOÛT

17 - 18 septembre > Moissac (Tarn-et-Garonne)
Présentation du Comté et dégustations.

JOURNÉE À LA FRUITIÈRE

18 septembre > Flangebouche (Doubs)
Fabrication à l'ancienne et dégustations, marché des producteurs de la fruitière.

FÊTE DE LA GASTRONOMIE

23 septembre > Annecy (Haute-Savoie)
Dégustations et animations en coopération avec Pierre Gay, MOF Fromager 2011 et

Ambassadeur du Pays du Comté.

COMICE

24 septembre > Vernierfontaine (Doubs)
Présentation du Comté et dégustations.

FERME DE CESSAY

Tous les mercredis cet été à 20h > Frasne (Doubs)
Présentation du Comté et repas.

SALON VIN ET FROMAGES

22 - 23 octobre > Champagnole (Jura)
Présentation du Comté et dégustations.

LES ANIMATIONS DU GROUPUSCULE D'ACTIONS GUSTATIVES

FÊTE DE L'OIGNON

20 - 21 août > Roscoff (Finistère)
Présentation du Comté et dégustations.

SALON CHEESE SLOW FOOD

18 - 19 septembre > Bra (Italie)
Laboratoires du Goût.

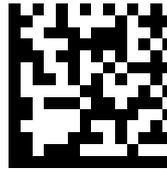
FORMATION COMTÉ ET VINS DU JURA

18 octobre > Arbois (Jura)

SALON DES VIGNERONS INDÉPENDANTS DE BOURGOGNE ET JURA

21 - 23 octobre > Dijon (Côte d'Or)
Présentation du Comté et dégustations.

Près de Levier, au cœur du Haut-Doubs



Retrouvez les bonnes étapes des Routes du Comté sur votre smartphone en suivant ce flash code.

Ferme des Granges Maillot : un voyage dans le temps

Passer par la ferme des Granges Maillot et écouter Bernard Régnier en parler c'est faire un voyage dans le temps sur plus d'un siècle. Des marquis et des comtes propriétaires depuis les années 1850, des fermiers sur plusieurs générations, des ingrédients pour faire un roman de terroir ou encore une saga télévisuelle. Bernard peut aussi évoquer l'architecture du bâtiment, novatrice pour l'époque, et l'organisation de l'étable à la fin du XIX^e siècle. Aujourd'hui la visite est généralement associée à celle du Musée Relais du Cheval Comtois. Une façon de découvrir concrètement sur le terrain ce qui a été vu sous forme de panneaux d'information ou d'objets exposés. Car les chevaux comtois font partie du décor pour les groupes de 4 ou 5 et jusqu'à 70 personnes qui visitent les lieux. Enfin Bernard n'oublie pas l'histoire des fromages régionaux pour compléter cette fresque d'histoire locale de près de deux heures. Aujourd'hui en retraite, Bernard a laissé les soixante vaches laitières aux bons soins de ses fils, associés à un cousin. ■

Ferme des Granges Maillot – Lieu-dit Le Chalet – 25270 Levier
03 81 49 57 92 – bernard.regnier020@orange.fr



Fromagerie de Levier : une belle dynamique

Préparer vingt portions distinctes de Comté pour le même client cela provoque inmanquablement une file d'attente au comptoir d'un magasin. Commande groupée pour la famille et les amis disséminés et rançon du succès pour le magasin de la fromagerie de Levier. C'est aussi le cas quand Marlène Paris, la vendeuse, doit décrypter les demandes de touristes hollandais ou allemands maîtrisant peu la langue française. Le camping en bordure du village amène une clientèle variée qui se voit également proposer miel, vins, yaourts... Le lait de la coopérative est transformé à la fromagerie par Daniel Lomberget pour la maison Badoz. ■

Fromagerie de Levier – Place Bugnet – 25270 Levier
03 81 89 52 54 – www.comte.com/pontarlierbadoz



