

**Zeitschrift:** Actes de la Société jurassienne d'émulation  
**Herausgeber:** Société jurassienne d'émulation  
**Band:** 119 (2016)

**Artikel:** Pro Jura et la Saint-Martin : comment transformer une tradition en enjeu touristique majeur  
**Autor:** Guenin, Lionel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-697009>

### **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:** 31.01.2026

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

# Pro Jura et la Saint-Martin : comment transformer une tradition en enjeu touristique majeur<sup>1</sup>

LIONEL GUENIN

**De toutes les traditions jurassiennes, la Saint-Martin est certainement la plus emblématique et la plus (re)connue. Associé à ce nom, c'est aussi son menu, aux proportions pantagruéliques, qui marque les esprits. Celui-ci se compose « officiellement » des neuf plats suivants: bouillon — gelée de ménage — boudin à la crème, accompagné d'une purée de pommes — bouilli, accompagné de salades de racines rouges et de carottes cuites — grillades et atrieux (parfois servis séparément), accompagnés de röstis — choucroute garnie — rôti, accompagné de purée de pommes de terre — totché — (crème au sucre brûlé)<sup>2</sup>.**

Pourtant, si l'association canton du Jura/Saint-Martin semble aller de soi pour nos contemporains, il n'en a pas toujours été ainsi. L'établissement de cette fête en tant qu'ambassadrice d'un certain mode de vie à la jurassienne est en effet relativement récent. Si les deux sont aujourd'hui indissociables, cela est notamment dû à la récupération par le secteur touristique de cette tradition considérée comme ancestrale. Née sous le nom de « Société jurassienne de développement (*Jurassischer Verkehrsverein*)<sup>3</sup> », Pro Jura est « une des plus anciennes associations patriotiques, touristiques et culturelles du Jura historique, elle a été fondée le 19 juillet 1903 à Moutier<sup>4</sup> ». C'est principalement sous son impulsion que la Saint-Martin va regagner ses lettres de noblesse, d'abord au sein du canton, puis à l'extérieur. En tant qu'association à vocation touristique, Pro Jura établit très tôt des relations avec les secteurs de l'hôtellerie et de la gastronomie. Ainsi, dès 1924, « on voudrait que les hôtels et les restaurants du Jura soient mieux aménagés pour recevoir les touristes<sup>5</sup> ». Dès 1945, l'association devient également maison d'édition, avec la publication de *Autour de la Crémaillère*<sup>6</sup>, premier ouvrage dédié à la gastronomie jurassienne. Viendront ensuite, en 1947, deux plaquettes dédiées respectivement aux vins de la Neuveville (*La Neuveville et son*

*vignoble*) et au fromage de Bellelay (*Bellelay et son fromage*), ou encore une liste des hôtels, restaurants et pensions du Jura bernois en 1951<sup>7</sup>. Mais surtout, dès 1946, Pro Jura édite la *Revue jurassienne*, qui deviendra dès 1957 la *Revue Pro Jura*<sup>8</sup>. Elle sera publiée jusqu'en 1978 et renaîtra en 1982 sous le nom de *Jura Pluriel*<sup>9</sup>. Enfin, l'association est également éditrice du *Jura à Table* de Jacques Montandon<sup>10</sup>.

Cependant, il est difficile de comprendre comment et pourquoi ce festin s'est transformé en enjeu touristique majeur pour la région qui l'a vu naître, sans prendre en compte deux autres facteurs, intimement liés l'un à l'autre. Premièrement, il y a l'aspect symbolique du repas. Nous le verrons, la popularité de la Saint-Martin connaît un regain, pour ne pas dire une seconde naissance, à la création du canton du Jura. Dans un second temps, il faut comprendre la logique touristique mise en place par le dernier-né des cantons suisses. Jouant à fond la carte de l'authenticité et du terroir, l'image du Jura a tout pour connaître un beau succès dans une dynamique générale amorcée dans les années 1980 et se prolongeant encore aujourd'hui. C'est en cumulant ces deux aspects que nous pouvons comprendre le succès, aujourd'hui encore grandissant, de cette tradition si typiquement jurassienne. Mais avant toute chose, penchons-nous sur les origines de celle-ci, afin de mieux comprendre comment est née la Saint-Martin.

## Aux origines

L'utilisation du pluriel est ici on ne peut plus justifiée. La Saint-Martin repose en effet sur deux origines distinctes, bien qu'intimement liées. Premièrement, celle de son nom. Il est admis qu'il renvoie à saint Martin, évêque de Tours, comme nous le résume Yves Gigon :

« Le calendrier liturgique situe la fête de la saint Martin le 11 novembre, mais en Ajoie on célèbre la Saint-Martin le deuxième dimanche suivi du lundi, après la Toussaint. [...] Qui est saint Martin ? Il venait de Panonie (Hongrie) et servait en tant qu'officier dans l'armée romaine. Un jour qu'il se trouvait aux portes d'Amiens, le militaire rencontre un mendiant grelottant sur le bord de la route, Martin coupe son manteau en deux et en donne la moitié au pauvre homme. En 361, le futur saint Martin s'établit dans les ruines de la ville gallo-romaine de Ligugé près de Poitiers. [...] Sa foi, sa charité le font connaître et les habitants de Tours, en 370, viennent le prier de devenir leur évêque ; il fonde près de cette ville, le monastère de Marmoutier. Saint Martin meurt à Candes sur les bords de la Loire, en 397. Les moines de Ligugé et de Marmoutier se disputent son corps. Les Tourangeaux profitant du sommeil



des Poitevins déposent le cadavre dans une barque et regagnent leur ville. Un miracle s'opère alors: sur le passage du corps, et bien que l'on soit en novembre, les arbres verdissent, les plantes fleurissent, les oiseaux chantent; c'est l'été de la Saint-Martin<sup>11</sup>. »

