Zeitschrift: Défis / proJURA
Herausgeber: proJURA
Band: - (2018)
Heft: 8

Rubrik: La gastronomie jurassienne

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

PHOTOS SANDRA HÜSSER

Catherine et Gérard Praud, les tenanciers du Château de Pleujouse.

Dossier

La gastronomie jurassienne

Knut Schwander, le responsable de l'édition romande du guide Gault & Millau.

Dis-moi ce que tu manges...

La gastronomie fait partie intégrante d'une identité régionale. Or, là aussi, les frontières bougent, les us et coutumes évoluent et les bouleversements sociétaux remodèlent les schémas culinaires.

Par Sophie Dürrenmatt

Selon le Larousse, la gastronomie est la «connaissance de tout ce qui se rapporte à la cuisine, à l'ordonnancement des repas, à l'art de déguster et d'apprécier les mets.» Autant dire tout un univers. Pourtant, à y regarder d'un peu plus près, la gastronomie induit aussi beaucoup d'autres choses. Des éléments qui définissent notre rapport intrinsèque à notre culture, à notre environnement et à nos semblables. S'alimenter n'est pas anodin. Le choix de ce que nous mettons dans nos assiettes révèle qui nous sommes et même qui nous ne sommes pas. Il varie en fonction de notre milieu et de la classe sociale dont nous sommes issus. Il indique si nous sommes sensibles aux terroirs, à la malbouffe, au bio, au pas cher, au rapide, au gourmand, à notre santé, etc. La gastronomie permet ainsi de dresser une carte – au sens large et à l'instant T – de la gastronomie de la région où nous habitons.

Attachement local

Avec la sortie de l'édition 2019 du célèbre guide Gault & Millau il y a quelques semaines, l'occasion était belle de faire le point sur la gastronomie. Quelle est-elle? Quels sont ses codes? Comment se définit son implantation? Quelle est sa clientèle? Quel sera son avenir?

Avec 14 établissements figurant dans le prestigieux guide, le Jura et le Jura bernois n'ont proportionnellement rien à envier à d'autres régions malgré leur nombre d'habitants plutôt restreint et leur position excentrée par rapport aux grands axes économiques. De là à évoquer un attachement local à des us et coutumes culinaires, il n'y a qu'un pas.

Mais au fait, qu'est-ce qu'une gastronomie régionale? Pour Knut Schwander, responsable de l'édition romande du Gault & Millau, «c'est une démarche qui, prioritairement, se concentre sur les produits locaux. Elle intègre aussi la culture gastronomique locale, le savoir-faire, les habitudes et les recettes existantes, le tout dans un souci de réelle cohérence historique et de transmission aux générations actuelles et futures.» Le décor est planté et la définition du professionnel fait rêver.

Cuisine des villes

Force est de constater que, depuis trois décennies, l'évolution sociétale a profondément redéfini les contours de la gastronomie, et plus généralement ceux de la restauration. «Pour résumer, il existe aujourd'hui en Suisse deux sortes de gastronomies: celle des villes et celle des champs, souligne notre interlocuteur. En ville, on assiste à trois phénomènes. Le premier est l'émergence de concepts et de fast-foods clé en main. On ne parle donc pas ici de gastronomie au sens noble. À l'autre bout, il existe une cuisine de très haut vol, de luxe, particulièrement élaborée et très onéreuse. Enfin, dans la catégorie du «moyen de gamme», on observe, depuis quelques années, une sorte de «nouvelle gastronomie» avec la création de petites entités pétillantes d'idées, des concepts urbains qui grappillent souvent leur inspiration ailleurs. Ce n'est pas là que se construit l'avenir de la cuisine, mais quand c'est bien fait, ça a le mérite d'interpeller, d'insuffler de l'exotisme et de ravir les papilles le temps d'une pause rapide.»

Cuisine des champs

Dans notre région en périphérie des grands centres, c'est donc bel et bien de la cuisine des champs, comme la nomme affectueusement Knut

Schwander, dont il est question. Celle des auberges de village, des tables rondes, des mets mijotés, des viandes de la ferme et des recettes jalousement gardées. Autant d'ingrédients du mystère culinaire qui charme les papilles des nombreux convives le temps d'un menu de midi goûteux ou d'une soirée sous le signe de la bonne chère. Mais cette vision tend à évoluer. Les adresses ne trouvant pas de repreneurs sont légion. Et il est courant de passer devant des établissements, auparavant témoins d'échanges sociaux, qui sont fermés, à vendre ou à louer.

Les raisons de ce déclin sont multifactorielles: taux d'alcoolémie au volant, déplacement professionnel des populations des villages vers les villes et leurs zones industrielles, pauses de midi raccourcies, frilosité des banques pour le soutien financier des restaurants de campagne, etc. La gastronomie locale à portée de tous subit donc aussi de plein fouet les changements organisationnels de notre société.

Les restaurants distingués par le guide Gault & Millau 2019 dans le Jura et le Jura bernois

18/20: **Georges Wenger, Le Noirmont**
16/20: **Hôtel du Cerf, restaurant Jean-Marc Soldati, Sonceboz**
15/20: **Le Château de Pleujouse, 2953 Pleujouse**
15/20: **Le Grillon, Les Prés-d'Orvin**
13/20: **L'Étoile, Perrefitte**
13/20: **La Bonne Auberge, Delémont**
13/20: **Komachi, Delémont**
13/20: **Métropole, Delémont**
13/20: **Auberge Saint-Hubert, Mormont**
12/20: **Le Soleil, Châtillon**
12/20: **Auberge du Mouton, Porrentruy**
12/20: **Restaurant de La Croix-Blanche, Rebeuvelier**
12/20: **Hôtel Restaurant de la Clef, Les Reussilles**
Sans note: **Le Paysan Horloger, Le Boéchet** – Cédric Gigon a repris les lieux le 1er décembre.

Former à la cuisine

Un autre élément de taille entraîne la disparition des établissements de petite taille dans les communes rurales: l'absence de formation en cuisine. «Attention, même il y a 30 ans, les choses n'étaient pas toutes noires ou toutes blanches. Ce n'est pas parce qu'un plat est réalisé de manière artisanale qu'il est bien fait. Mais une chose est certaine: pour qu'un restaurant soit cohérent, les personnes qui le tiennent doivent être formées. C'est impératif, surtout lorsqu'on connaît le nombre de sollicitations d'entreprises de produits alimentaires qui font miroiter des miracles aux professionnels avec des produits tout faits», détaille Knut Schwander.

Mayonnaise en bidon, lasagnes à décongeler et autres jus d'orange pas du tout fraîchement pressés, sont solidement implantés dans de nombreux établissements. «On vend là l'idée du gain de temps et d'argent, alors qu'il n'en n'est rien. Il faut réfléchir à ce que l'on veut proposer d'un côté et à ce que l'on a envie de manger de l'autre, pour conserver une cohérence, clé du succès.»