Musée-Relais du Cheval Comtois et de la forêt : 10 ans de passion

Le musée vient de fêter son dixième anniversaire. Installé à proximité de la mairie de Levier dans d'anciennes halles ayant servi de relais de chevaux il se veut aussi un relais d'information entre grand public et professionnels. Deux bonnes raisons d'accoler la dénomination "Relais" à celle de musée. Deux mille cinq cents à trois mille visiteurs annuels avec beaucoup de visites à la demande pour Lydie Germain qui en est l'animatrice. On y trouve du matériel ancien : calèches, harnais, parmi des panneaux explicatifs sur les métiers liés au cheval de trait. Et un premier étage consacré à la forêt depuis 2006. Difficile de ne pas évoquer la forêt dans un environnement tel que celui de Levier avec ses milliers d'hectares de sapins. Un espace est consacré aux nouvelles utilisations du bois de chauffage. Un film de trente minutes parachève cette exposition. Une association présidée par Jérémie Cuenot - Les Amis du Musée – gère la vie du musée. ■

Musée-Relais du cheval comtois et de la forêt
Les Halles de mairie – 25270 Levier – 03 81 89 58 74
www.musee-cheval-comtois-et-foret.fr





Six exploitations (9 familles) livrent leur lait à la fromagerie de Lièvrement La Brune.



La Brune, une histoire peu banale...

La fromagerie de Lièvrement-La Brune partage ses locaux avec la coopérative voisine de La Mare d'Arçon. Un litrage identique, 2 fromagers. Une histoire peu banale...

La fromagerie de Lièvrement-La Brune surplombe le village, perdue au milieu des prés. Le hameau de La Brune où fut construit il y a plus de 100 ans ce chalet fromager n'est pas toujours indiqué sur les cartes. Et pourtant la fromagerie a reçu il n'y a pas si longtemps la visite d'un couple de Belges venus spécialement pour y acheter du Comté. Vive le GPS! Ils avaient vu un film tourné ici pour France3 avec une école hôtelière et ne voulaient pas d'autre Comté que celui de Lièvrement La Brune. Car la fromagerie a tout d'un chalet traditionnel, bardé de bois, plein de charme avec des fleurs aux fenêtres. « Il n'est pas rare qu'après avoir vu la photo sur le site Internet de la fromagerie, on vienne nous rendre visite », remarque Sylvain Javaux, le fromager qui n'hésite pas à faire visiter les lieux si on le lui demande. Situé loin des zones de passage, Lièvrement-La Brune ne peut pas jouer la carte du tourisme mais cultive un esprit d'ouverture. Son président Michel Jacquet accepte volontiers de guider des délégations belges, brésiliennes ou néozélandaises envoyées par les organismes agricoles pour leur faire découvrir la filière Comté. La visite commence par sa ferme, passe par l'atelier de fabrication et se finit bien sûr à la Maison Petite, l'affineur. Un affineur avec lequel la coopérative de Lièvrement-La Brune entretient des relations suivies. « C'est d'ailleurs par le biais de notre affineur, qu'a démarré en 2005 une collaboration avec la fromagerie de La Mare d'Arçon, qui vendait son lait à la

Maison Petite ». Déjà, en 2001, les 2 fromageries achètent un camion de ramassage de lait en commun et organisent le repos hebdomadaire de leurs fromagers. L'atelier de La Mare étant trop petit, leur fromager, Patrick Cassard devait venir transformer à La Brune pendant les congés. Puis quelques années plus tard, devant l'obligation d'engager des frais dans leur atelier, les sociétaires de La Mare préfèrent basculer complètement leur fabrication sur Lièvrement. Deux coopératives avec un litrage de lait similaire, deux fromagers qui travaillent en alternance... « La suite logique serait une fusion, reconnaît Michel Jacquet, surtout pour des questions fiscales et administratives ».

Convivialité

Lors de la rénovation de la fromagerie de Lièvrement-La Brune en 1998, cette idée d'avoir un atelier pour deux était déjà un peu dans les têtes. Prévoyants, les producteurs de Lièvrement ont investi dans 4 cuves de 2 500 litres, une presse de 24 fromages et un soutirage à pompe à caillé. Les caves en sous-sol, peu pratiques, ont été remontées de plain-pied à l'arrière du bâtiment grâce à une extension de 400 places, discrète et bien intégrée. Autre particularité de cette petite fromagerie de montagne: elle est à l'origine de la création de l'UCAFT (Union coopérative agricole fromagère traditionnelle) avec quelques autres coopératives. Le siège social de l'Union se trouve d'ailleurs

