

ENTREPRISES

É
D
I
T
O

L'élevage de porc de montagne n'est pas hors-sol ! Bien au contraire, plus de 90 % des éleveurs sont également éleveurs de bovins.

Ce lien au sol s'établit par l'utilisation des effluents porcins au bénéfice de nos voisins quand nos plans d'épandage dépassent régulièrement la surface de nos exploitations. Et au-delà de l'élevage, combien de nos abattoirs de montagne ne fonctionneraient plus sans les porcs qui y sont abattus ?

Notre élevage porcin est parfaitement complémentaire des élevages « à l'herbe », des ruminants.

Parmi les valeurs d'« Origine Montagne » figure le respect du territoire et des hommes. S'insérer dans l'économie et la vie sociale de nos montagnes fait bien partie de ces valeurs que nous défendons ensemble.

N'ayons pas peur d'affirmer la place irremplaçable que joue l'élevage porcin dans les zones herbagères de montagne.



Christian Guy,
Secrétaire général de l'Association Porc Montagne

Valtec So / Franvial : la coche, c'est leur truc !

Plus importante société de découpe de coches dans le Sud-Ouest, la société Valtec SO / Franvial à Lacaune s'investit dans le développement du segment de montagne.



Lorsque l'on évoque l'approvisionnement en viande de coches dans le sud de la France, le nom de la société Valtec SO / Franvial vient nécessairement à la bouche. Créée en 1988 à l'initiative d'acteurs régionaux pour servir les clients locaux, la société a bien grandi. « Je suis entré dans la société en 1995, explique Franck Martinez, son directeur, et nous découpons 300 coches par semaine. Aujourd'hui, nous en sommes à 1000 ! » L'engagement de la société pour son territoire de montagne s'est notamment traduit par un investissement de 4,5 millions d'euros en 2016, afin d'améliorer l'outil et d'obtenir des agréments export. Ce n'est pas par hasard si la collecte de coches couvre tout le sud de la France.



La société ne se contente pas de gérer sa situation géographique périphérique aux grands bassins de production et relativement isolée. « Nous voulons pouvoir proposer différentes qualités et démarches à un même salaisonnier. Avoir un portefeuille avec plusieurs qualités et origines, c'est ça notre force ! » C'est la raison de son orientation historique vers le Label rouge, les IGP, la montagne, le bio et bien sûr la coche VPF.

Les coches de montagne représentent 5 à 10 % du volume semaine. C'est pourquoi, la société s'engage dans la filière « Origine Montagne ». « C'est très difficile de mobiliser des éleveurs sur ce segment malgré les plus-values qualité, précise Franck Martinez, car les cours sont changeants. Mais il y a des éleveurs motivés et qui se battent pour ce projet. Pour nous comme pour les salaisonniers qui sont dans la filière, c'est vraiment un moyen de lutter face à la concurrence européenne. » Et de conclure : « C'est une démarche que je trouve équitable. »



ORIGINE MONTAGNE
Association Porc Montagne

Cité régionale de l'agriculture,
9 allée Pierre de Fermat
63170 AUBIÈRE
Tél. 04 73 28 77 81
www.charte-origine-montagne.com

Directeur de la publication : Georges Champeix
Directeur de la rédaction : Bruno Douniès
Rédaction : Association Porc Montagne
Conception : Agence Texto
Réalisation : Sépal
Impression sur papier certifié éco-labelisé
Crédits photos : Association Porc Montagne • Cantal salaisons • Franvial



MARCHÉS

Une croissance qui se confirme

L'année 2016 a confirmé la tendance constatée au quatrième trimestre de 2015. Les produits à la marque «Origine Montagne» poursuivent leur croissance : + 39 % en un an !

Nos adhérents nous avaient prévenus, la forte hausse du dernier trimestre 2015 devait se pérenniser les mois suivants. Cela a bien été le cas, logiquement, puisque les nouveaux produits et nouveaux marchés qui avaient ouvert leurs portes ont continué à s'approvisionner en «Origine Montagne». Aussi, la progression est spectaculaire en 2016.