Il faut dire que la restauration est l'un des rares métiers en Suisse pour lequel

on peut s'installer sans avoir au préalable suivi ni formation, ni cursus. « Ne pas passer par les garde-fous habituels peut avoir du bon si la personne possède un vrai talent, mais il faut avouer que c'est très rare. C'est comme si on confiait les clés d'une voiture à quelqu'un qui n'a pas le permis en lui disant : vas-y à fond, ça va aller. Eh bien non, ça ne va pas. »

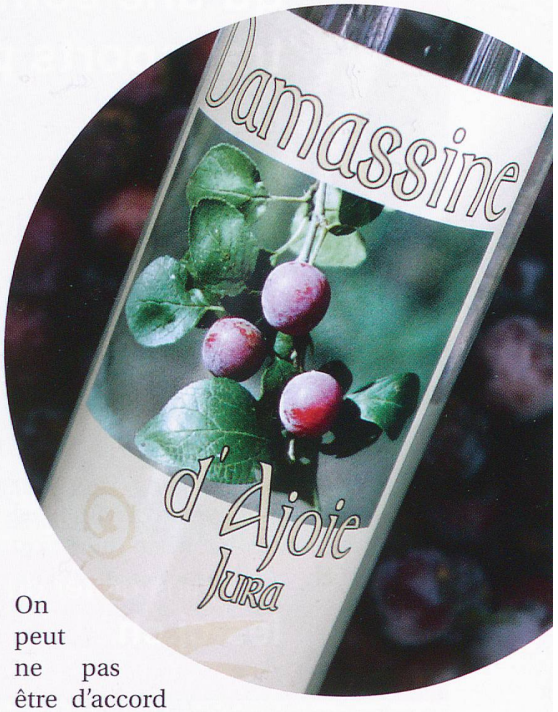
Des îlots de gourmandise

Au milieu de ces bouleversements fleurissent pourtant des oasis gourmandes où les amateurs de bons plats se pressent. Des îlots de cuisine où les plaisirs de la table doublés d'un rapport qualité-prix remarquable font de la résistance avec brio. Le Soleil à Châtillon (12/20), Le Saint-Hubert à Courchavon (13/20), La Croix-Blanche à Rebeuvelier (12/20) ou encore L'Hôtel Restaurant de la Clef aux Reussilles (12/20) en font partie (voir notre liste complète page 6). « La clientèle cherche de plus en plus ces lieux de gastronomie. Cela n'a pas besoin d'être de très grandes tables onéreuses et sophistiquées. Juste des endroits où l'on peut se faire plaisir et redécouvrir l'authenticité grâce à des artisans de grand talent derrière les fourneaux. »

Le mirage des avis

Certains chiffres avancés par Pinterest indiquent qu'une photo sur quatre partagée sur ce réseau porte sur la cuisine. Quand à Instagram, l'application affiche à ce jour plus de 304 millions de publications rien que pour le hashtag #food.

Alors, dans la jungle du Net, que penser des avis en ligne sur des sites mondialement connus comme TripAdvisor et sur lesquels sont aussi référencés des établissements de la région ? « C'est ouvert à tout le monde. C'est à la fois la force, mais aussi la très grande faiblesse du concept. Le risque est d'être dupé par des opinions dirigées, pour nuire ou promouvoir. Comment faire la part des choses dans ce cas ? » Or, force est de constater que les visites sur le tout jeune site internet de Gault & Millau ne cessent quant à elles d'augmenter. « Cela conforte une réalité : le public cherche des infos fiables et impartiales, selon des critères définis.



On peut ne pas être d'accord avec Gault & Millau, mais notre mission est d'amener nos lecteurs vers une bonne table, à l'instar d'un ami qui vous confie un bon tuyau. Si ce n'était pas le cas, les lecteurs nous auraient sanctionné et nous ne serions plus là depuis longtemps. »

Quelques produits phares typiques de la gastronomie régionale

Tête de Moine AOP (voir pages 18 et 19) : la Tête de Moine AOP est plus âgée que la Confédération (1291). Elle est l'unique fromage AOP du Jura et du Jura bernois.

Damassine AOP : eau-de-vie de prune dont le nom est inspiré de la capitale syrienne, Damas – le fruit en est peut-être originaire.

Le toétché : seul gâteau à la crème de Suisse à être salé.

Saucisse d'Ajoie IGP (indication géographique protégée) : avec son IGP, elle ne peut être produite ailleurs que dans le district de Porrentruy. Une dizaine d'artisans bouchers la fabriquent.

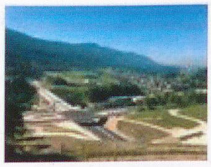
L'hypothèque JuraFamille
Votre projet de vie prend forme avec des avantages exclusifs.
Economisez jusqu'à CHF 10'000.– la première année.
Renseignez-vous au 032 465 13 01.

JuraFamille
Hypothèque BCJ

ATB SA
Ingénieurs-conseils SIA USIC

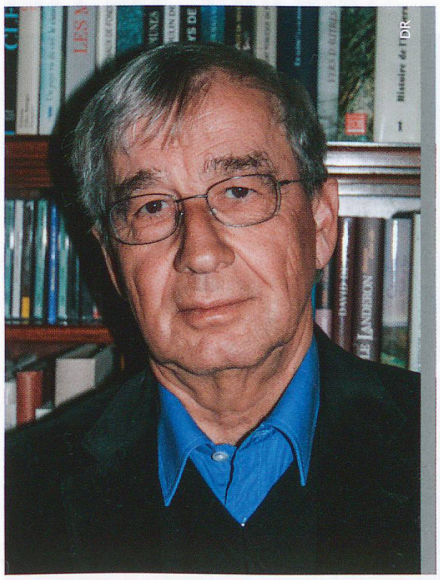
- Routes, trafic et voies ferrées
- Hydraulique
- Bâtiments et ouvrages d'art
- Décharges et carrières
- Travaux spéciaux
- Aménagement du territoire

ISO 9001



2740 Moutier	032 494 55 88	
2950 Courgenay	032 471 16 15	
2720 Tramelan	032 487 59 77	
2350 Saignelégier	032 951 17 22	
2800 Delémont	032 422 56 44	www.atb-sa.ch
4242 Laufen	061 761 17 85	info@atb-sa.ch

Questions à :



Michel Schlup, historien, ancien directeur de la Bibliothèque publique et universitaire de Neuchâtel, rédacteur de la Nouvelle Revue neuchâteloise.

– En grand connaisseur du sujet, comment définiriez-vous la gastronomie ?

– Pour moi, elle se distingue clairement de la cuisine. La gastronomie, c'est un art précieux, raffiné et codé qui se fonde sur des savoirs et des pratiques élaborées.

– Vous vous êtes passionné, entre autres, pour la gastronomie jurassienne. Pourquoi ?

