



Contribution de l'organisation collective au succès du Comté AOP

Jun 2011





Plan

1 – Présentation du Comté et de son territoire

2 – Le développement du Comté

3 – Une forte empreinte de l'organisation collective





1 / Présentation du Comté et de son territoire





Le pays du Comté

L'AOC (appellation d'Origine Contrôlée) définit une zone de production : le Comté ne peut être produit en dehors du Massif jurassien,



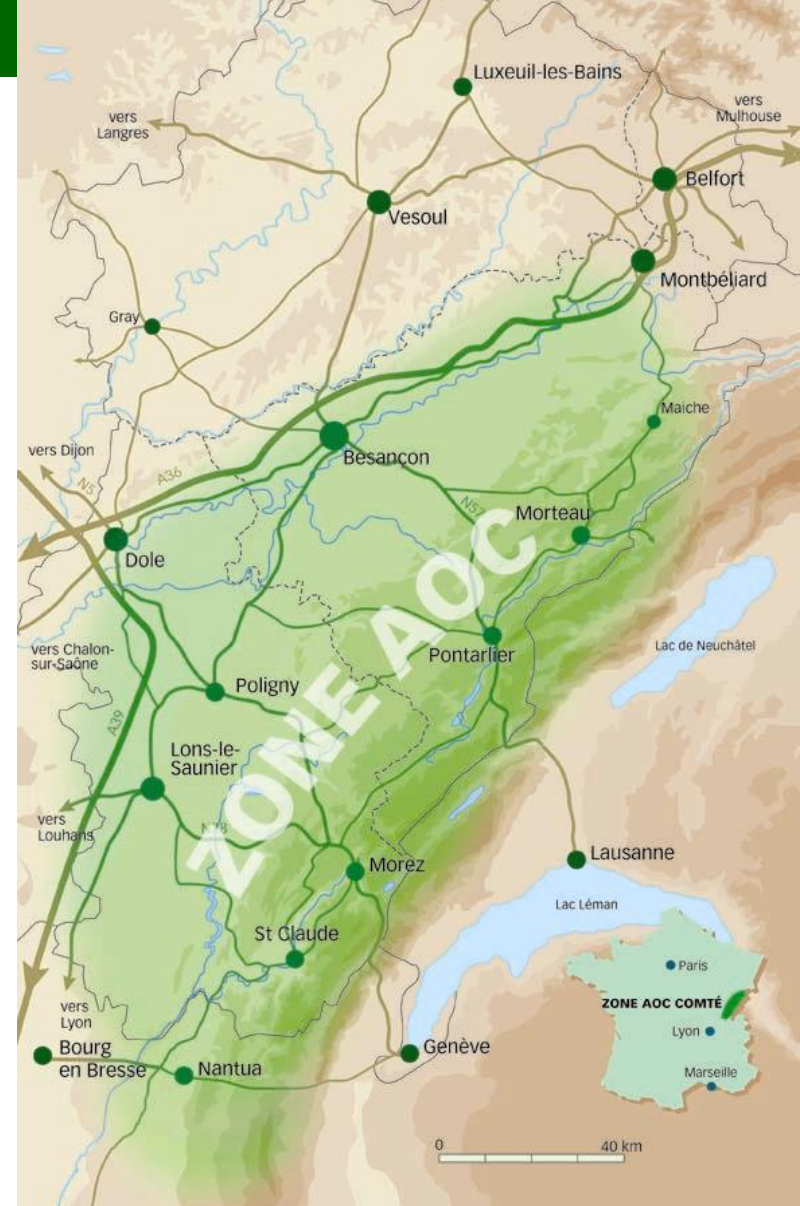
Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté

Il est temps de savourer le Comté



Le terroir du Comté : le Massif jurassien

- Une zone de plateaux dits de « moyenne montagne »
- Un climat très rigoureux avec de longs hivers
- Une végétation typique faite de forêts et de prairies naturelles riches d'une flore très variée



Un lien séculaire du Comté à son territoire

Un peu d'histoire...

➤ **Comté : le grenier des montagnards**

Dans ces zones de montagne jurassienne aux hivers longs et rigoureux où la culture de céréales n'était pas possible, les paysans ont choisi de fabriquer des larges meules de fromage à pâte pressée cuite à longue conservation et qui constituaient leur garde manger...

➤ **Une seule solution: la mise en commun**

Pour obtenir les 400 litres de lait nécessaire à la fabrication d'une meule, les paysans qui n'avaient chacun qu'une ou deux vaches se sont réunis dès le 13^{ème} siècle en « fructeries » qui chaque jour travaillait le lait de la communauté



Un lien séculaire du Comté à son territoire

Et aujourd'hui ?

- Le COMTE est une AOP
- Les fructeries sont devenues des fruitières
- La filière Comté est constituée de :
 - 2 750 producteurs
 - 160 ateliers de transformation de nature artisanale, dits les fruitières »
 - 15 maisons d'affinage



Les acteurs du Comté

2750 exploitations agricoles produisent du lait à Comté



Les acteurs du Comté

160 ateliers de fromageries : les fruitières transforment chaque jour le Comté. 80% sont à statut coopératif