La lecture de cette brève biographie permet de constater que saint Martin peut être considéré comme une incarnation de la notion de partage. Celle-ci, nous le verrons, est au centre de la fête qui porte son nom. Mais cette description permet surtout d'identifier la date à laquelle le saint est célébré. Laquelle nous renvoie à l'autre origine, plus pragmatique, de cette fête. Elle représente en effet le moment de l'année où les grands travaux sont terminés et les comptes bouclés :

« Plus prosaïquement, on sait que la Saint-Martin, tombant à la mi-novembre, marquait la fin des travaux des champs. Événement qui en tout état de cause était un motif de satisfaction pour les paysans. Qui dit satisfaction dit réjouissance... Les récoltes serrées, granges et greniers étaient pleins. On avait fait commerce du grain excédant les besoins de la ferme. C'est à cette époque de l'année que l'on réglait les amodiations, soit le fermage des terres. La bourse bien garnie, serein, le cultivateur ajoulot pouvait célébrer joyeusement le passage de la saison des labeurs à celle plus feutrée de l'hiver<sup>12</sup>. »

Les origines de la Saint-Martin témoignent donc de son aspect rural et ancestral. Dès lors, comment expliquer un tel succès auprès des autres franges de la population ? Car s'il n'est pas rare de voir encore de nos jours des fêtes paysannes, ces dernières attirent avant tout un public de connaisseurs, issu des métiers de la terre. Pourquoi la Saint-Martin est-elle, de son côté, devenue un enjeu touristique majeur pour l'ensemble du canton du Jura ?

## Naissance et reconnaissance

Si les origines de la Saint-Martin semblent remonter au Moyen Âge<sup>13</sup>, cette dernière est néanmoins restée longtemps confidentielle, destinée à réunir les familles et les amis. Il faut attendre les années 1970-1980 pour voir grandir l'intérêt de la population jurassienne pour sa tradition paysanne. Et ce n'est certainement pas un hasard si cela coïncide avec la naissance du 23<sup>e</sup> canton.

C'est que la Saint-Martin et son repas cristallisent en quelque sorte les arguments et revendications de ceux qui se sont battus pour la séparation du canton de Berne. Région catholique, le Jura se « choisit » un saint

pour le représenter. Mais surtout, les plats proposés au sein du menu reflètent une cuisine en opposition avec celle de la partie alémanique de la Suisse. Et c'est en grande partie sur cet aspect que s'appuie *Le Jura à table* au lendemain du vote du 23 juin 1974 :

« Au jour où j'écris ces lignes, le Jura est en pleine évolution politique. Nul ne sait quand, ni comment, ni de quoi le futur canton sera composé. Mais toutes les recherches auxquelles je me suis livré pour redécouvrir certaines sources de cette gourmandise, pour remettre à jour certaines recettes oubliées, m'auront convaincu une fois de plus de l'existence d'une entité linguistique et culturelle irréfutable. Au milieu de multiples spécialités régionales, j'ai trouvé des constantes de goût, de tradition, de recherche, qui me permettent de dire que, pour le gastronome que je suis, la seule frontière jurassienne est celle du schüblig et des nouilles à la compote de pommes <sup>14</sup> ! »

Ainsi, si le futur du nouveau canton apparaît pour l'auteur relativement trouble, il reste la certitude que la gastronomie jurassienne entre clairement en opposition avec celle de la Suisse allemande. À l'exact opposé, il n'est pas rare de voir mise en avant l'importance de l'influence de la cuisine française sur la cuisine jurassienne et ajoulote en particulier. Souvent expliquée par sa proximité géographique, « l'influence alsacienne <sup>15</sup> » est ainsi évoquée déjà en 1975. Loin de n'être qu'une lubie de l'auteur du *Jura à table*, ce discours est relayé de façon récurrente et est l'une des premières affirmations avancées pour définir la gastronomie jurassienne dans le premier numéro de *Jura Pluriel* :

« Les recettes régionales, qui ne diffèrent que par des nuances, placent la gastronomie jurassienne en bon rang dans le livre d'or des cuisines de France et de Navarre. Car la cuisine du Jura, éminemment gauloise, a été créée et condimentée pour becs fins, natures généreuses, ne boudant pas au rythme des saisons et des âges. [...] Ces dernières années, les aubergistes et restaurateurs du Jura ont accompli de réels efforts pour maintenir et développer la tradition gastronomique du Jura. Actuellement, les tables du Jura se comptent par dizaines. Toutes possèdent de véritables spécialités culinaires, inspirées de la tradition française <sup>16</sup>. »

Si l'importance de l'influence de la gastronomie française sur celle du Jura est pointée du doigt avec autant d'insistance, c'est que, au-delà de l'opposition à une cuisine plus germanique, la revendication d'un certain héritage français est surtout l'occasion pour la gastronomie jurassienne de s'inscrire dans la durée et de revendiquer ses origines.

Partant du principe que « le "patrimoine" et la "tradition" ne sont rien d'autre que l'expression dans le présent de nos attachements divers et dynamiques au passé, qu'il soit matériel ou immatériel, documenté ou fantasmé <sup>17</sup> », la Saint-Martin dispose dès lors de tous les éléments

essentiels à son ancrage en tant que tradition. Cette base va alors servir à l'établissement de la logique touristique du canton du Jura.