La fromagerie Lièvrement-La Brune

- Sociétaires : 6 exploitations basées à Lièvrement et Montflovain
- Fromagers : Sylvain Javaux et Patrick Cassard (fromager de La Mare d'Arçon)
- Chauffeur remplaçant : Guillaume Rolot
- Apprenti fromager : Ludovic Bourdin
- Affineur : Fromageries Petite
- Litrage : 1,32 million de litres
- Vente des Comté à l'UCAFT
- Magasin de vente
- Ouvert au public sur rendez-vous
- Contact :
Fromagerie de Lièvrement La Brune
La Brune
25650 Lièvrement
Tel. 03 81 38 14 55
www.comte.com/lievremont



LES SOLS

Un bassin laitier compris entre 800 et 1000 m d'altitude, voilà ce qui donne une note tout à fait caractéristique aux sols de Lièvreumont la Brune. L'essentiel de la roche mère sur laquelle reposent les sols est d'une grande uniformité. C'est sur du Jurassique supérieur et des calcaires friables que les plantes des prairies doivent pousser. La grande majorité des sols sont superficiels et drainants.

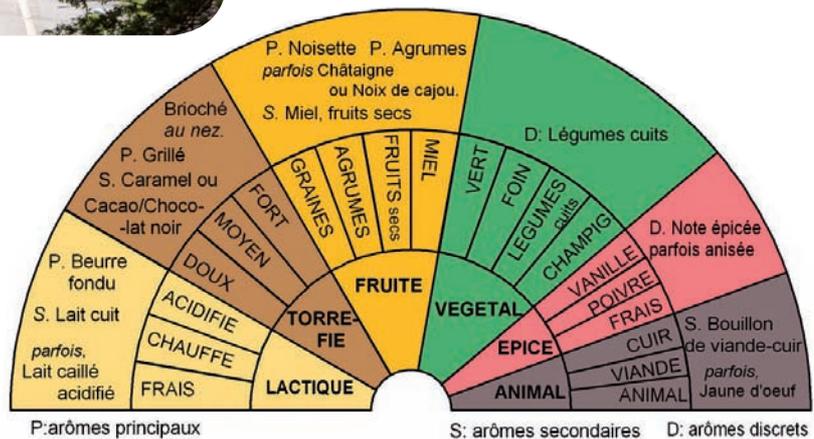
Une homogénéité dans le sous-sol, dans les types d'unités agro-pédologiques (5 UAP différentes) offre cependant une diversité floristique de quelque 110 espèces botaniques.

LE GOÛT DES COMTÉ DE LIÈVREMONT LA BRUNE, AFFINÉS PAR LES FROMAGERIES PETITE

Les Comté de "La Brune" présentent une belle diversité aromatique. En bouche, les arômes montent en puissance de façon très progressive. La palette aromatique est d'abord très "beurre", puis le dégustateur attentif découvre des notes de "fruits secs", "chocolat blanc", "peau de lait bouilli". Sur les fromages déjà bien avancés en affinage, les notes fruitées sont délicatement caramélisées, et toute une gamme d'arômes torréfiés finit de séduire l'amateur de fromages aux arômes complexes et persistants. Les 4 saveurs sont présentes, et l'équilibre entre elles est de type salé-sucré. La texture à du corps, elle est souvent mûre et accompagne bien les arômes.



Sylvain Javaux, fromager.



toujours à Maison-du-Bois-Lièvreumont, où se tient chaque année l'assemblée générale.

Les sociétaires de Lièvreumont-La Brune se réunissent chaque mois chez un producteur différent pour remplir les paies de lait, et cela se termine inévitablement par un casse-croûte. Dans un bel élan coopératif.

N'hésitez pas à faire un détour par La Brune. Ou à vous rendre le 7 août chez Fabien et Magali Pourchet à Montflovin, pour l'opération "Un Dimanche à la ferme". Ils sont sociétaires et la coopérative y tiendra un stand.

La flore

Parmi la diversité d'espèces représentées, notons la présence du géranium des bois qui a un recouvrement global sur l'ensemble du bassin laitier d'environ 2%. Cette belle Géraniacée est facilement reconnaissable dans les prairies avec ses belles fleurs pourpres violacées. Le géranium des bois est une plante caractéristique des prairies de fauche d'altitude.



Le géranium des bois.

Challenge Comté

Fraîcheur, légèreté et gourmandise !

Le Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté a organisé du 15 avril au 19 mai, la deuxième édition du Challenge Comté, en partenariat avec le magazine en ligne ELLE à Table. Cette année dix blogueurs et dix personnalités françaises du goût ont été associés à cet événement culinaire.