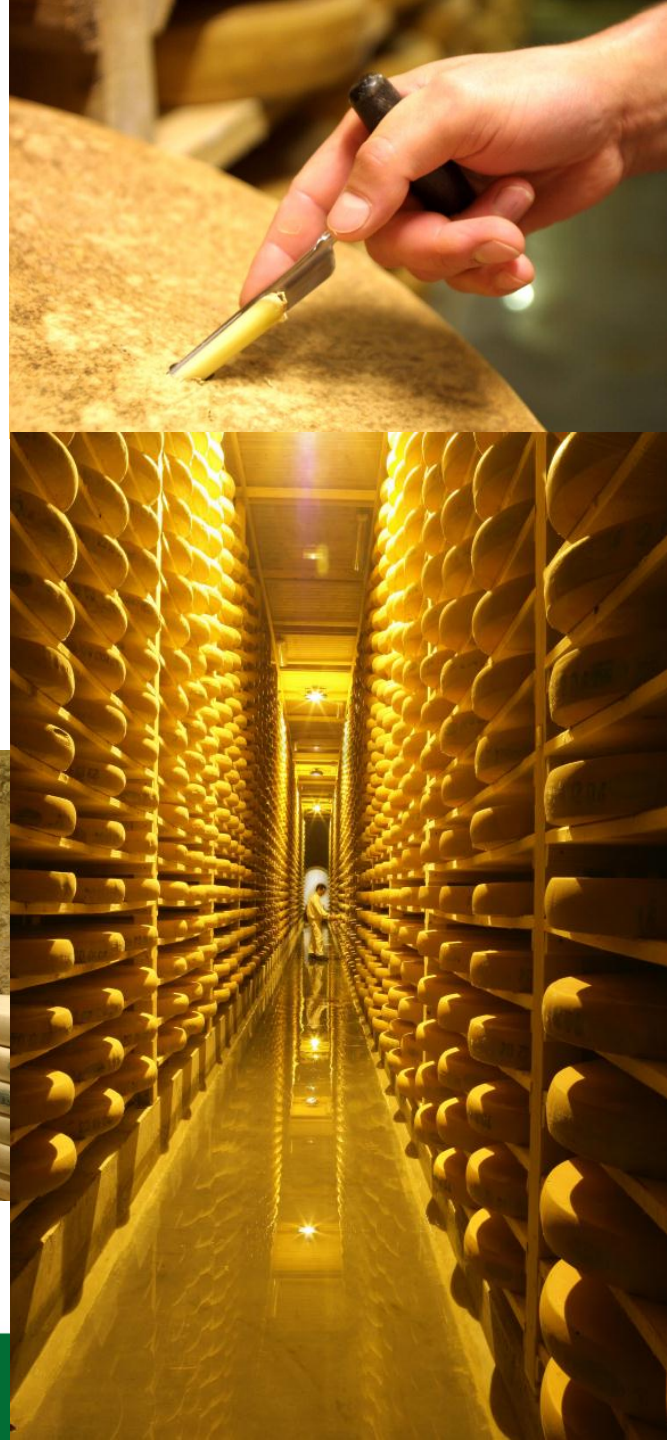


Contribution de l'organisation collective au succès du Comté



Les acteurs du Comté

15 maisons d'affinage assurent le maturation et la commercialisation



Un lien séculaire du Comté à son territoire

La filière Comté représente plus de
7000 emplois directs répartis sur
l'ensemble du Massif Jurassien