## Le tournant des années 1980

Le contexte politique de la seconde moitié des années 1970 a certes pu aider la Saint-Martin à revenir sur le devant de la scène. Il serait néanmoins erroné d'affirmer qu'elle était jusqu'alors oubliée. En effet, cette dernière semble connaître une certaine pérennité dans sa région d'origine « et ce repas de la Saint-Martin est réalisé non seulement dans quelques restaurants qui maintiennent la tradition, mais dans la plupart des fermes d'Ajoie<sup>18</sup> ». Cependant, même si elle est nécessaire, cette reconnaissance interne de la fête ne suffit pas à expliquer comment le repas de Saint-Martin est devenu une spécialité jurassienne, un « symbole » pour le canton. Comme le rappelle Gilles Fumey :

« Le modèle de désignation d'un produit ou d'un plat comme icône régionale passe d'abord par l'ouverture d'un flux migratoire important, de travail ou de tourisme, un système de diffusion intégré en filière incluant les marchés des gros, la restauration hors domicile, la distribution, mais surtout le ressort de la nostalgie<sup>19</sup>. »

Ainsi, c'est la reconnaissance hors de sa région d'origine qui fait d'un produit une spécialité. Le premier pas dans cette direction semble se faire en 1979 déjà, dès la naissance du canton, avec la création de la Fédération des cafetiers, restaurateurs et hôteliers de la République et Canton du Jura, laquelle « devrait réunir quelques 250 membres et promouvoir l'hôtellerie, et par conséquent le tourisme, dans [le] canton<sup>20</sup> ». Cette initiative démontre la volonté du nouveau canton de mettre en valeur son attrait touristique. Il n'est d'ailleurs pas anodin de constater que la nouvelle association demande à Francis Erard, alors directeur de Pro Jura, de participer à son assemblée constitutive<sup>21</sup>. Les objectifs sont les mêmes, et les arguments de vente également, pour les secteurs hôtelier et touristique :

« Le Jura est particulièrement bien placé. Il offre un calme, une tranquillité que les citadins recherchent actuellement. De plus, la région a été épargnée par le béton, elle garde un cachet très rural, qui est encore un avantage. Été comme hiver, elle a des atouts. « Et la gastronomie en est un très important », précise Francis Erard<sup>22</sup>. »

Le canton du Jura, à présent reconnu en tant qu'entité politique propre, doit encore s'affirmer et solidifier son identité. Or, cette affirmation passe



par le développement d'une culture, de traditions propres à une région, ces dernières « fai[sant] de nous ce que nous sommes<sup>23</sup> ». Le canton du Jura ne fait pas exception à la règle et s'applique donc à cette tâche. Il s'agit dès lors de faire de la Saint-Martin un argument touristique. Et Pro Jura, dès le premier numéro de sa nouvelle revue en 1982, fait déjà référence à la fameuse fête rurale, comme composante essentielle de la gastronomie jurassienne :

« L'éventail des mets typiquement jurassiens ne serait pas complet si l'on oubliait le traditionnel jambon à l'os, les fritures de carpes, les cuisses de grenouilles et le plantureux menu de la Saint-Martin qui, chaque année à la mi-novembre, permet aux gourmets de déguster les gelées de campagne, le boudin, les atriaux et autres mets issus de la bouchoyade<sup>24</sup>. »

Si l'accentuation de l'aspect typiquement jurassien de la Saint-Martin permet dans un premier temps d'affirmer l'identité du nouveau canton, elle relève également d'une mouvance plus générale de l'époque. Les années 1980 voient en effet apparaître une redéfinition de la notion de « terroir », jusqu'alors connotée plutôt péjorativement :

« Le terroir évoque la campagne, la terre, l'enracinement et, en négatif, l'archaïsme de la vie paysanne. Pour les fromages ou les vins, le terroir n'a pas toujours été synonyme d'excellence. Longtemps, on recherchait l'hygiène et le moderne. C'est la mode des années 1980 qui l'a remis au goût du jour. Ce retour du terroir comme valeur positive est à mettre en parallèle avec la patrimonialisation de la campagne et sa mise en tourisme. Désormais, l'ancrage rassure, comme l'a montré Claude Fischler dans son livre *l'Homnivore*<sup>25</sup>. »

Or, le repas de Saint-Martin suit cette logique, de par ses origines rurales et « authentiques ». Car les arguments de mise en valeur de la Saint-Martin s'inscrivent effectivement dans le champ du terroir, du goût du vrai : les recettes des plats qui la composent sont transmises de génération en génération, elles demandent un savoir-faire particulier, typiquement campagnard.

Et ce savoir ancestral trouve rapidement ses nouvelles ambassadrices. Les associations de femmes paysannes, lesquelles ont pour principal objectif de « collecter recettes traditionnelles et habitudes alimentaires locales<sup>26</sup> », deviennent ainsi les représentantes de la « cuisine de grand-mère ». Aussi l'Association des paysannes jurassiennes ne tardera-t-elle pas à publier *Vieilles recettes de chez nous*, ouvrage produit « en hommage à nos grands-mères, en legs à nos enfants...<sup>27</sup> ». La préface dudit ouvrage est à elle seule un parfait résumé de cette envie d'un retour aux sources, de la lassitude pour les produits aseptisés : « Les cuisines sont

habillées en laboratoires [...] La cuisson est minutée, à l'infrarouge, dans des fours inoxydables d'une propreté chirurgicale<sup>28</sup>.» Ressort également une certaine nostalgie des « vieilles vertus ménagères<sup>29</sup> » et de ces bonnes vieilles recettes à l'ancienne. Mais « heureusement, tout n'est pas perdu ! Grâce à l'Association des paysannes jurassiennes, qui a mis au point ce recueil de recettes culinaires d'autrefois, un aspect intime du patrimoine jurassien échappera à l'oubli<sup>30</sup> ». Les femmes paysannes deviennent alors garantes de l'authenticité de leur région, de son patrimoine, participant ainsi à la conservation de la tradition. Et la partie dédiée aux recettes s'ouvre sur... le menu de Saint-Martin<sup>31</sup> !