– De fait, j'ai commencé par la gastronomie jurassienne en m'intéressant de près à un repas très spécifique qui est celui qui a été donné à La Neuveville, en 1776, au prince-évêque de Bâle Frédéric de Wangen de Géroldseck. Je suis tombé par hasard sur la composition de ce repas que j'ai étudié de manière pointue. Je peux vous dire que la gastronomie jurassienne à l'époque, je parle ici de haute gastronomie dans des sphères de très grande bourgeoisie, se voulait extrêmement raffinée. Les mets étaient particulièrement sophistiqués, influencés par la grande cuisine française, qui rayonnait alors dans toute l'Europe.

– Existe-t-il une gastronomie jurassienne en tant que telle ?

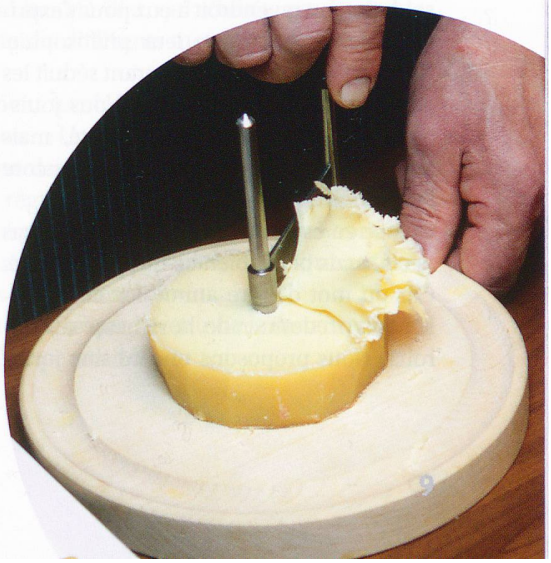
– Toute gastronomie est faite d'emprunts, c'est le cas de la gastronomie jurassienne, influencée par la gastronomie allemande, alsacienne ou française, mais elle a aussi développé quelques mets qui lui sont propres ; les racines sont très « paysannes » et, à ce niveau-là, la Suisse romande possède une sorte de fonds commun qui s'explique historiquement. Le chou, qui nous vient des Allemagnes, se décline partout de la même manière, en choucroute ou en compote. L'usage du café s'est répandu partout à la même époque et se buvait de la même manière. L'arrivée de la pomme de terre dans le bassin culinaire romand a fait reculer la consommation des céréales, avec les pâtes, la tomate a introduit une gastronomie nouvelle dans nos régions... Il existe cependant quelques spécificités de terroir comme la longeole à Genève ou le toétché en Ajoie, mais en réalité les cuisines romandes sont très similaires.

– Vous avez écrit plusieurs ouvrages sur la gastronomie selon des angles spécifiques. Pourquoi ce choix de vous intéresser à la thématique culinaire ?

– Lorsque j'étais directeur de la Bibliothèque publique et universitaire de Neuchâtel, j'ai découvert que nous avions une collection exceptionnelle de menus. Des menus princiers, royaux, d'Allemagne, de Russie, qui avaient été rassemblés par un collectionneur très érudit en la matière. Or, en cherchant des ouvrages pour approfondir la connaissance de cette collection, je me suis rendu compte que nous n'en n'avions pas. Ou très peu. Le constat fut le même dans de nombreuses autres bibliothèques de culture générale, publiques et universitaires. Ma curiosité était piquée et j'ai commencé une collection de livres sur ce thème et la gastronomie en général. J'étais assurément un précurseur à l'époque, car ce n'était pas considéré comme une démarche sérieuse.

– Pourquoi ça ?

– C'était tabou. Si on remonte un peu, dans les années 1930-40, il aurait été totalement inconcevable de faire entrer des ouvrages culinaires dans une bibliothèque universitaire ou d'étude et de culture générale. Je vais vous surprendre, mais aujourd'hui encore, ce n'est pas totalement acquis pour tout le monde. Il y a comme une gêne et il est vrai qu'on la ressent plus spécifiquement dans les cantons protestants, il faut l'avouer. Là aussi, l'explication est historique.



À la rencontre de trois professionnels

SANDRA HÜSSER

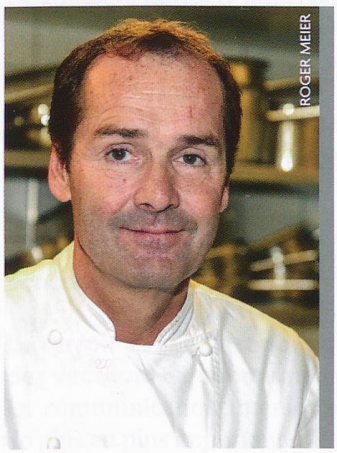
Catherine et Gérard Praud, restaurant Château de Pleujouse 15/20 Gault & Millau 2019

En s'installant au château de Pleujouse il y a 17 ans, Catherine et Gérard Praud souhaitaient un endroit à eux pour s'exprimer pleinement selon leur philosophie. Bien leur en a pris. Le restaurant séduit les gourmets d'ici et d'ailleurs. «Nous jouissons d'une clientèle de proximité, mais aussi d'une clientèle zurichoise ou encore lausannoise.»

Preuve en est que l'implantation n'est pas la clé, mais bel et bien ce qui est proposé. Car un mot d'ordre anime les deux passionnés: redonner de la richesse au terroir. «Nous proposons une cuisine jurassienne entièrement cuisinée maison avec des matières premières qui se situent à moins de 20 km à vélo autour du restaurant, hormis certains produits de la mer et épices, bien sûr.» Les plats ne sont pas pour autant traditionnels. Ici, la mission est de sublimer les produits locaux. Et les fines bouches de tous âges ne s'y trompent pas, puisque la jeune génération des 20-25 ans aussi fréquente les lieux à diverses occasions. «C'est important, car c'est cette génération qui va transmettre le patrimoine.» Car que l'on ne s'y trompe pas: de plus en plus de clients sont sensibles au travail de qualité: «Je ne pense pas qu'opter pour la facilité avec des produits pré-travaillés soit payant. Je suis persuadé qu'il existe une place pour les petites structures comme les nôtres, car c'est aussi une manière de rendre attentif chacun sur le fait que nous avons un patrimoine et qu'il faut le préserver. Et puis, il faut soutenir le monde paysan. Pas dans dix ans, mais maintenant.»

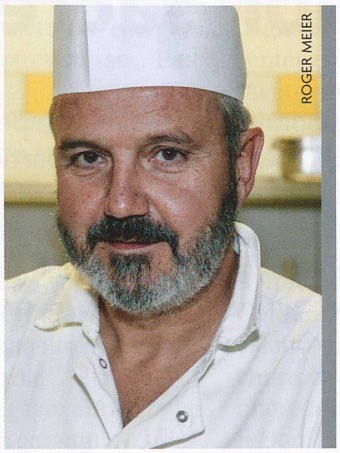
Respecter le travail du secteur agricole, découvrir ses produits, se fournir auprès de lui, l'encourager, une évidence pour Catherine et Gérard Praud.