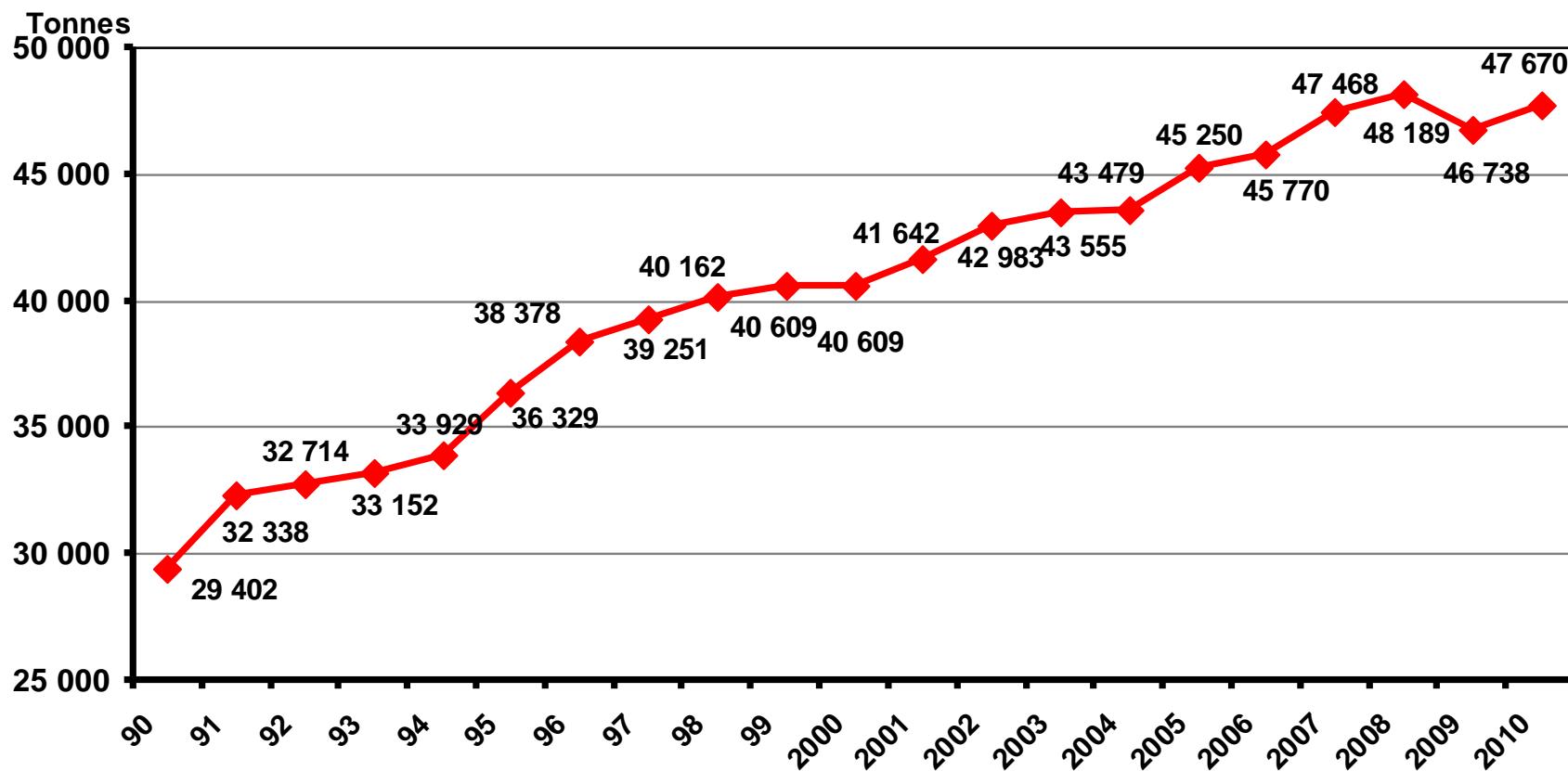




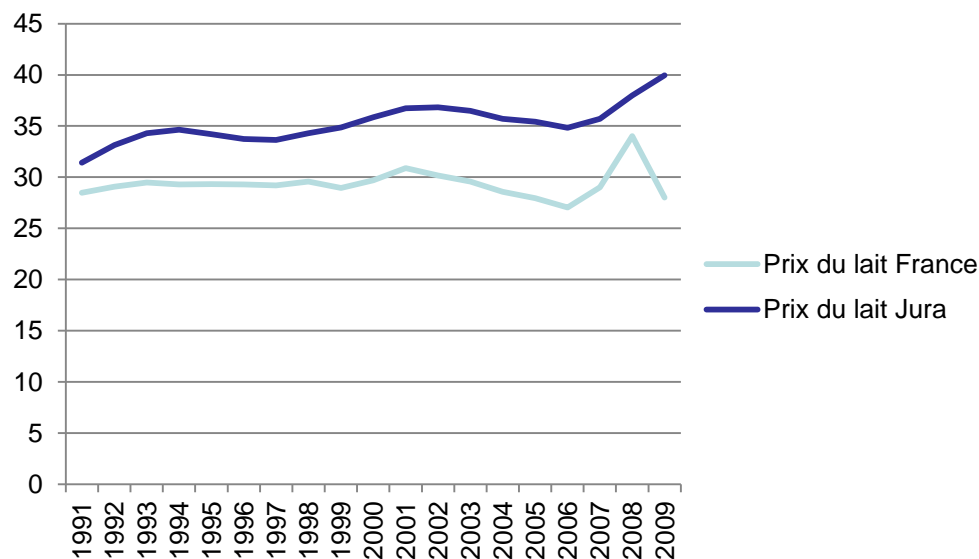
2/ Le développement du Comté



L'AOP COMTE inspire confiance au consommateur ce qui explique la croissance des ventes

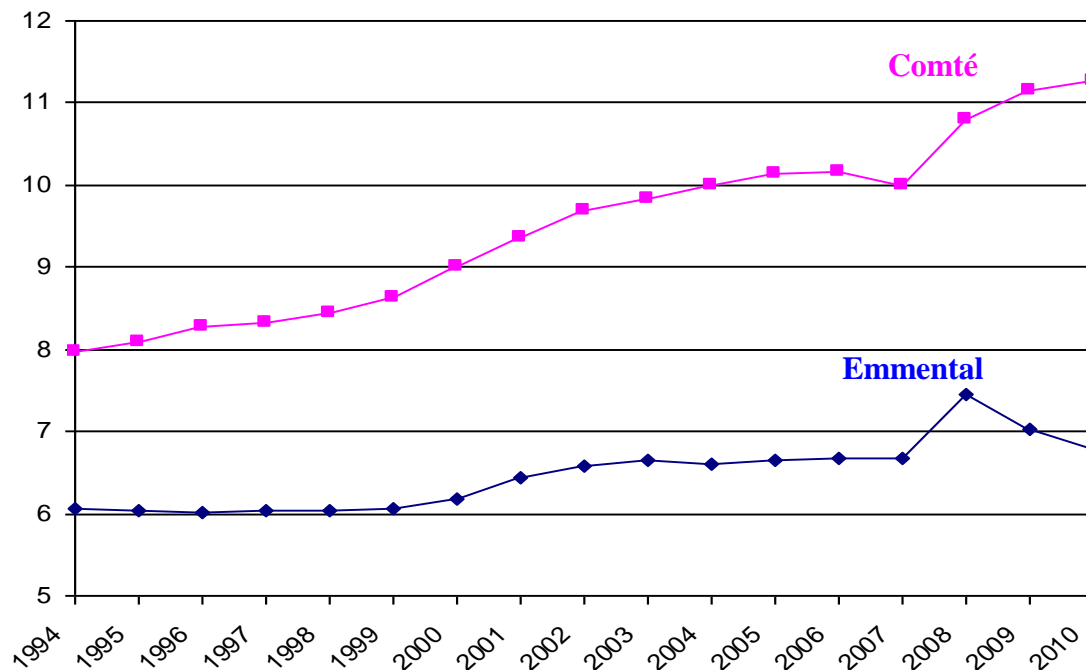


La confiance du consommateur permet un prix de vente du Comté élevé et donc un prix de lait régulièrement plus élevé que la moyenne nationale



Le positionnement haut de gamme du Comté assure des prix plus élevés à tous les niveaux de la filière

Prix consommateur
€/Kg



Source: Cniel d'après données du panel consommateurs KANTARWORLD PANEL





Parce que le Comté est une AOP son succès économique reste dans son territoire :

- Les jeunes agriculteurs s'installent**
- Les fromageries se modernisent**
- Les affineurs investissent dans de nouvelles caves et dans de nouveaux réseaux commerciaux**



L'EXIGENCE DU CAHIER DES CHARGES EST UNE CLEF DE LA REUSSITE ET ASSURE

- la confiance du consommateur,
 - un prix du lait élevé,
 - le maintien d'un nombre plus important d'agriculteurs
- Le respect de l'environnement



Des paysages ouverts



Les montagnes du Jura
Paysages typiques des prés-bois



La biodiversité



La biodiversité expression du terroir





3 – Une forte empreinte de l'organisation collective

Contribution de l'organisation collective au succès du Comté

Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté

Il est temps de savourer le Comté





Une forte empreinte de l'organisation collective

1° Dès le XIII^{ème} siècle, naissance des fructeries

Pour fabriquer une meule de Comté, une seule solution la mise en commun biquotidienne du lait de chaque paysan pour pouvoir réunir les 450 litres de lait nécessaires à la fabrication d'une meule de Comté. La meule fabriquée tour à tour chez chaque paysan restait sa propriété et lui servait de garde manger pour l'hiver

En 2011 il y a encore 160 **fructières**, lieux villageois de transformation artisanale du lait en Comté. La plupart sont des coopératives.