Cependant, ces associations ne sont pas les seules à surfer sur la vague du retour au « goût du vrai ». En effet, le Jura voit se développer au même moment un important réseau de fermes-auberges. Ces dernières, à l'été 1984, lorsque *Jura Pluriel* leur consacre un article, sont au nombre de 55 au moins, étalées sur l'ensemble du territoire jurassien<sup>32</sup>. Encore une fois, le succès de ce type d'établissements repose sur l'idée d'authenticité, qu'il s'agisse du décor, des personnes ou encore des menus qui y sont proposés. La ferme-auberge représente un concentré de ce qui fait la particularité du tourisme jurassien. Ainsi, « à peine ouverte la porte de l'auberge, le fermier ou son épouse vous reçoit avec chaleur et simplicité dans une salle de débit rustique<sup>33</sup> ». Là, votre hôte sera ravi, « la mi-journée ou le soir venu, de pouvoir offrir une riche palette de spécialités campagnardes, issues pour la plupart des produits de la ferme<sup>34</sup> ». Et cette offre comprend évidemment « le plantureux menu de la Saint-Martin<sup>35</sup> ».

Encore une fois, l'argument de la tradition est avancé, les fermes-auberges proposant aux visiteurs de goûter des « dizaines de vieilles recettes, créées du temps de nos grands-mères, et qui étaient en train de disparaître, repoussées dans les ténèbres de l'oubli par les aliments modernes, [et qui] sont toujours maintenues par la gent paysanne de nos auberges de campagne<sup>36</sup> ». À cela s'ajoutent, en conclusion de l'article, un appel à sauvegarder ce patrimoine typique et les objectifs que semble vouloir se donner le tourisme jurassien : « Voyageur proche ou lointain, n'attend plus des années ! Laisse un instant tes outils et hâte-toi de venir, avec tes yeux et ton fin palais, goûter au charme prenant du Pays jurassien. Car dans les fermes-auberges de nos campagnes, l'hospitalité n'est pas un vain mot<sup>37</sup>. » On ne peut être plus clair : le charme rustique de la campagne jurassienne et de sa gastronomie n'est et ne doit plus être réservé aux seuls Jurassiens.



## L'expansion des années 1990 et l'adaptation

Le message semble être entendu, à l'intérieur comme à l'extérieur du canton. En effet, les années 1990 vont marquer l'expansion de la fête de l'Ajoie à l'ensemble du Jura. En témoigne la manière dont Pro Jura présente la manifestation dans sa revue: alors que le numéro printemps-été 1989, stipule « Ajoie, Fête de la Saint-Martin<sup>38</sup> », le numéro de la même période de 1990 présente un plus général « Jura, Fête de la Saint-Martin<sup>39</sup> ». Volontaire ou non, ce changement de localisation de la Saint-Martin annoncé par la revue reflète un phénomène qui ne peut plus être ignoré. D'autant plus que cette généralisation n'est pas sans apporter son lot de débats et de questions.

Car si l'augmentation de la clientèle représente une aubaine pour les restaurateurs sur le plan purement économique, elle pose rapidement la question du respect de la tradition. En effet, rares sont ceux qui peuvent encore prendre le temps de bouchoyer eux-mêmes<sup>40</sup>, ce qui remet en question certains fondements de cette coutume. À cela vient s'ajouter la peur des restaurateurs ajoulots de perdre « leur » tradition. Cette crainte trouvera un écho dès 1995 auprès du Service cantonal jurassien de l'économie rurale. Ce dernier réfléchit alors « à la mise en place d'une production porcine extensive, sous le label "porc de Saint-Martin" [pour lequel] tous les atouts existent en Ajoie pour un produit de qualité: espaces, céréales, savoir-faire et même réputation ajoulote au-delà des frontières<sup>41</sup> ». Cette réflexion, loin d'être unique en son genre, s'inscrit à nouveau dans une mouvance généralisée à son époque. La fin des années 1980 voit en effet l'arrivée des labels A.O.C.-I.G.P., réponse aux nouvelles exigences de la population, qui, de plus en plus, veut savoir ce qu'elle mange et dans quelles conditions ses aliments ont été produits<sup>42</sup>. Ainsi, à partir de 1996, les premières allusions à l'installation d'un label de qualité, sous forme d'une « garantie d'origine<sup>43</sup> », font suite à la volonté de mise en place du label « porc de Saint-Martin ». Un an plus tard, une charte de qualité est établie par la section Ajoie et Clos du Doubs de GastroJura et sert de base à l'attribution du logo de la Saint-Martin<sup>44</sup>. Malgré cela, certains restaurateurs ajoulots tiennent jalousement à garder pour eux seuls le droit de préparer le fameux banquet, allant jusqu'à accuser de trahison les professionnels cherchant à promouvoir la Saint-Martin ailleurs que dans sa région d'origine, et ce, même deux ans après la mise en place du label<sup>45</sup>. Pourtant, la profession semble avoir

conscience qu'une Saint-Martin étendue à l'ensemble du canton paraît inévitable<sup>46</sup>.