Jean-Marc Soldati Hôtel-Restaurant du Cerf, Sonceboz 16/20 Gault & Millau 2019


ROGER MEIER

Adepte de la pureté des goûts, des saveurs et des cuissons, Jean-Marc Soldati prône une cuisine magnifiée dans la simplicité, «au-delà de trois saveurs dans une assiette, les sens sont troublés», confie le professionnel chez lequel se pressent gourmands et gourmets de tous horizons.
Il faut dire qu'ici on ne parle plus de cuisine, mais bel et bien d'art culinaire. De fait, les produits locaux se font régulièrement une place dans les plats proposés par le chef, au côté d'autres produits comme ceux de la mer, à l'instar des crustacés et autres coquillages. «Toutes les matières premières et produits de base sont de la région, détaille notre interlocuteur. Comme par exemple les œufs, les chanterelles, le lard, le fond de volaille, etc.» Les poissons du lac aussi se font la part belle une fois travaillés par le maestro. «C'est aussi selon la pêche du jour des deux professionnels qui nous livrent.»
Car chez Soldati, on ne badine pas avec de nombreuses exigences, dont deux en particulier: la traçabilité et le fait maison de A à Z. Des mets authentiques et non transformés de manière industrielle sont le leitmotiv de cette adresse hors norme. «Il est illusoire de croire que les produits déjà faits sont moins chers et permettent un gain de temps. C'est un faux calcul, que ce soit dans un restaurant comme à la maison, d'ailleurs.»
Proximité avec les éleveurs et les agriculteurs locaux, pérennisation des marchés, gestion des déchets alimentaires, les sujets ne manquent pas dès lors qu'on engage la conversation avec le cuisinier de renom. «Nous essayons à notre niveau de transmettre l'appréciation des saveurs et le goût des bonnes choses.»

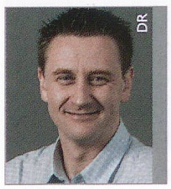
Fabien Mérillat Hôtel-Restaurant de l'Étoile, Perrefitte 13/20 Gault & Millau 2019


ROGER MEIER

Avec un niveau d'exigence placé haut et une attention particulière à la qualité et à la provenance des produits, Fabien Mérillat prône une cuisine authentique. «Je ne pourrais jamais donner à déguster à mes clients des plats que moi-même je ne mangerais pas. C'est inconcevable», explique notre interlocuteur. à la question de savoir quelle est sa définition de la gastronomie, le professionnel sourit: «Elle englobe la cuisine qui se pratique dans les restaurants, mais forte d'un savoir-faire, de très bonnes connaissances culinaires et d'une solide formation. C'est davantage que simplement cuisiner.»
Voici précisément la philosophie du chef qui sélectionne uniquement des produits frais, non dénaturés et travaillés maison. «Vous savez, les gens voyagent, testent des tables à l'étranger, regardent des émissions culinaires, comparent. Ils ne sont pas dupes. La qualité et la fraîcheur sont cruciales, tandis que miser sur les mets locaux est aussi un autre avantage indéniable.»
Dans une région qualifiée de verte, où la nature prédomine, la proximité s'inscrit comme une valeur ajoutée: «Nous pouvons facilement transformer cet atout au quotidien en avantage à la fois pour la clientèle, pour les acteurs agricoles et pour les producteurs», explique Fabien Mérillat, qui n'hésite pas à noter les provenances locales de ses différents mets, à l'instar du rôti de veau de Chevenez.
Pourtant, un bémol vient ternir le tableau: le manque de restaurants dans la région. «Une dynamique est indispensable et la concurrence saine dans notre qualité de restauration est importante pour une région comme la nôtre afin d'inciter les gens à sortir ici, se faire plaisir, découvrir, tester, etc. Les raisons sont diverses, mais le manque de cuisiniers et de formation est un des points évidents de ce constat.»
Mais alors, malgré tout, est-ce que l'avenir de la restauration est local? «J'aimerais en être persuadé!»

Terroir, gastronomie et tourisme, une union sacrée

Le terroir et la gastronomie sont des axes importants du point de vue touristique pour le Jura bernois. Ces thèmes font d'ailleurs partie des domaines d'activités stratégiques de la destination touristique Jura & Trois-Lacs.
Avant toute communication, il s'agit de produire, transformer, façonner la matière première. Et le mérite en revient aux agriculteurs qui fournissent cette matière première aux artisans qui la transforment et aux restaurateurs/métayers qui utilisent les produits.



Guillaume Davot,
directeur
de Jura bernois Tourisme

Le terroir et la gastronomie, des alliés du tourisme

Selon une récente étude internationale (World Food Travel Association, 2016), 93 % des voyageurs d'agrément (hors voyages d'affaires) participent à des activités spécialement liées à la nourriture ou aux boissons lors de voyages et 49 % peuvent être qualifiés de touristes culinaires.
Les activités culinaires les plus susceptibles de motiver un voyage sont les dégustations de produits locaux, la visite d'un restaurant célèbre, la participation à un brunch, à un festival culinaire, de bière ou de vin ou encore à un tour guidé.
Le Jura bernois n'échappe pas à cette règle. De nombreuses offres touristiques permettent de répondre aux demandes des visiteurs : Centre de visiteurs CHEZ Camille Bloch à Courtelary, Maison de la Tête de Moine à Bellelay, fumoirs de Champoz ou du Banneret Wisard à Grandval, caves à La Neuveville/Chavannes au bord du lac de Bienne, brasseries artisanales BLZ à Orvin et Bières & Co à Corgémont, métairies fabriquant du Gruyère d'Alpage Chasseral AOC (Pierrefeu, Bois Raiguel et Petite Douanne), boissons alcoolisées Gagynole à Souboz, fromageries avec leurs propres spécialités et produits laitiers dérivés, restaurants classés Gault & Millau (La Clef aux Reussilles 12 points, L'Étoile à Perrefitte 13 points, Le Grillon aux Prés-d'Orvin 15 points, Le Cerf à Sonceboz 16 points...).
Les touristes d'aujourd'hui sont en attente d'expériences, de liens avec les habitants et artisans/producteurs d'une région, de diversité et de découvertes. Les visites liées au terroir et à la gastronomie leur offrent tout cela à la fois.

Les métairies, une spécificité du Jura bernois

L'histoire de la cinquantaine de métairies du Jura bernois remonte au XIVe siècle. Autrefois, elles servaient aux nombreuses communes alentour d'espace d'estivage pour le bétail.
Les habitants des métairies ont su développer des stratégies particulières pour lutter contre les conditions climatiques rudes et l'isolement. C'est ainsi que sont nées des coutumes et des traditions qui perdurent aujourd'hui encore dans les métairies et qui sont transmises aux visiteurs.
Il est ainsi possible d'assister à la fabrication traditionnelle du fromage d'alpage ou de goûter la gentiane maison.
Depuis plusieurs années, huit métairies du Jura bernois proposent l'Assiette Chasseral. Cette assiette est un plat 100 % régional. Les métairies qui la proposent respectent la charte du terroir de la Fondation Rurale Interjurassienne. Les ingrédients sont au bénéfice des

marques « Jura bernois Produits du terroir » et « Produit du terroir Neuchâtel » ou sont produits directement dans la métairie.
Le guide *Métairies et auberges de campagne du Jura bernois*, édité annuellement à 10 000 exemplaires par Jura bernois Tourisme, connaît toujours un énorme succès.
Les menus traditionnels comprennent souvent les immanquables röstis, le jambon à l'os, les mets au fromage et, selon la saison, la chasse ou la bouchoyade.