Une forte empreinte de l'organisation collective

2° Au XIXème siècle, création de structures collectives:

- Sociétés d'agriculture
- Syndicats agricoles
- Syndicat des fruitières en 1890
- Enseignement agricole, Enseignement laitier
- Crédit agricole
- Coopératives d'achat groupé





Une forte empreinte de l'organisation collective

Une première action politique des Comtois s'est exprimée dans une pétition déposée en juillet 1887 à la Chambre des députés par le député du Doubs M Viette au nom des sociétés coopératives de l'Est,

- dénonçant des droits de douane créant des conditions discriminatoires entre les fromages des différents pays.*
- dénonçant les droits d'octroi, droits de douane intérieurs qui frappaient le gruyère et non le Roquefort ou le camembert*
- dénonçant des tarifs ferroviaires favorisant les fromages d'importation*
- demandant que le gruyère soit introduit dans l'alimentation de l'armée*





Une forte empreinte de l'organisation collective

3° Les prémices de l'AOC:

- _ **Création du syndicat du gruyère en 1930**
- **Création de la marque d'identification « gruyère de Franche-Comté » en 1934**
- **Création en 1945 du Syndicat de Défense du Gruyère de Comté** *« avec le premier objectif de doter ce fromage d'un label et de justifier d'une meilleure rémunération que ce que lui autorisait le système de taxation »... « Dès qu'il fut reconnu, le syndicat mit en place une politique de contrôle basée sur une grille de notation, et seuls les fromages dont la note était supérieure à 16/20 pouvaient bénéficier du label. »*





Une forte empreinte de l'organisation collective

4° La mise en place de l'AOC:

- **Création du syndicat du gruyère en 1930**
- **Création de la marque d'identification « gruyère de Franche-Comté » en 1934**
- **Création en 1945 du Syndicat de Défense du Gruyère de Comté** *« avec le premier objectif de doter ce fromage d'un label et de justifier d'une meilleure rémunération que ce que lui autorisait le système de taxation »*





Une forte empreinte de l'organisation collective

5° L'obtention de l'AOC par le syndicat du Gruyère de Comté:

- **Action en justice contre du gruyère hors zone en 1950**
- **Reconnaissance de l'AOC « judiciaire » Gruyère de Comté par le Tribunal de Dijon en 1952**
- **Obtention de l'AOC « réglementaire » Gruyère de Comté par décret de juillet 1958**
- **Création du Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté en 1963**





Une forte empreinte de l'organisation collective

- L'énergie et l'organisation collective pour obtenir l'AOC se sont ensuite mobilisées depuis 50 ans pour construire le succès de l'AOC Comté.
- Pour tous un seul objectif: « *vivre au pays* » aujourd'hui et demain





Une forte empreinte de l'organisation collective

6° La 1^{ère} fonction de l'animation collective est de faire vivre **le cahier des charges**:

- un pari collectif sur l'avenir
- une réponse aux attentes du consommateur
- une négociation interne de plusieurs années





En Comté:

Un cahier des charges exigeant en exploitation

- Plafonnement des intrants (concentrés, engrais)
- Interdiction de tout OGM
- Interdiction de l'ensilage
- Plafonnement de la productivité laitière /ha

Un cahier des charges exigeant en transformation laitière et en affinage

- Travail en lait cru dans des cuves en cuivre
- Interdiction de tout additif et colorant
- Unensemencement traditionnel des laits
- Une limitation de la taille des ateliers et de leur zone de collecte





Une forte empreinte de l'organisation collective

La 2^{ème} fonction de l'animation collective est d'assurer une **répartition équilibrée de la valeur ajoutée**:

Création des contrats CIGC en 1969





Une forte empreinte de l'organisation collective

Les contrats CIGC : un système doublement vertueux

La rémunération des fromages en blanc est indexée sur

- La qualité
- Le prix de vente moyen de la filière





➤ LA QUALITE

- Classement des fromages à 4 mois, en 4 catégories (A,B,C,D)
- Coefficients d'indexation de rémunération très différenciateurs entre catégories
- Des producteurs et des fromagers très incités à la qualité