Parallèlement à une popularité grandissante, la Saint-Martin semble donc subir une remise en question de son essence même. Pourtant, c'est également en grande partie grâce à cette adaptabilité que la fête a pu survivre jusqu'à nos jours. Car la Saint-Martin telle qu'on la connaît aujourd'hui n'est pas la même que celle de nos ancêtres. Il est en effet intéressant de constater qu'à la base, l'ensemble des plats était proposé sur l'ensemble de la journée, ce que confirme Yves Gigon, lorsqu'il décrit le menu tel qu'il est confectionné à l'origine, au sein des familles paysannes du Jura :

À midi :

*Bouillon*

*Bouilli de porc (collet, épaule)*

*Salade de carottes cuites*

*Salade de racines rouges*

*Boudin à la crème grillé*

*Purée de pommes*

*Choucroute garnie, jambon fumé, saucisse d'Ajoie,  
lard fumé, lard salé frais*

*Rôti de porc (faux-filet, collet, épaule),  
accompagné du jus du déglacage*

*Nouilles de ménage ou purée de pommes de terre*

*Salade d'endives (scarole) et doucette (mâche)*

*Gâteau-biscuit*

*Crème au sucre brûlé*

*Totché*

*Café, damassine, kirsch, prune, pomme.*

Le soir :

*Gelée de ménage*

*Salades*

*Jambon*

*Salades*

*Totché*

*Café au lait*<sup>47</sup>.

Le menu proposé de nos jours par les restaurateurs semble donc constituer en quelque sorte une adaptation de ce dernier. Allégé, simplifié, il est aujourd'hui abordable par tout un chacun, sous réserve d'un bon coup de fourchette. Mais, plus frappant encore, les plats composant le menu ont aussi connu certains aménagements. Ainsi, les atrieux et grillades, aujourd'hui essentiels<sup>48</sup>, ne figurent pas dans le menu de base des paysans. Enfin, Montandon précise encore :

« Le jambon ne figurait pas à ce repas. Cette pièce maîtresse était mise en réserve pour un événement prévisible, mariage, baptême, ou pour les repas de fin d'année. Aujourd'hui, en plus des mets traditionnels, on trouve au menu les grillades et les « attriaux ». Par contre, le bouilli n'est plus que rarement proposé, dans les restaurants tout au moins<sup>49</sup>. »

Si les changements opérés dans le menu et le passage de la sphère familiale à la sphère publique sont des adaptations importantes et des remises en question profondes de la tradition de la Saint-Martin, elles n'ont, et de loin, pas provoqué son déclin. Dès lors, une extension de la fête à l'ensemble du Jura et au-delà ne devrait pas non plus remettre son existence en cause. Car les valeurs qui lui sont rattachées sont les mêmes que celles mises en avant par le secteur touristique jurassien pour vanter les atouts du canton. La Saint-Martin fait ainsi partie d'un ensemble ayant pour but la promotion générale du territoire jurassien.

## La Saint-Martin, un argument parmi d'autres ?

Cette promotion de l'authenticité jurassienne et de son environnement s'est mise en place depuis les débuts du tourisme dans la région. Ainsi, en 1978 déjà, Pro Jura recevait les félicitations de Werner Kämpfen, directeur de l'Office national suisse du tourisme pour sa politique touristique,



notamment pour son offre dans le tourisme pédestre et équestre<sup>50</sup>. Or, ces deux secteurs seront vite liés à l'offre gastronomique du canton, comme en témoigne par exemple la « découverte à cheval du Jura suisse », organisée en 1983 et promue par l'Office jurassien du tourisme. Outre le fait de découvrir des « cheminements bucoliques » et des « gorges sauvages », son « parcours a été choisi en fonction de la réputation culinaire des hôtels-relais où s'effectuèrent les gîtes d'étape<sup>51</sup> ». La relation entre gastronomie jurassienne, paysages et mode de voyage basé sur la tranquillité et l'idée de prendre son temps semble donc aller de soi dans la promotion touristique de la région depuis longtemps. Le visiteur est en fait invité à profiter d'un ensemble, basé sur la simplicité et un retour à la nature.

La gastronomie reste néanmoins un argument central de cette offre. Pro Jura, via sa revue, s'applique ainsi à mettre en valeur à chaque numéro les bonnes tables jurassiennes ou à recommander des restaurants et des auberges, de 1975<sup>52</sup> à nos jours<sup>53</sup>. S'ajoute, dès la parution du premier numéro de *Jura Pluriel*, la présence systématique d'articles concernant la gastronomie. Le premier est dédié aux différentes spécialités de saison et il y est évidemment fait mention de la Saint-Martin<sup>54</sup>. Les articles s'inscrivent tout à fait dans leur époque : ceux qui sont consacrés à la cuisine de grand-mère<sup>55</sup> ou à la cuisine d'autrefois<sup>56</sup> paraissent justement dans la seconde moitié des années 1980. Dès 1992<sup>57</sup>, soit environ à la même période qui voit la Saint-Martin s'étendre à l'ensemble du canton et connaître un succès plus important que jamais, *Jura Pluriel* publie régulièrement des articles dédiés à un restaurant ou une auberge jurassienne. Cela devient presque systématique à partir de 1998<sup>58</sup>. Si cela peut paraître anodin et normal de la part d'une revue dédiée au tourisme, cette tendance reflète surtout la stratégie générale mise en place par le secteur.