Pour cette version estivale du challenge Comté, un seul mot d'ordre : fraîcheur, légèreté et gourmandise. Après ? Carte blanche, en suivant quand même les différentes étapes de sélection. Plus de 200 recettes ont été postées par des internautes sur l'un des 10 blogs partenaires du Challenge Comté ; chaque blog étant parrainé par une personnalité

du Goût. C'est main dans la main que chaque blogueur a sélectionné avec son parrain les 5 recettes les plus créatives qui ont ensuite été soumises au vote du public du 6 au 18 mai sur la page Elle à Table.

15 000 internautes ont voté... Les 5 recettes gagnantes de ce second challenge Comté sont à découvrir en page 15.

> **Faites connaissance avec leurs auteurs** dans la vidéo retraçant le voyage au Pays du Comté qu'ils ont effectué fin mai en compagnie de leurs parrains/blogueurs...

Les gagnants des 45 autres recettes sélectionnées ont droit à des cours de cuisine, des kits de dégustation de Comté...



Les 5 gagnants : Florence Fouché, Pascale Pla, Thierry Nicolas, Salomé Illy, Margaux Illy.

> Une escapade au Pays du Comté pour les 5 gagnants

La première édition du Challenge Comté a permis l'an dernier à 5 gagnantes de passer une journée avec le chef David Zuddas. Cette année, les 5 lauréats ont gagné une escapade au Pays du Comté au cœur des Montagnes du Jura. C'était les 23 et 24 mai, accompagnés du jury, des parrains, de l'équipe du Comté et des producteurs. "Inoubliable !"



« On ne mangera plus du Comté comme avant ! »

Après ce périple au Pays du Comté, les blogueurs se sont empressés de partager leurs découvertes. Morceaux choisis.

> **Souvenirs** : « Souvenir d'un voyage où les vaches font Comté... Comté... quand elles sonnent... » Dorian.

> **Paysages** : « Des magnifiques paysages du Jura il se dégage une impression de calme et de sérénité » Pascale.

> **Prendre le temps** : « L'affineur devinera le moment où le fromage sera à son top sans l'avoir jamais vu ouvert. Chacune des 100 000 meules que comporte cette cave est auscultée à la sonde... En moins de 10 minutes il peut se déplacer dans 3 km de rayonnement. Impressionnant ! » Anne.

> **Le Fort Saint-Antoine et son chef de cave, Claude Querry** : « L'endroit est complètement magique, il est surnommé la cathédrale du Comté à juste titre. Je ne pouvais détourner mes yeux de ces piliers immenses en bois d'épicéa qui abritent 100 000 meules de comté qu'il faut chaque semaine retourner, brosser et saler... Après ça, on ne peut plus manger un morceau de Comté de la même manière. » Pascale.

> **Comprendre, visite de la fruitière de Bonnetage** :

« Avant de connaître Sylvain je pensais que plus le Comté était vieux, meilleur il était, et je me trompais ! » Émeline.

> **Dégustation de Comté** : « Il n'y a pas un Comté mais des Comtés. Dire j'aime le vieux Comté ou le comté fruité ou d'été, c'est restrictif car selon le terroir, le climat, l'affinage, les vieux comme les jeunes Comté auront des aspects et des arômes différents... » Mercotte.

> **Merci!** : « Merci à tous les gens de la collective du Comté, à tous ceux qui nous ont reçus et guidés, pour leur attention, leurs explications et leur gentillesse et pour nous avoir fait comprendre que le Comté est un fromage multiple et qu'il doit rester ainsi. » Dorian.

> **Encore merci!** : « J'ai pu rencontrer des personnes formidables et l'ambiance était pleine de joie tout le week-end. Et j'ai eu l'immense chance de rencontrer le chef doublement étoilé Jean Sulpice qui a passé le week-end avec nous, avec toute sa simplicité et sa gentillesse. Le rêve pour une petite cuisinière en herbe comme moi. » Salomé.



Sur la ferme de Sylvain et Pascaline Arnoux, des blogueuses passionnées par la traite !



Magali Sulpice et Mercotte, en compagnie de Jean Sulpice, chef 2 étoiles du restaurant l'Oxalys à Val Thorens.

Gaspacho d'asperges vertes, crème glacée au Comté et sa crêpe dentelle au Comté.