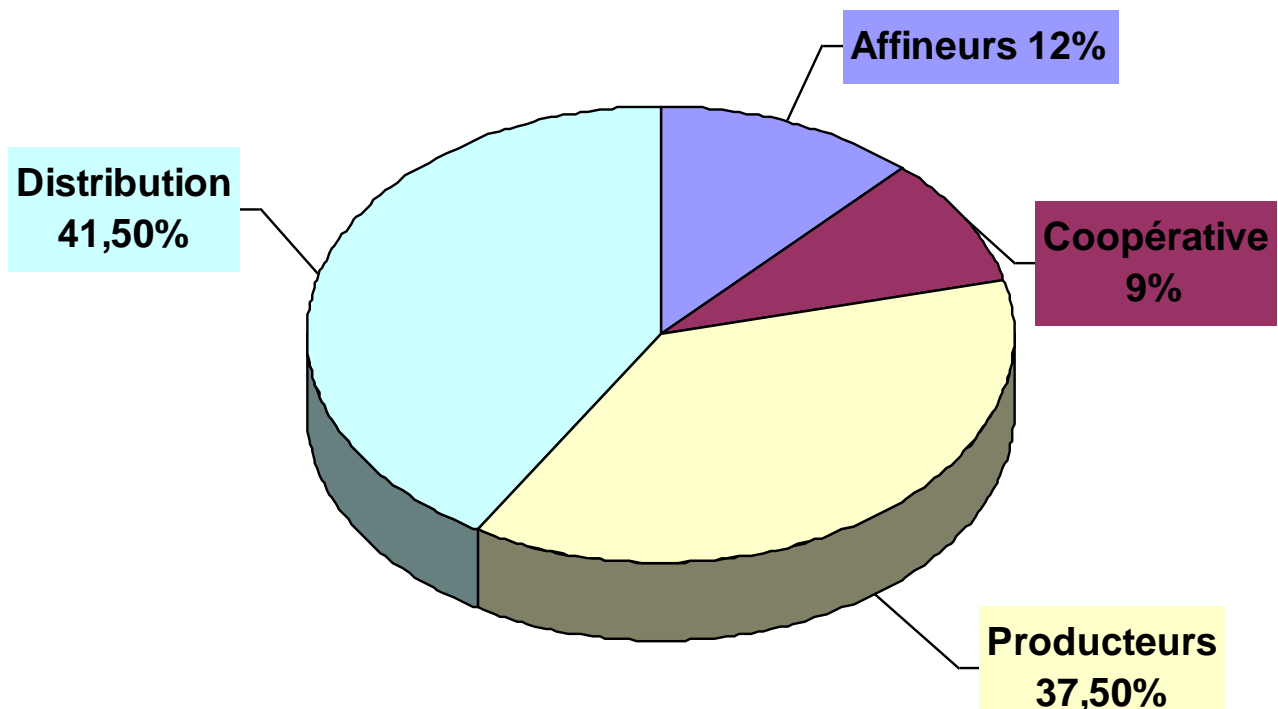
➤ LE PRIX MOYEN DE MARCHE: LA MPN

- Mercuriale mensuelle sur les prix franco
- L'affineur rémunère le fromage non sur son prix de vente mais sur le prix filière
- L'affineur est donc très incité à vendre plus cher que la moyenne





Répartition de la valeur ajoutée





➤ Commission des contrats

- Une réunion mensuelle
- Lieu d'échange et d'ajustements
- Le producteur de lait se sent d'abord producteur de Comté





Une forte empreinte de l'organisation collective

La 3^{ème} fonction de l'animation collective est
d'éviter les crises:

Création des plans de campagne en 1995





- Le succès du Comté: une très forte pression pour l'entrée dans la filière
- Un risque important de crise de surproduction et de crise déstructurante
- Nécessité non pas d'une fermeture mais d'un encadrement de la croissance

EN 1995/1996
NAISSANCE DES PLANS DE CAMPAGNE





➤ LE PLAN DE CAMPAGNE

- Un contrat entre l'Etat Français et la filière

Le Comté s'oblige à une croissance annuelle et en contre partie l'Etat l'autorise à réguler cette croissance

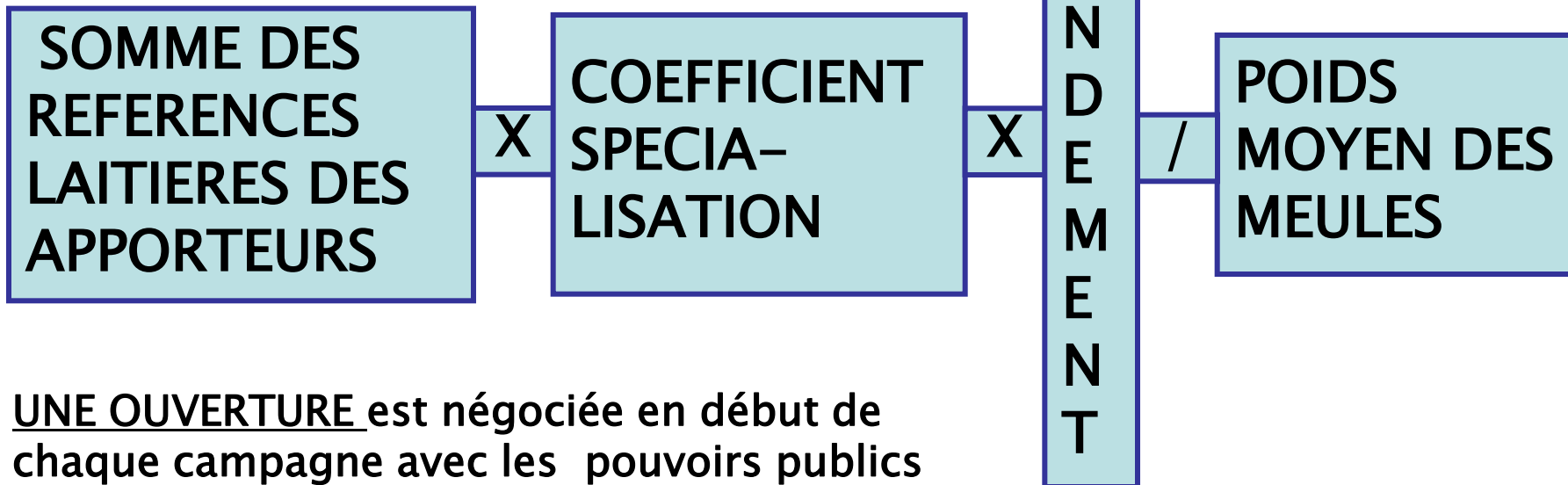
- Le Comté évite ainsi l'inconvénient du protectionnisme et les excès du libéralisme sans encadrement





L'atelier est doté d'une

REFERENCE DE BASE EN PLAQUES VERTES:



UNE OUVERTURE est négociée en début de chaque campagne avec les pouvoirs publics qui permet à un atelier l'amélioration des paramètres ci-dessus:

- accueil de nouveaux producteurs
- amélioration du taux de spécialisation
- amélioration du rendement





➤ conclusion: le plan de campagne est un instrument efficace

- Il permet d'éviter les crises et sécurise les investissements
- Il est totalement compatible avec le droit français
- Sa compatibilité avec le droit communautaire n'a pas encore été testée auprès de la cour de justice de Luxembourg
- Mais il sert d'exemple dans l'argumentaire des AOP européenne pour obtenir le droit à la régulation de l'offre



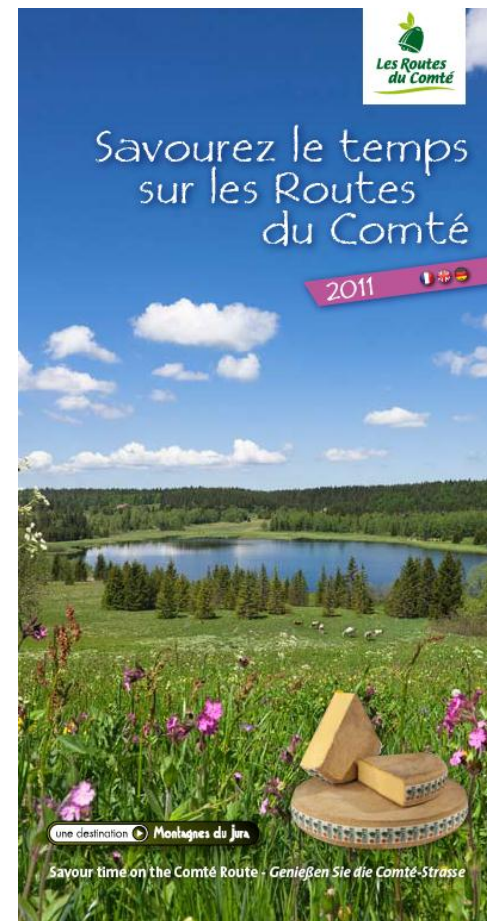


➤ Autres formes d'actions collectives

- **Les Nouvelles du Comté:** un journal d'information expression de la vitalité de la filière
- **Les Amis du Comté:** une association mobilisant les bénévoles pour promouvoir le Comté sur un champ le plus large possible
- **Les Routes du Comté:** une action régionale mobilisatrice de tous pour accroître la synergie entre le produit et sa région

En 2002, création du produit touristique les Routes du Comté

Le Comté, en tant qu'élément du patrimoine régional exerce un pouvoir d'attraction touristique



Le réseau des Routes du Comté

- 21 exploitations agricoles ou fermes pédagogiques de la zone AOC Comté ouvertes au visite
- 131 fromageries ouvertes au public dont 90 réalisent des visites
- 4 caves d'affinage

mais aussi :

- des musées fromagers
- des activités de pleine nature directement liées à la découverte des paysages et des pratiques agricoles régionales
- des « étapes gourmandes » constituées de bonnes adresses de points de vente de produits régionaux, de vigneron et de différentes formes de restauration
- des offres d'hébergements typiques
- des idées de séjours...

202 845 visiteurs enregistrés en 2009 (sur les sites déclarants)





Une forte empreinte de l'organisation collective

Toutes ces fonctions collectives s'appuient sur
une interprofession forte:

Création du CIGC en 1963





Le CIGC

Une interprofession forte

- Créé par le décret du 11/06/63
- 4 collèges: Les membres sont nommés par le Ministre de l'Agriculture
- Monopole de la distribution des plaques vertes
- Bénéfice de la procédure d'extension
- Décisions à l'unanimité des collèges