Le terroir et la gastronomie, des vecteurs de communication

La communication intersectorielle est de plus en plus importante.
Le meilleur exemple régional réside dans la volonté de l'Interprofession Tête de Moine de s'allier au domaine touristique et culturel et de communiquer conjointement avec la mise sur pied d'une exposition de sculptures sur foin, par l'Interprofession, à la Maison de la Tête de Moine à Bellelay, de mai à octobre dernier, et de la Fête de la Tête de Moine, annuellement, lors du premier week-end de mai.
D'autres manifestations importantes ont un lien fort avec le terroir et la gastronomie : la foire de Chaindon, la Fête du Vin à La Neuveville et diverses journées caves ouvertes, les saucisses au marc toujours au bord du lac de Bienne, le marché automnal de Champoz, les marchés paysans de Loveresse et de Moutier...
Certaines fromageries régionales ont même dénommé leurs créations fromagères de lieux-dits de la région : l'Éolienne, la Tanne, le Mont-Soleil, l'Imier, l'Œil de Crosin, le Chasseral aux herbes, le Creux de Glace, l'Erguël, le Cortébert, le Niola du Chasseral, les tommes de La Chaux-d'Abel, des Reussilles, de Monible.
Les marques des produits régionaux sont aussi des vecteurs de communication importants. Dans le Jura bernois, deux marques sont à mettre en exergue :

- Produits labélisés parcs suisses : Parc régional Chasseral.

Ce label garantit que les produits sont nés et ont été travaillés au sein du Parc régional Chasseral dans une éthique de développement durable. Tous respectent par ailleurs le cahier des charges de la marque régionale « Jura bernois Produits du terroir ».

- Produits régionaux labélisés : Jura bernois produits du terroir.

Tout un collectif s'engage, à travers les marques régionales, à garantir :

- des matières premières de la région ;
- une transformation dans la région ;
- une traçabilité et une sécurité (certification OIC) ;
- un soutien à notre agriculture et à notre économie locales.

Le terroir et la gastronomie, des liens forts pour diverses organisations

Le magazine *Terroir à savourer* (60 000 exemplaires, 48 pages en français et en allemand) est né de la volonté de huit institutions (Fondation Rurale Interjurassienne, Neuchâtel Vins et Terroir, Jura & Trois-Lacs, le Parc régional Chasseral, le Parc naturel régional du Doubs, Jura bernois Tourisme, Jura Tourisme et Tourisme neuchâtelois), de promouvoir de façon commune les thèmes des goûts et des saveurs.
Bien d'autres projets ont déjà été réalisés dans ce domaine entre ces différentes organisations et ce magnifique outil de communication augure d'un bel avenir commun sur la thématique terroir et tourisme.
Les producteurs et leurs savoir-faire exceptionnels sont mis en avant avec des portraits ou de petites interviews.
Enfin, de nombreuses bonnes adresses permettent aux visiteurs de savoir où déguster et acheter les produits présentés et un agenda recense les événements gourmands.
La brochure a été réalisée avec la complicité des nombreux producteurs au bénéfice des labels « Spécialité du canton du Jura », « Neuchâtel Vins & Terroir » et « Jura bernois Produits du terroir ».
À travers l'identité commune « Regio Garantie », ces labels garantissent des valeurs importantes pour une telle brochure, à savoir la qualité, la matière première locale, la transformation dans la région, la traçabilité et le soutien à notre agriculture et à notre économie.
Dans le même ordre d'idée, la Fondation Rurale Interjurassienne, Jura Tourisme et Jura bernois Tourisme ont lancé conjointement un grand sondage pour mieux connaître les habitudes de consommation des produits régionaux et renforcer les synergies entre le tourisme et le terroir (dans le cadre d'un projet Interreg), deux secteurs économiques qui se complètent.
Ainsi, la perception des résidents de la région, des visiteurs extérieurs, mais aussi des professionnels (producteurs, restaurateurs, partenaires touristiques) est un aspect primordial de la réussite de cette enquête.
Le Jura bernois est une région privilégiée quant à la richesse de son terroir et de sa gastronomie.
Les liens de plus en plus forts entre terroir, gastronomie et tourisme sont de très bon augure pour l'essor de notre région.
Les acteurs concernés en sont d'ailleurs très conscients et utilisent fortement ce potentiel de rayonnement.