Recette gagnante du Challenge Comté 2011 avec 836 votes sur le site Elle à Table, créée par Florence Fouché*
www.gourmandiseschroniques.blogspot.com

Ingrédients pour 6 personnes

Pour le gaspacho : 400 g d'asperges vertes de Chambord, 16 cl d'eau de cuisson, 1 cm de gingembre frais, poivre Muntok blanc d'Olivier Roellinger

Pour la crème glacée au Comté : 25 cl de crème liquide, 70 g de Comté, poivre Muntok blanc

Pour les crêpes dentelles au Comté : 30 g de farine, 30 g de Comté, 125 ml de lait, 1 œuf, poivre Muntok blanc



* Recette sélectionnée par Anne Demay (blog panierdesaison.com) et Olivier Roellinger (Chef des Maisons de Bricourt à Cancale et propriétaire du Comptoir des Epices à Paris).

> Le gaspacho

Ébouter les asperges, à environ 1 cm du talon (il faut ôter la partie dure). Les asperges vertes de Chambord ne s'épluchent pas. Les plonger dans une casserole d'eau bouillante et salée. Les laisser cuire environ 12/13 min. Vérifier la cuisson en enfonçant la pointe d'un couteau dans une asperge.

Préparer un saladier d'eau glacée (eau et glaçons). Ôter les asperges de la casserole et les plonger immédiatement dans l'eau glacée afin de stopper la cuisson et de permettre à la chlorophylle de se fixer garantissant leur jolie couleur verte.

Râper le rhizome de gingembre et le laisser infuser quelques minutes dans les 16 cl d'eau de cuisson.

Couper les asperges en morceaux puis les mélanger à l'eau de cuisson infusée et préalablement passée. Mixer le mélange et ajouter un peu d'eau salée pour arriver à la consistance de gaspacho désirée (avec les 16 cl il sera velouté).

Moudre le poivre au dernier moment afin qu'il révèle ses arômes et assaisonner le gaspacho.

Laisser refroidir le mélange au réfrigérateur.

> Crêpes dentelles au Comté

Dans le bol du robot, mélanger la farine tamisée et l'œuf. Faire fondre à feu doux le Comté râpé dans le lait. Assaisonner avec le poivre fraîchement moulu. Incorporer ce mélange à l'appareil dans le bol du robot en prenant soin d'obtenir une pâte lisse.

Réserver 30 min au réfrigérateur.

Faire préchauffer le four à 150 °C. Sur la plaque du four recouverte d'un tapis en silicone, déposer une petite louche de pâte, l'étaler le plus finement possible en n'hésitant pas à pencher la plaque dans un sens et dans l'autre pour l'étaler au maximum.

Enfourner pour 5 min. Puis retirer la plaque du four et, à l'aide d'une empreinte carrée, découper la pâte au couteau. Enfourner à nouveau pour 3 min puis enrouler la pâte autour du manche d'un couteau ou d'un bâtonnet de glace en bois. Enfin, enfourner à nouveau les crêpes durant 2 min afin de leur apporter du croustillant et une jolie couleur dorée. Conserver les crêpes dentelles dans une boîte métallique afin qu'elles ne perdent rien de leur croustillant. Autre possibilité : les passer 1 ou 2 min au four afin de leur redonner du croustillant si elles l'ont un peu perdu.

> Crème glacée au Comté

La glace peut se préparer, le matin pour le soir dans la mesure où les quenelles sont petites, elles prendront assez vite au congélateur.

Faire chauffer la crème et incorporer le Comté râpé. Assaisonner avec le poivre fraîchement moulu. Faire refroidir le mélange. Quand il est bien froid, réaliser des quenelles avec 2 petites cuillères puis parsemer de pistaches concassées et préalablement torréfiées. Mettre au congélateur.

> Il ne reste plus qu'à assembler le tout dans des petites verrines ou bocaux, selon votre imagination !

Cette recette peut tout à fait se préparer la veille, en n'oubliant pas dans ce cas de passer les crêpes dentelles au four pour leur restituer leur croustillant.

> Les 4 autres recettes gagnantes

Retrouvez-les sur www.comte-gourmand.com !



Bouchées estivales au Comté



Cromesquis au Comté



Palet de Polenta au Comté croustillant



Tartare de Comté aux deux pommes, tuile de Comté et gelée de Vin Jaune

Au bord du lac d'Annecy,
le Comté est bien représenté
grâce à Pierre Gay.