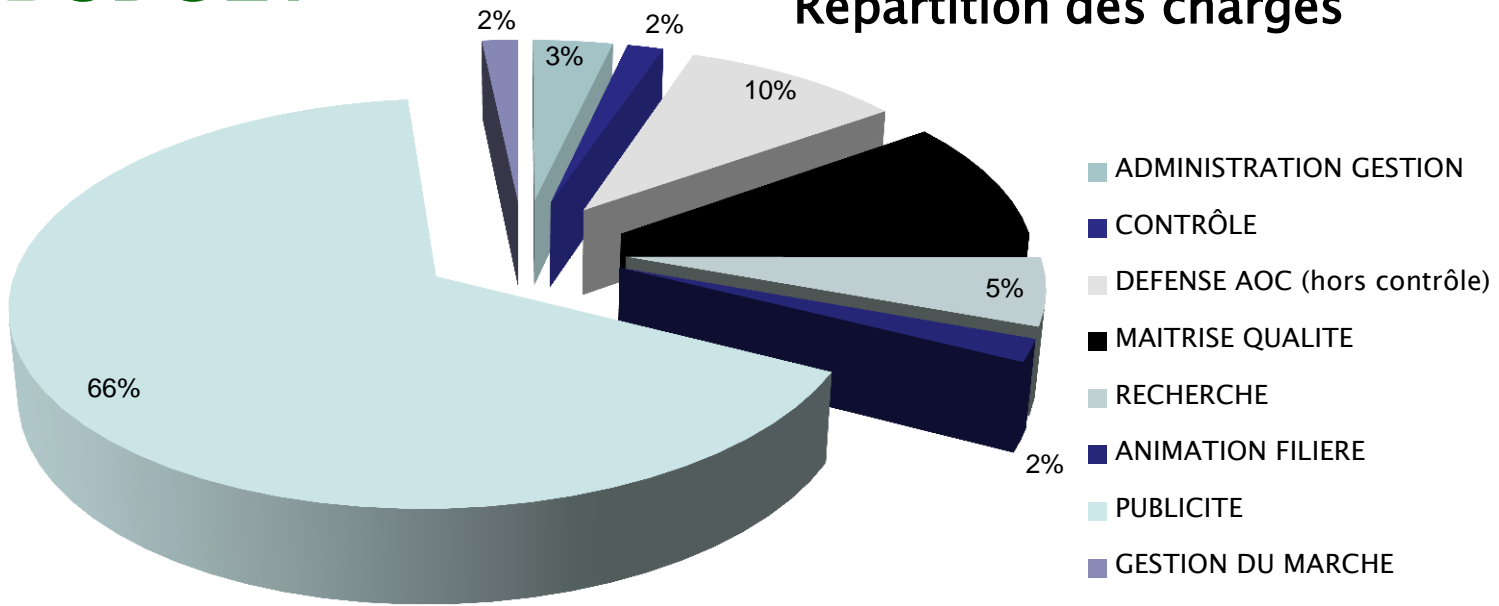




Le CIGC

➤ SON BUDGET

Répartition des charges



2008 : 6.3 M d'€





Le CIGC

➤ SON ROLE

- Réglementation
- Protection Juridique
- Maitrise Technique
- Recherche
- Publicité
- Cohésion interne





La filière Comté, organisation collective performante, maintient son emploi et aménage son territoire , elle remplit son objectif premier de
Vivre au pays

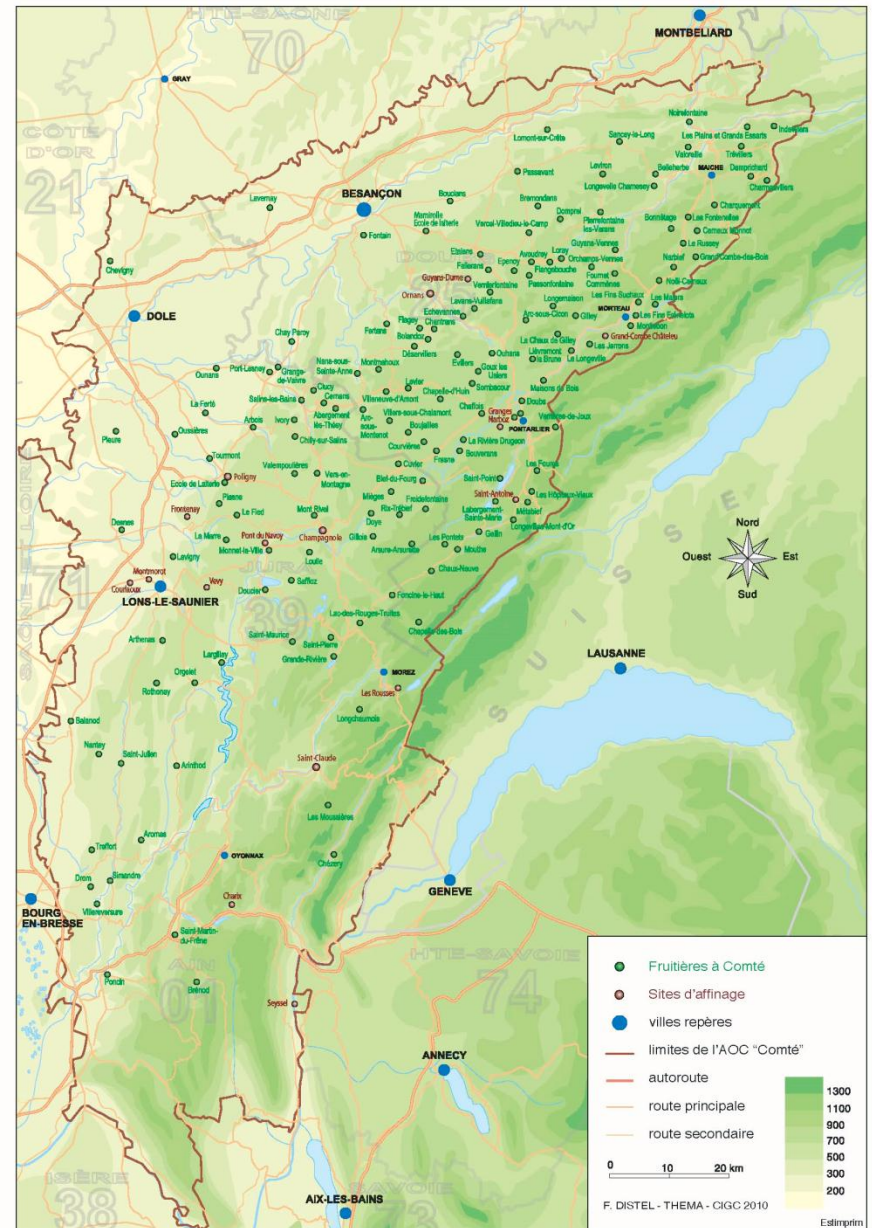


Des fromageries à taille très inférieure à la moyenne nationale (2008)
(en millions de litres collectés)