audit transjurane
atj
fiduciaire transjurane
ftj

Bernard Seeger
Expert fiduciaire diplômé

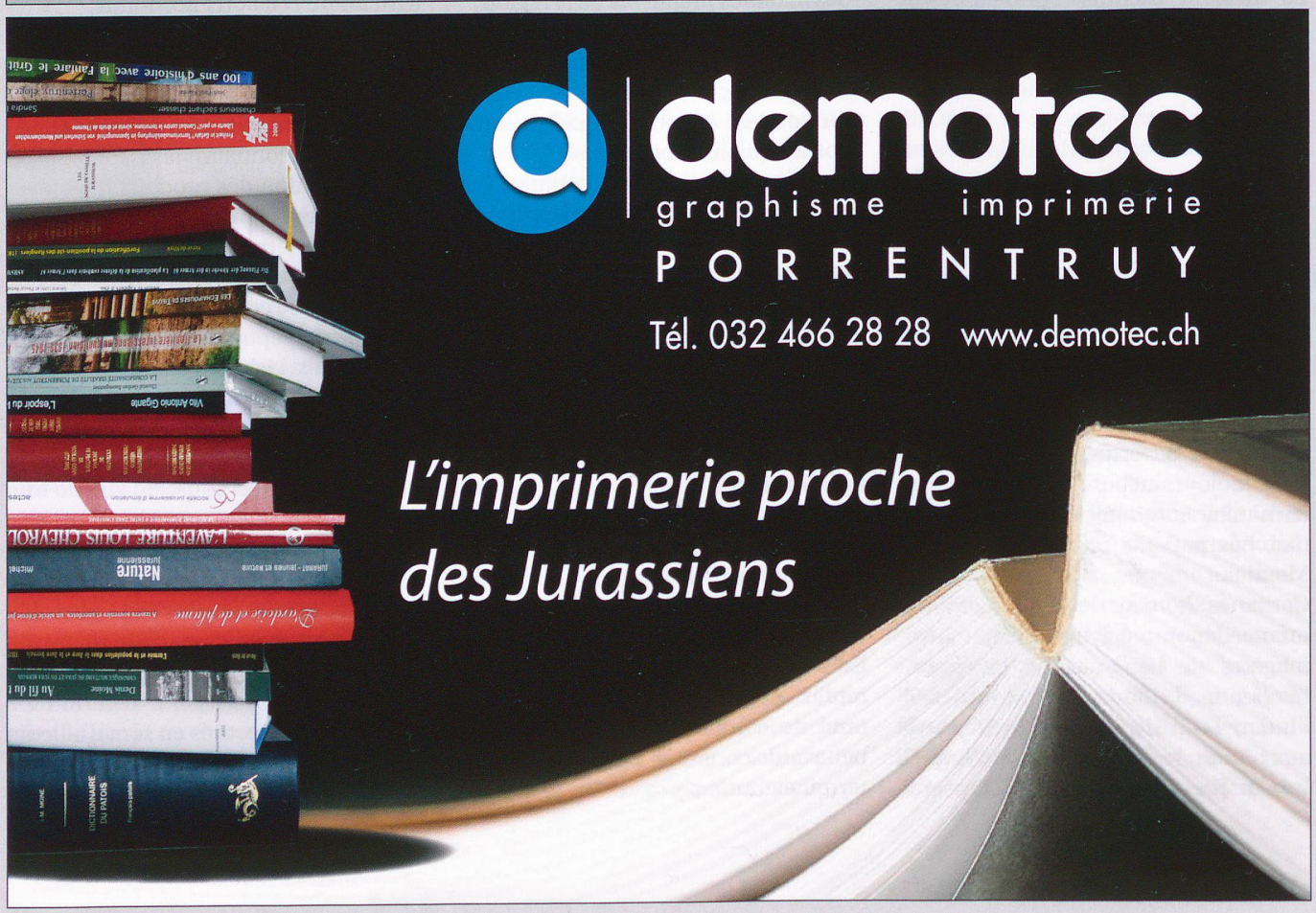
Aude Saunier Bregnard
Experte-comptable diplômée

Tél.: 032 423 05 50

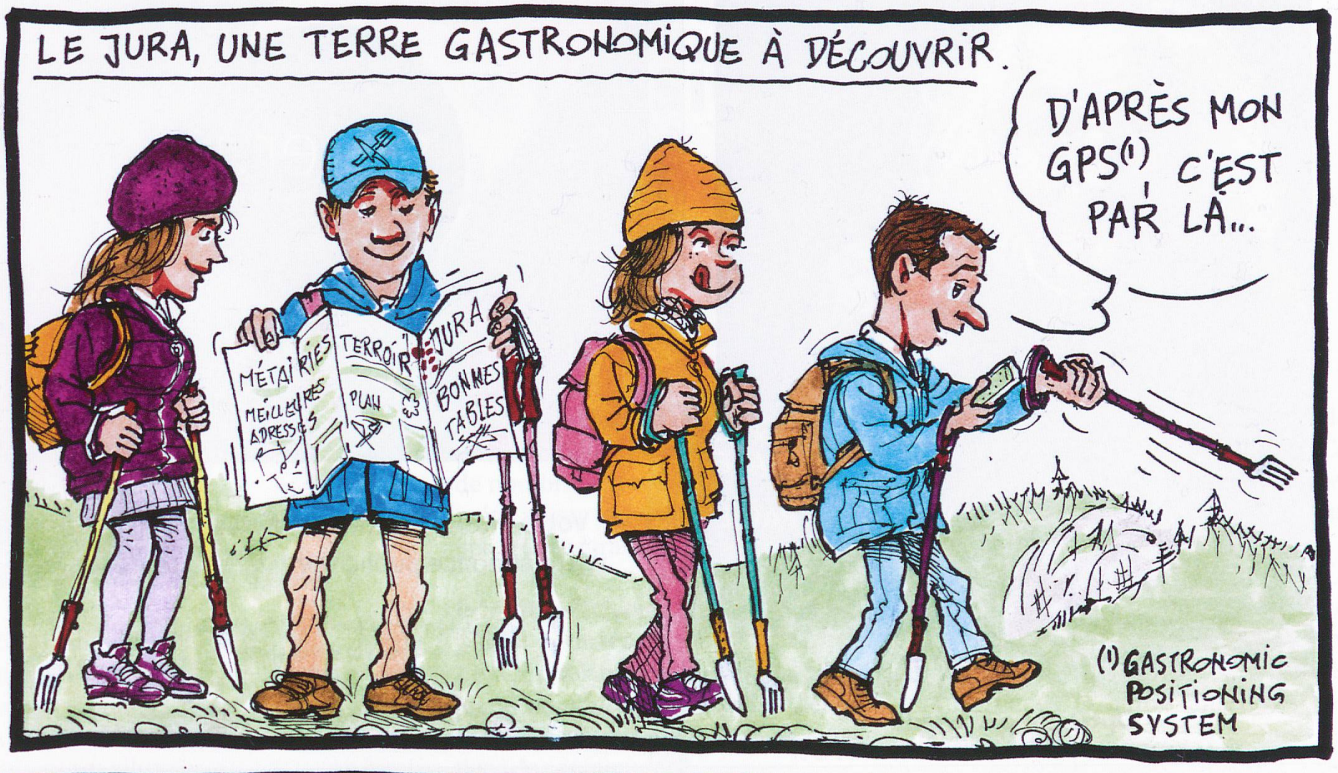
Claude Mertenat
Agent fiduciaire avec brevet fédéral

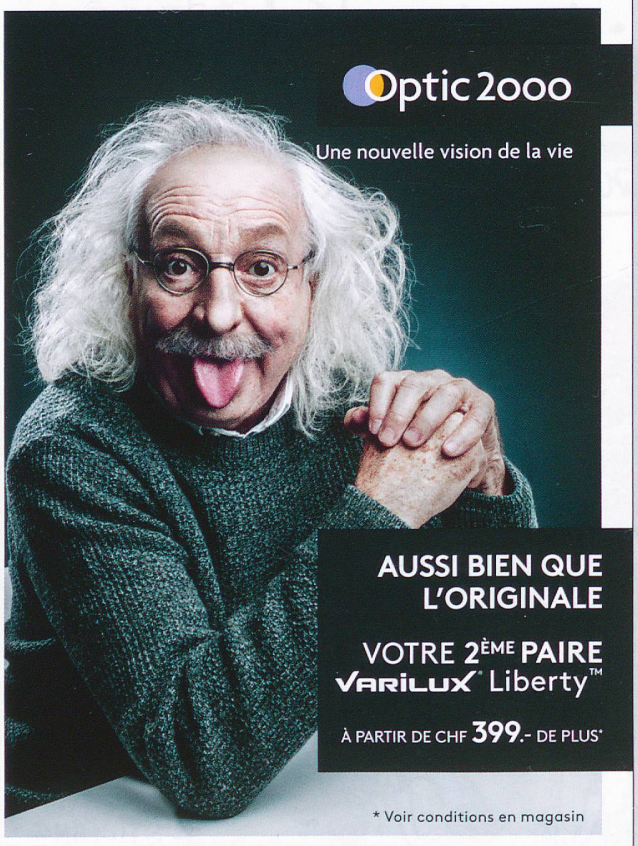
Tél.: 032 421 42 80

Rue de la Jeunesse 2, 2800 Delémont



Le clin d'oeil de Bovée





Optic 2000 Marquis
Place de la Gare 9 - **2800 Delémont** - 032 423 13 31

syner J
agence média

Votre interlocuteur pour réaliser et diffuser votre annonce publicitaire dans la revue *Défis*.