Pierre Gay, fromager au sommet

PORTRAIT

Une trentaine de clients l'attendent tôt le matin à l'ouverture de la boutique pour connaître les résultats du concours de meilleur ouvrier de France (MOF). Les discussions se prolongent devant l'étal de la chaleureuse crèmerie située au cœur du vieil Annecy. Pierre Gay est un fromager comblé. Les deux années investies dans la préparation de ce concours mythique ne lui ont pas fait oublier ce qui fait son quotidien : rencontrer, conseiller, faire aimer le fromage, les fromages. Un plaisir partagé avec son épouse, Emmanuelle, qui n'a pas hésité à prendre une année sabbatique pour l'accompagner et l'épauler à la boutique pendant qu'il gravissait les marches du MOF Première épreuve à Paris, au salon de l'agriculture. Pierre Gay se distingue par sa méthode de travail : tous les fromages de sa présentation (une fusée), sont taillés comme en fromagerie, au fil. Il n'a pas oublié d'y introduire un impressionnant morceau de Comté qui traverse le plateau de part en part. Ambassadeur du Pays du Comté, il l'est depuis 2009 et sa solide culture fromagère lui vaudra de passer haut la main la 2^e épreuve des MOF. À Courmon, en Auvergne il réalise un sans-faute sur les dégustations. Typicité du lait, nom du produit, durée d'affinage... Le fromager les reconnaît les yeux fermés, y compris un Comté qui fait bien sûr partie de l'épreuve. Pierre Gay se souvient de ce qu'il doit à l'Auvergne : il y a fait ses premiers pas dans le monde du fromage, plus précisément à l'École

de laiterie d'Aurillac où il a suivi un BEP agricole option laiterie. Après deux contrats de fromager, à 24 ans, il revient à Annecy pour reprendre définitivement l'entreprise familiale en 1992, à la retraite de son père. Troisième génération à la tête de la boutique. Aujourd'hui le père de Pierre malgré ses 83 ans se faufile toujours avec autant de plaisir entre deux clients pour faire visiter la boutique ou répondre aux questions. Une boutique qui a été rénovée en 2006 dans un esprit chalet mais tendance : du bois clair cèrussé, de belles pierres au sol, une arrière-boutique style cave à vin et surtout cette surprenante visio-cave, sous les pieds, qui offre une vue plongeante sur les fromages.

« Le fromage, un plat à part entière »

Revenons au MOF, car c'est bien LE sujet du moment dans la boutique. Pour la première fois, une partie du concours s'est déroulée en province et non à Paris, ce qu'apprécie particulièrement le Savoyard. « *Les fromagers parisiens ne se rendent pas toujours compte de l'investissement en temps et de l'effort logistique pour transporter tout son matériel et faire son show!* » Pierre Gay est particulièrement sollicité depuis qu'il est devenu Meilleur ouvrier de France. « *Je ne peux répondre à tout et ma priorité va à la boutique* ». Mais il sait qu'il continuera à répondre aux demandes de certains restaurants, avec lesquels il travaille déjà [et qui représentent

20 % de son activité] pour former le personnel à la présentation et la dégustation des fromages, bénévolement. Il donne aussi un peu de son temps au syndicat des fromagers de Rhône-Alpes dont il est président adjoint. « *J'aimerais aussi construire quelque chose autour du conseil culinaire, m'investir dans la transmission, la formation des jeunes* ». Avec le Cercle des fromagers et le CNIEL, il intervient déjà auprès des écoles hôtelières. « *Le fromage ne doit pas être un simple trait d'union entre un poisson et un sublime dessert mais un plat à part entière!* », plaide le fromager. Cette conviction, il la partagera aussi avec le public. Retrouvez Pierre avec les Amis du Comté à Riom, pour la fête du Bleu d'Auvergne. Sa mission : réaliser un impressionnant plateau de fromages mariant Comté et Bleu d'Auvergne. Et cet automne, pour la fête de la gastronomie à Annecy où il mettra de nouveau le Comté à l'honneur.

Bravo aux autres MOF 2011 : François Bourgon, un autre ambassadeur du Pays du Comté à Toulouse, Dominique Bouchait et François Robin. Et un clin d'œil amical aux autres participants qui n'ont pas démerité ! Notamment deux autres Ambassadeurs, Christelle Lorho (Strasbourg) et Vincent Vergne (Toulouse), ainsi que Marc Janin, fromager à Champagnole (Jura).