Car les démarches pour valoriser la gastronomie et les spécialités du terroir se font de plus en plus nombreuses. Ainsi, parallèlement au succès grandissant de la Saint-Martin, le canton du Jura commence également à protéger ses produits phares, tels que la saucisse d'Ajoie<sup>59</sup> ou encore la Damassine<sup>60</sup> (pour laquelle le processus se révélera extrêmement compliqué<sup>61</sup>), ou plus tard la Tête de Moine<sup>62</sup> via des A.O.C. Mais la mise en place de labels, même si elle permet de mettre en avant les qualités des produits, ne peut pas à elle seule assurer la promotion de ceux-ci, encore moins de leur région. C'est pourquoi le canton du Jura ne se contente pas de patrimonialiser ses produits, mais commence également, dès la fin des années 1980, à promouvoir de nouveaux produits,

estampillés « typiques ». Ainsi, en un peu plus d'une décennie, trois nouvelles spécialités, relayées par la revue *Jura Pluriel*, arrivent sur le marché : le saucisson jurassien<sup>63</sup>, le vin du Clos des Cantons<sup>64</sup> et la Bière des Franches-Montagnes<sup>65</sup>. L'apparition de ces trois nouveaux produits témoigne d'une volonté de la part des artisans jurassiens de faire vivre leur région via des produits de qualité.

Et cette envie se reflète chez Pro Jura, qui publie à deux ans d'intervalle deux guides au format poche. Le premier, en 1995, est dédié aux spécialités jurassiennes<sup>66</sup>. Celui-ci propose également une section spécialement consacrée aux établissements proposant le menu de la Saint-Martin, complet ou partiel, alors qu'il n'est déjà plus proposé uniquement en Ajoie : le guide propose en effet d'aller déguster le pantagruélique repas dans le Clos du Doubs (Saint-Ursanne), la vallée de Delémont (Courfaivre) ou encore dans le Jura bernois (Courtelary, Fornet-Dessous)<sup>67</sup> ! Enfin, la dernière page fait en quelque sorte figure de mise en bouche pour le second guide, en proposant une « liste non exhaustive des produits de bouche fabriqués dans la région jurassienne<sup>68</sup> ». Celui-ci, publié en 1997, est en effet « destiné à la sauvegarde et l'illustration des produits du terroir et autres produits de bouche du pays jurassien<sup>69</sup> ». La présentation est assez similaire à celle du précédent guide, les produits étant répartis par types (produits laitiers, viandes-charcuteries, boissons, etc.) avant de proposer une liste des producteurs, par noms de famille, à la façon d'un annuaire. Mais l'intérêt de celui-ci réside surtout dans le discours tenu par Francis Erard en début d'ouvrage, qui salue « ce grand retour aux sources de l'authenticité, cette volonté d'accorder une nouvelle chance aux productions artisanales<sup>70</sup> », nous rappelant encore une fois la tendance générale qui prend place durant cette décennie. Surtout, il annonce le type de tourisme que tient à promouvoir Pro Jura. Si, « grâce à leur saveur et à leur délicatesse, les produits du terroir jurassien tiennent ainsi un véritable rôle d'ambassadeurs<sup>71</sup> », ils sont surtout un avant-goût de l'offre touristique jurassienne. En « contribu[ant] au rapprochement des gens de la ville avec ceux de la campagne<sup>72</sup> », ces derniers deviennent alors, en un sens, une porte d'entrée dans le pays jurassien.

Et cette authenticité demeure l'argument numéro un pour vendre la région, en témoigne la présentation « en quelques mots » que nous pouvons encore lire aujourd'hui sur le site de Pro Jura :

« Le Jura est une destination de vacances idéale pour les familles ainsi que les amoureux de la nature. Notre région regorge de richesses, de beautés, de calme, de culture et d'histoire. Ressourcez-vous au milieu de grands



pâturages verts, de forêts de sapins, d'étangs, de réserves naturelles, dans une nature encore intacte que vous découvrirez à pied, à cheval, en roulotte, ou à vélo.

Plongez-vous au cœur de l'histoire en passant par Bellelay et Saint-Ursanne. Partez à la chasse aux dinosaures ou faites une descente en tobroule. Pique-niquez dans l'un des nombreux endroits prévus [sic] à cet effet ou arrêtez-vous dans une charmante métairie ou auberge de campagne pour goûter nos produits du terroir<sup>73</sup>. »

Le ton est directement donné, le décor planté: le Jura représente une île de verdure épargnée par le stress, la pollution et le béton, il a su rester à un état naturel. Ses produits en sont le reflet. En continuant à développer une offre touristique de ce type, le canton du Jura, outre le fait d'attirer un flux de touristes, permet de renforcer une certaine image de lui-même. Idée encore bien ancrée à notre époque, la « cuisine de terroir et [le] sens de l'hospitalité<sup>74</sup> » étant encore régulièrement vantés pour définir la région.

## En guise de conclusion

« On ne peut parler de cuisine jurassienne sans évoquer ce repas au menu pantagruélique qui est devenu le porte-drapeau de la gastronomie jurassienne: le fabuleux menu de la Saint-Martin<sup>75</sup>. » Cette affirmation coule de source pour Gilbert Hoffmeyer, lorsqu'il l'écrit en 2000. Elle est aussi vraie pour de nombreuses personnes, jurassiennes ou étrangères au canton. Si cette association d'idées est aujourd'hui évidente pour beaucoup, c'est que les organisations touristiques jurassiennes ont su, en l'espace de quatre décennies, imposer la Saint-Martin et son repas comme l'un des symboles de la gastronomie jurassienne et, en un sens, de l'identité de ce canton. Aujourd'hui pratiquement indissociables l'un de l'autre, il n'en a pourtant pas toujours été ainsi.