Delémont / Moutier / Porrentruy
www.syner-j.ch

Pour aller loin tout en restant proches.

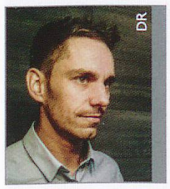
ENTREPRISE DU GAZ S.A.

CHAUFFAGE | SANITAIRE
DEPANNAGE 24/24 | SERVICE DES EAUX

Porrentruy | 032 465 96 20
Delémont | 032 422 29 25
info@gazsa.ch | www.gazsa.ch

depuis 1904 seit 1904 dal 1904 since 1904

Du champ à l'assiette, il n'y a qu'un pas



Guillaume Lachat,
directeur
de Jura Tourisme

Un samedi de septembre parmi tant d'autres, au cœur des pâturages boisés francs-montagnards. Le soleil réchauffe un air qui prend gentiment ses allures automnales. La luminosité est d'une clarté photographique. J'arrive aux heures de midi sur cette terrasse de restaurant, dont on m'a dit le plus grand bien.

Assis à une belle table en bois et distrait par un panorama champêtre, à l'abri d'un tilleul, je consulte la carte digne d'un ouvrage de botanique. Sureau, thym, serpolet, ail des ours, bourgeons de sapins et autre aspérule odorante se côtoient. J'aperçois le cuisinier traverser la terrasse pour se rendre dans son potager. Du champ à l'assiette, il n'y a qu'un pas. C'est là que réside une des forces de la restauration jurassienne. Les liens sociaux entre la population, les producteurs et les restaurateurs sont restés forts dans ce terroir forgé durant des siècles. Ce n'est ainsi bien entendu pas un hasard si le concours suisse des produits du terroir a lieu tous les deux ans dans le canton du Jura, à Courtemelon.

Sous la férule du restaurateur de renommée internationale Georges Wenger, qui a dressé les produits du terroir au rang de pépites d'or à valoriser, de nombreux restaurateurs ont réinterprété à leur sauce les produits fournis par la terre jurassienne.

Intérêt relativement récent du public pour les produits du terroir

L'intérêt relativement récent du plus grand nombre pour la qualité des produits consommés renforcera les convictions de ces pionniers.

Les projets touristiques d'envergure menés ces dernières années pour valoriser un produit international comme la Tête de Moine, le damasson avec la récente ouverture d'Ô Vergers d'Ajoie, musée suisse des fruits et de la distillation, et la toute imminente ouverture de la Fromagerie du Noirmont, vont encore contribuer à créer un lien direct entre producteur, restauration et consommateur. La célèbre Saint-Martin participe aussi de cette tendance.

L'expérience culinaire est importante aussi dans un séjour touristique. Une belle terrasse, un bon accueil, la découverte de mets bien apprêtés participent aux bons souvenirs d'un voyage.

À quelques exceptions notoires près, un restaurant ne justifie pas un séjour, mais c'est un élément incontournable de l'expérience de voyage. Nous le constatons tous les jours et encore plus depuis une année avec le magazine *Terroir à savourer*, que nous avons édité avec les institutions de promotion des produits du terroir, les parcs naturels et les Offices de tourisme des cantons du Jura et de Neuchâtel, ainsi que du Jura bernois. Ce magazine part comme des petits pains et les touristes le conservent précieusement, car il met en scène ce terroir si riche.

Mettre en scène, tel est le maître-mot. La restauration n'est plus uniquement un métier de bouche. Les gens dégustent aussi avec les yeux, boivent les paroles authentiques et autres anecdotes des professionnels.

Belle collaboration avec GastroJura

C'est dans ce sens qu'avec GastroJura, nous organisons, depuis quatre ans, le concours de la plus belle terrasse du canton du Jura dans le but d'appuyer les restaurateurs qui vouent un soin particulier à l'esthétique de leurs terrasses.

Nous avons pu constater qu'un mouvement positif est en marche et que de magnifiques terrasses fleurissent aux quatre coins du canton du Jura.

Cette mise en scène est aussi un réel défi pour l'avenir.

Dans un métier où les heures ne peuvent plus être comptées, il s'agit d'y adjoindre encore en plus des compétences en marketing.

Avec les habitudes de consommation qui évoluent, les restaurants doivent désormais créer l'événement en permanence pour attirer la clientèle.

De nouveaux modèles de collaboration doivent être inventés et Jura Tourisme souhaite y apporter son soutien, notamment en lien avec son partenaire principal qu'est GastroJura.

La Tête de Moine AOP – reflet du dynamisme économique jurassien

DR

Olivier Isler,
gérant de l'Interprofession Tête de Moine

Les ventes de Tête de Moine AOP ont évolué de manière assez extraordinaire. Alors que 200 tonnes étaient écoulées en 1982, année du lancement de la Girolle® inventée par Nicolas Crevoisier, les ventes de Tête de Moine ont plus que doublé ces vingt dernières années, pour passer de 1200 tonnes en 1997, au chiffre record de 2528 tones en 2017.
Pour l'année sous revue, 28 770 000 kilos de lait ont été transformés en Tête de Moine, ce qui représente une production de plus de trois millions de meules ou 8300 Têtes de Moine par jour en moyenne.
En 2017, les exportations de Tête de Moine se sont élevées à un niveau record de 1576 tonnes.
Depuis 1997, les ventes à l'étranger ont triplé et représentent aujourd'hui 62 % du volume total.
Notre produit est actuellement exporté dans plus de quarante pays. Si la Tête de Moine AOP a incontestablement profité de la libéralisation réciproque du commerce de fromage entre la Suisse et l'Union européenne, cette évolution est d'autant plus remarquable qu'il fallait dépenser 1 fr. 65 pour obtenir un euro lors de l'entrée en vigueur du libre-échange fromager au 1er juin 2007, contre 1 fr. 17 seulement à fin décembre 2017.

La Tête de Moine génère aujourd'hui plus de 70 millions de francs de valeur ajoutée, dont plus de 50 % sont réalisés au sein de l'aire géographique de l'appellation.
La première étude relative à l'importance socio-économique de la Tête de Moine a été publiée en 1999 et les derniers chiffres disponibles datent de l'année 2016.
Durant cette période, la valeur ajoutée de la filière a augmenté de 27 millions de francs ou de 60 %. Créatrice de valeur et de près de 370 emplois, la filière Tête de Moine occupe aujourd'hui une place prépondérante dans le paysage économique et touristique du Jura et du Jura bernois.