France	Filière Comté
45,9	3,8



Un tissu dense de fruitières bien réparties sur le massif jurassien





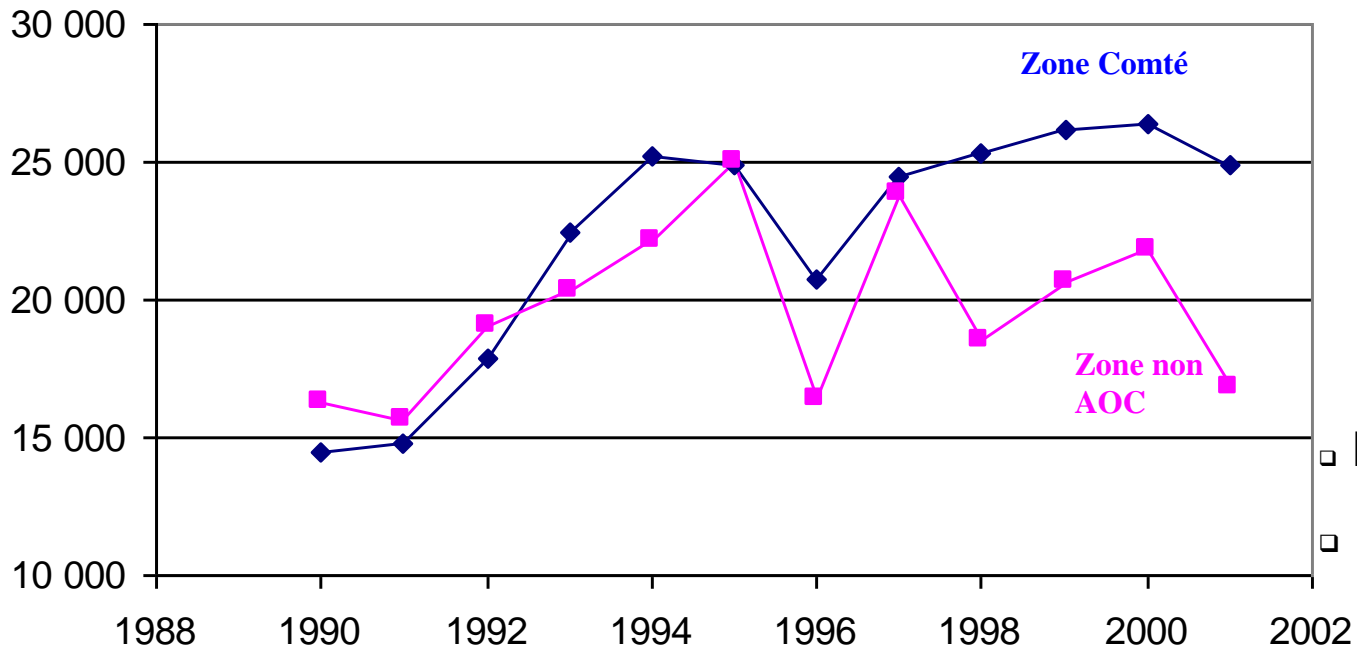
Le nombre d'emplois équivalent temps plein par litre collecté est nettement supérieur dans la filière Comté

	Comté Jura	Moyenne France
Nombre d'emplois directs pour 100 000 litres	1,5	0,76



Impact économique de l'AOC

- La rentabilité économique des exploitations de lait de la zone Comté présente un avantage de 32% sur les exploitations de Franche Comté situées hors de cette zone



Évolution du résultat courant avant impôt par exploitation spécialisée en bovin lait K€

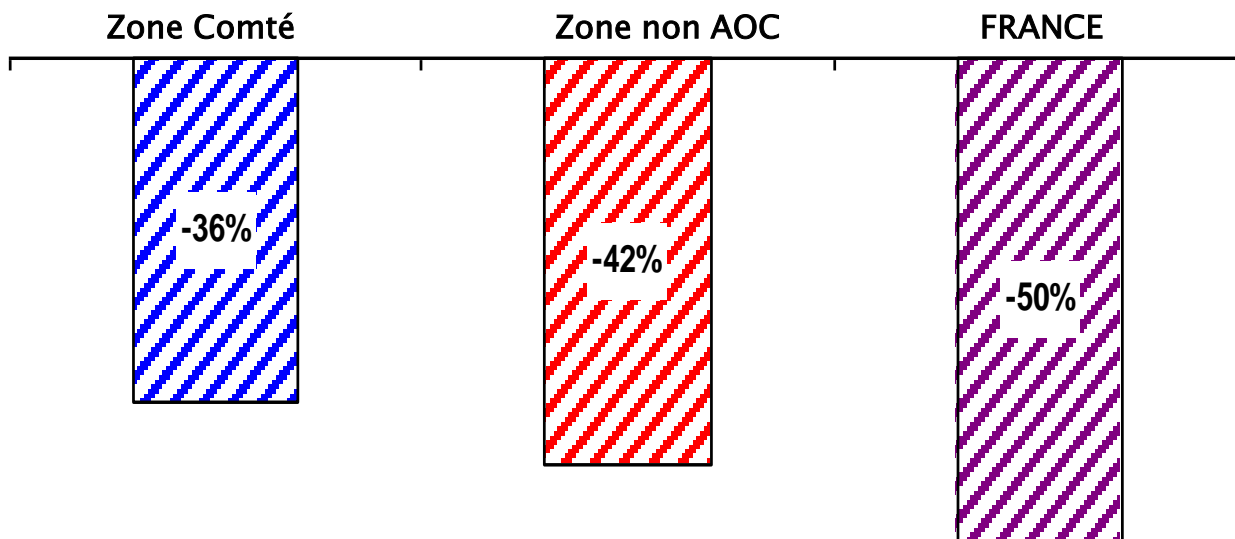
Source : SCEES

- Rentabilité améliorée
- Moindre volatilité



Impact emploi

Le dynamisme de l' AOC permet ainsi de limiter l'exode rural sur la zone, avec presque deux fois moins de départs que dans la zone non AOC



Un renforcement de l'attractivité de la filière Comté caractérisé par la facilité de vente des exploitations lors du départ à la retraite

Evolution du nombre d'exploitations laitières bovines entre 1988 et 2000

source : recensement agricole



Grâce au comté, le Massif Jurassien bénéficie d'une agriculture dynamique y compris en altitude

L'AOP Comté permet de préserver des paysages ouverts, transition entre les champs et la forêt, traditionnels des zones d'élevage jurassiennes



Montagne du Jura, paysage ouvert, pâturé (zone AOC)



Paysage de Haute Vosges (hors zone AOC), en cours de fermeture



Paysage de Haute Saône (hors zone AOC), fermé

Source images : "Territoires de Franche-Comté en images. CD Rom. Ecole d'agriculture de Levier et Cnerta-enesad Dijon"





Merci



Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté

Il est temps de savourer le Comté