L'attachement de la population jurassienne pour sa tradition a certes joué un rôle dans cette reconnaissance. Cependant, la Saint-Martin ne jouirait pas aujourd'hui d'un tel statut sans le soutien d'un secteur touristique acquis à sa cause. La réhabilitation des produits du terroir et de la cuisine de campagne dans le courant des années 1980 ont grandement participé à la fondation d'une offre touristique jurassienne basée sur le retour au « goût du vrai » et l'authenticité. S'inscrivant dans une logique d'ensemble, la Saint-Martin et son repas cristallisent les valeurs revendiquées par le canton du Jura: simplicité, authenticité, sens de l'accueil.



Le fameux repas connaît lors de la décennie suivante ce qui représente certainement sa plus grande modification depuis son passage de la sphère privée à la sphère publique. Victime de son succès, étendue à l'ensemble du canton et au-delà, elle doit être recentrée sur ce qui fait son essence; la charte de qualité est mise en place. Cette réglementation s'inscrit dans une tendance générale de labellisation des produits typiques et témoigne de l'envie du canton du Jura de défendre et promouvoir son patrimoine gastronomique.

Connaissant aujourd'hui un succès toujours aussi important, la Saint-Martin a su être adaptée par ses promoteurs aux modes des époques qu'elle a traversées. Pro Jura, les femmes paysannes ou encore les restaurateurs ont maintenu et maintiennent encore la Saint-Martin au goût du jour et permettent par là même de la ranger dans la catégorie des traditions vivantes.

*Lionel Guenin est né et habite à Saignelégier. Il a obtenu son master en histoire contemporaine et géographie humaine à l'université de Neuchâtel en septembre 2015. Il s'intéresse spécialement à la « petite histoire », celle des gens et de la vie de tous les jours, ainsi qu'à l'histoire de l'alimentation. Il est issu d'une famille où les métiers de bouche sont bien représentés, ce qui explique peut-être son amour pour la gastronomie.*

## NOTES

<sup>1</sup> Ce travail se base sur le mémoire de master de l'auteur, *La tradition comme ambassadrice d'une région: Le repas de la Saint-Martin dans le Jura, de 1975 à nos jours*, remis et soutenu en septembre 2015 à l'université de Neuchâtel, écrit sous la direction du professeur Laurent Tissot.

<sup>2</sup> Nous avons tenté de présenter le menu le plus complet et le plus « typique » possible. Les différences les plus communes résident dans le fait de servir les atrieux et les grillades ensemble ou séparément, de servir le totché en début ou en fin de repas et dans le fait de proposer ou non la crème brûlée en dessert.

<sup>3</sup> Rebetez, Pierre, *Pro Jura 1903-1978*, Moutier, Pro Jura, 1978, p. 14.

<sup>4</sup> Prongué, Bernard (dir.), *Le canton du Jura de A à Z*, Documents, études et recherches d'histoire jurassienne, Porrentruy, Office du patrimoine historique, 1991, p. 167.

<sup>5</sup> Rebetez, Pierre, *op. cit.*, p. 46.

<sup>6</sup> Rebetez, Pierre, *Ibid.*, p. 117.

<sup>7</sup> Rebetez, Pierre, *Ibid.*, p. 119.

<sup>8</sup> *Idem.*

<sup>9</sup> Prongué, Bernard (dir.), *op. cit.*, p. 168.

<sup>10</sup> Montandon, Jacques, *Le Jura à table: Légende, histoire et vérité de la gourmandise en pays jurassien*, Moutier, Éditions Pro Jura, 1975.

- <sup>11</sup> Gigon, Yves, «La Saint-Martin», dans: Association pour la sauvegarde du patrimoine rural jurassien (Aspruj), *L'Hôtâ*, n° 16, 1992, p. 25.
- <sup>12</sup> Montandon, Jacques, *op. cit.*, p. 46.
- <sup>13</sup> ArCJ, 179 J 44. Henry, Pierre, *Promenade à travers les mots: un repas de saint-Martin* (1991).
- <sup>14</sup> Montandon, Jacques, *op. cit.*, p. 12.
- <sup>15</sup> Montandon, Jacques, *Ibid.*, p. 18.
- <sup>16</sup> *Jura Pluriel*, n° 1, printemps-été 1982, p. 35.
- <sup>17</sup> Hertz, Ellen et Wobmann, Fanny, «Introduction», dans: Hertz, Ellen et Wobmann, Fanny (dir.), *Complications neuchâteloises: histoire, tradition, patrimoine*, Neuchâtel, Éditions Alphil, 2014, p. 14.
- <sup>18</sup> Montandon, Jacques, *Le Jura à table: Légende, histoire et vérité de la gourmandise en pays jurassien*, Moutier, Éditions Pro Jura, 1975, p. 19.
- <sup>19</sup> Fumey, Gilles, *Manger local, manger global: l'alimentation géographique*, Paris, C.N.R.S., 2010, p. 121.
- <sup>20</sup> Mémoires d'Ici, Fonds Pro Jura (non traité), «Dossier féd. Cafetiers rest. hôt. du Jura», *Invitation à Francis Erard*, 29.1.1979.
- <sup>21</sup> *Idem.*
- <sup>22</sup> Mémoires d'Ici, Fonds Pro Jura (non traité), «Dossier féd. Cafetiers rest. hôt. du Jura», *Le tourisme, valeur d'avenir*, [1984].
- <sup>23</sup> Bonniol, Jean-Luc, «La tradition dans tous ses états: illustrations guadeloupéennes», dans: Dimitrijevic, Dejan (dir.), *Fabrication des traditions, invention de modernité*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2004, p. 151.
- <sup>24</sup> *Jura Pluriel*, n° 1, printemps-été, 1982, p. 35.
- <sup>25</sup> Valseschini Egizio, «Introduction», dans: Delfosse Claire (dir.), *La mode du terroir et les produits alimentaires*, Paris, Les Indes savantes, 2011, p. 14.
- <sup>26</sup> Amilien Virginie «Du territoire cultivé au territoire culturel: «Terroir-isation» et produits locaux en Norvège», dans: Delfosse Claire (dir.), *La mode du terroir et les produits alimentaires*, Paris, Les Indes savantes, 2011, p. 178.
- <sup>27</sup> Association des paysannes jurassiennes, *Vieilles recettes de chez nous*, Vol. 1, Association des paysannes jurassiennes, 1985, p. 3.
- <sup>28</sup> Association des paysannes jurassiennes. *Ibid.*, p. 15.
- <sup>29</sup> *Idem.*
- <sup>30</sup> Association des paysannes jurassiennes. *Ibid.*, p. 17.
- <sup>31</sup> Association des paysannes jurassiennes. *Ibid.*, p. 23.
- <sup>32</sup> *Jura Pluriel*, n° 5, printemps-été 1984, p. 32-36.
- <sup>33</sup> *Ibid.*, p. 33.
- <sup>34</sup> *Idem.*
- <sup>35</sup> *Idem.*
- <sup>36</sup> *Idem.*
- <sup>37</sup> *Idem.*
- <sup>38</sup> *Jura Pluriel*, n° 15, printemps-été 1989, p. 45.
- <sup>39</sup> *Jura Pluriel*, n° 17, printemps-été 1990, p. 45.
- <sup>40</sup> *L'Impartial*, 12.11.1993, p. 15.
- <sup>41</sup> *Jura Pluriel*, n° 28, automne-hiver 1995, p. 33.
- <sup>42</sup> Barjolle, Dominique et Boisseaux, Stéphane, *La bataille des A.O.C. en Suisse : les appellations d'origine contrôlées et les nouveaux terroirs*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2004, p. 9-10.