Un cahier des charges très strict

La production de Tête de Moine est soumise à des règles très strictes et le lait ne peut être recueilli que dans un bassin d'approvisionnement défini, la zone d'origine de l'appellation d'origine contrôlée (AOC). La clé de son succès réside dans le caractère unique lié au savoir-faire de la filière fromagère de l'Arc jurassien, qui passe par une maîtrise sans faille de toutes les étapes de la production laitière, sa transformation et son affinage.

La région

La région d'origine est une zone montagneuse en majeure partie située entre 700 et 1100 m d'altitude. Le climat assez rude empêche le démarrage précoce de la végétation au printemps. La situation géographique et le climat de la région d'origine de la Tête de Moine, Fromage de Bellelay imposent par nature une production herbagère et le pâturage.
Dans les régions les plus élevées surtout, le sol calcaire et poreux n'autorise que les pâturages maigres, qui influencent positivement la qualité du fourrage, la santé des animaux et la qualité du lait servant de matière première.
Très fortement représentées, les prairies naturelles à la flore très diversifiée et riche sont à l'origine de la saveur unique du produit.

La fabrication

La transformation du lait est effectuée dans un délai le plus bref possible, au maximum 24 heures après la traite, afin de conserver au lait toutes ses qualités. Elle est réalisée en fromageries villageoises, selon des méthodes ancestrales définies dans le cahier des charges de l'AOP.
La seule manipulation technique autorisée du lait, avant sa transformation, est un léger écrémage. Seule l'adjonction de présure et de cultures naturelles est autorisée pour la fabrication.
L'emploi d'organismes génétiquement modifiés et de produits issus de tels organismes, ainsi que l'ajout d'additifs sont interdits. Le lait doit être transformé dans des cuves en cuivre afin de garantir la qualité du fromage.

Le produit

La Tête de Moine, Fromage de Bellelay est un fromage à pâte mi-dure et à

La Tête de Moine, un facteur économique important pour la région.

croûte lavée, qui est fabriqué à partir de lait cru de non-ensilage. Le produit parvenu à maturité doit sa saveur intense et particulière aux herbages et aux liens avec le « terroir ». La teneur en matière grasse donne toute sa finesse à la pâte du produit.

Pour déguster la Tête de Moine, Fromage de Bellelay, il ne faut pas couper le fromage, mais le racler en rosettes de faible épaisseur directement après sa sortie du réfrigérateur. Le raclage modifie la structure de la pâte ; la plus grande surface mise en contact avec l'air met particulièrement en valeur l'arôme typique de la Tête de Moine, Fromage de Bellelay et permet de mieux la savourer.

On racle le fromage avec le couteau placé à angle droit du plan de raclage, comme le faisaient déjà les moines de l'abbaye de Bellelay, ou à l'aide de la Girolle®, l'invention géniale de Metafil SA, à Lajoux, mise sur le marché en 1983.

La Tête de Moine correspond aux besoins du consommateur en produits traditionnels. Elle est le reflet du plaisir généré et la dimension culturelle liée à certains produits traditionnels ancrés dans les régions.

Pour terminer, elle propose également un modèle de développement qui ne se base pas sur la croissance de la production et la concurrence au niveau des prix, mais sur des particularités qualitatives.

Une fête pour la Tête de Moine

L'Interprofession Tête de Moine, en collaboration avec la Chambre d'agriculture du Jura bernois, Agrijura, Jura bernois Tourisme, la Fondation Rurale Interjurassienne, ainsi que la commune de Saicourt, organise la Fête de la Tête de Moine chaque année, le week-end du premier dimanche de mai.

L'objectif était de créer un événement de qualité, convivial, permettant de présenter le savoir-faire du monde agricole et des artisans des métiers de bouche de notre région.

Un marché du fromage et des produits régionaux, des expositions originales, des animations musicales, des plaisirs de la table, le patrimoine agricole de la région et des activités attractives organisées sur le site historique qui a vu naître la Tête de Moine, ravissent le public. Les activités culturelles ont également la part belle sur le site de Bellelay et permettent de tisser un lien entre la culture et l'agriculture.

Recette exclusive pour *Défis*

Le dos de saumon de fontaine rôti, chanterelles, copeaux de Tête de Moine. Le potimarron, la damassine.

Nombre de personnes : 4 / Temps de préparation : 30 minutes.

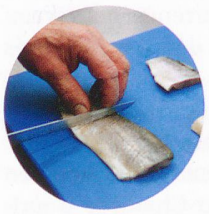
Ingrédients
2 pièces beau filet de saumon de fontaine (pisciculture Choulat) désarêtés
250 g chanterelles
500 g potimarron

Pâte à croustillant
40 g eau froide
1 pièce œuf
1 pièce jaune d'œuf
100 g farine
PM sel fin

Eléments de finition
100 g beurre
2 CS huile d'olive
2 CS damassine
2 CS crème battue
PM sel fin, poivre blanc, muscade, fleur de sel

Préparation :
Mélanger sans excès les éléments de la pâte à croustillant avec une cuillère à soupe. Remplir un petit cornet en papier sulfurisé. Préparer une plaque pour le four avec une natte de cuisson. Réaliser dessus les quadrillages. Cuire dans un four à air chaud, chaleur tournante, jusqu'à coloration.
Couper en gros cubes le potimarron, cuire à la vapeur, ainsi que les parures.
Préparer les chanterelles, les laver soigneusement, les éponger, les cuire « croquant », à l'huile d'olive, réserver.

Procédé :
Faire fondre, avec la moitié du beurre, les parures de potimarron, saler légèrement, ajouter une cuillère à café de maïzena délayée dans de l'eau froide, cuire quelque peu, mixer. Réserver au chaud.
Couper en deux chaque filet de saumon de fontaine, assaisonner, fleur de sel, poivre blanc.



Finitions :
Réchauffer les chanterelles avec un tout petit peu de beurre, assaisonner. Ajouter la crème battue au coulis de potimarron, parfumer avec la damassine et la muscade. Donner un petit coup de chaud aux dés de potimarron (vapeur ou eau frémissante).
Mettre dans une poêle anti-adhésive le restant de beurre, un peu d'huile d'olive, colorer côté peau les filets de saumon de fontaine, retourner au bout de deux minutes, finir la cuisson rapidement.

Dressage :
Mettre en premier, dans les assiettes creuses, les dés de potimarron, le coulis, le croustillant.
Disposer, ensuite, le demi-filet de saumon. Décorer avec les chanterelles et les copeaux de Tête de Moine.

CHÂTEAU DE PLEUJOUSE

Catherine Praud-Prongué
Gérard Praud

•

Artisans cuisiniers
Passion et convivialité