<sup>43</sup> *Le Matin*, 10.11.1996, p. 7.

<sup>44</sup> *Le Matin Dimanche*, 9.11.97, p. 10. La charte de qualité est disponible sur le site Internet de la Saint-Martin : <http://www.lasaintmartin.ch/fr/charte-de-qualite.html>, consulté le 10.9.2016.

<sup>45</sup> *Le Matin*, 19.11.1999, p. 4.

<sup>46</sup> *Idem.*

<sup>47</sup> Gigon, Yves, *op. cit.*, p. 27.

<sup>48</sup> Site Internet de la Saint-Martin : <http://www.lasaintmartin.ch/fr/charte-de-qualite.html>, consulté le 10.9.2016.

<sup>49</sup> Montandon, Jacques, *Ibid.*, p. 52.

<sup>50</sup> *Revue Pro Jura*, n° 26, été 1978, p. 5.

<sup>51</sup> *Jura Pluriel*, n° 3, printemps-été 1983, p. 43.

<sup>52</sup> *Revue Pro Jura*, n° 23, hiver-printemps 1974-1975.

<sup>53</sup> *Jura Pluriel*, n° 60, automne-hiver 2011.

<sup>54</sup> *Jura Pluriel*, n° 1, printemps-été 1982, p. 35.

<sup>55</sup> *Jura Pluriel*, n° 8, automne-hiver 1985, p. 30-31.

<sup>56</sup> *Jura Pluriel*, n° 14, automne-hiver 1988, p. 34-37.

<sup>57</sup> *Jura Pluriel*, n° 21, printemps-été 1992, p. 26.

<sup>58</sup> *Jura Pluriel*, n° 33, printemps-été 1998, p. 22-23.

<sup>59</sup> *Jura Pluriel*, n° 26, automne-hiver 1994, p. 28-31.

<sup>60</sup> *Ibid.*, p. 5.

<sup>61</sup> Lire à ce propos Boisseaux, Stéphane. *La bataille des A.O.C. en Suisse: les appellations d'origine contrôlées et les nouveaux terroirs*. Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2004, p. 57-58.

<sup>62</sup> *Jura Pluriel*, n° 38, automne-hiver 2000, p. 7.

<sup>63</sup> *Jura Pluriel*, n° 12, automne-hiver 1987, p. 7.

<sup>64</sup> *Jura Pluriel*, n° 19, printemps-été 1991, p. 23-25.

<sup>65</sup> *Jura Pluriel*, n° 34, automne-hiver 1998, p. 34-37.

<sup>66</sup> Pro Jura (éd.), *Guide des spécialités du pays jurassien*, Moutier, Éditions Pro Jura, 1995, p. 1.

<sup>67</sup> Pro Jura (éd.), *Ibid.*, 1995, p. 28-29.

<sup>68</sup> Pro Jura (éd.), *Ibid.*, 1995, p. 36.

<sup>69</sup> Pro Jura (éd.), *Guide des produits du terroir et autres produits de bouche du pays jurassien*. Moutier, Éditions Pro Jura, 1997, p. 1.

<sup>70</sup> Pro Jura (éd.), *Ibid.*, 1997, p. 3.

<sup>71</sup> *Idem.*

<sup>72</sup> *Idem.*

<sup>73</sup> Site internet de Pro Jura, <http://www.projura.ch/Tourisme/En-quelques-mots.html>, consulté le 13.9.2016.

<sup>74</sup> *Jura Pluriel*, n° 52, automne-hiver 2007, p. 48-51.

<sup>75</sup> Hoffmeyer, Gilbert, *Jura: cuisine, souvenirs, légendes*, La Roulotte, 2000, p. 3.