Cette performance est encourageante car elle est réalisée grâce à de nouveaux marchés qui diversifient le type de présence des produits. Ainsi, les produits «Origine Montagne» sont présents en grande distribution et dans le réseau traditionnel sous marque d'entreprise, selon les transformateurs, mais également en restauration hors domicile et en marque de distributeur. Progressivement, la diffusion des produits s'élargit, tant en nombre de produits (largeur et profondeur de gamme) qu'en nombre de points de vente et en diversité de réseaux de distribution.

L'année 2017 s'est donc ouverte sous de bons auspices puisque les sillons creusés par les uns et les autres ne demandent qu'à être approfondis. Et, acceptons-en l'augure, d'autres marchés verront le jour dans les prochains mois.

1900 € par élevage.

C'est le montant moyen des plus-values qualité «Origine Montagne» générées pour les éleveurs adhérents en 2016. Les plus-values sont appliquées à chaque kilogramme de viande de porc de montagne commercialisé à la fin d'être conditionné ou transformé avec la marque collective. C'est l'engagement central de la Charte interprofessionnelle «Origine Montagne».

ORGANISATION

20 ans de combat

L'association Porc Montagne souffle ses 20 bougies. Une longue histoire semée d'embûches mais faite aussi de succès et dont «Origine Montagne» est l'un des fruits.

Rassemblés en assemblée générale d'APM le 7 septembre, les acteurs de la filière porcine de montagne ont profité de l'occasion pour souffler les 20 bougies de l'association. Créée en 1996, APM n'est que l'outil imaginé par quelques responsables porcins de montagne décidés à se prendre en main pour défendre leur production montagnarde. De l'aide à la qualité, en passant par le décret montagne de 2000, puis par la marque «porc de montagne» dès 2001 et la reconnaissance au titre de certification produit en 2003, le chemin d'APM est passé aussi par le programme de R&D «produit de montagne», jusqu'à l'obtention d'une indemnité compensatrice de handicaps naturels pour les éleveurs de montagne depuis 2015.

Dotés d'une volonté farouche de défendre les éleveurs de porcins et les entreprises de la filière de montagne, les membres d'APM ont su construire des projets aujourd'hui reconnus de tous. À son actif, notamment, l'idée maintenant bien entrée dans les esprits que l'agriculture de montagne, c'est aussi un élevage porcin, et sa filière, qui contribue à l'équilibre et la richesse de ce territoire.



COLLOQUE

Origine Montagne au Global Food Forum

Le Global Food Forum est une instance mise en place par quelques parlementaires européens et des organisations professionnelles qui s'interrogent sur les futures politiques agricoles dans l'Union Européenne. Le 22 juin 2017, une session de réflexion avait lieu à Lans-en-Vercors, en présence du Commissaire européen à l'agriculture, afin de dessiner les contours des interventions à venir en faveur de l'agriculture de montagne. Lors de la table ronde sur la création de valeur ajoutée, le président d'Origine Montagne, Georges Champeix, a pu présenter les grandes lignes de notre démarche.

Aux côtés du président de la Fédération Nationale Bovine, du président du syndicat des éleveurs irlandais, du président de l'AOP Raclette de Savoie et de l'ancien vice-président du Consortium du Parmeggiano Reggiano, il a décrit la dynamique collective qui a débouché sur la filière porcine Origine Montagne.

La journée a, par ailleurs, beaucoup porté sur les politiques structurelles de l'UE et les compensations de handicaps naturels. Présents dans chacun des ateliers, des membres de l'Association Porc Montagne n'ont pas manqué de rappeler que la montagne ne se résume pas à des vaches et des brebis, mais que l'élevage porcin et la transformation charcutière y jouent un rôle essentiel dans l'équilibre du territoire.

Vidéo de l'intervention sur la page <https://www.facebook.com/origine.montagne/>



PROMOTION

Une activité intense

Faire connaître la marque, ses engagements et ses produits est l'une des missions de l'association Porc Montagne. Elle anime un important dispositif dans les lieux de vente.

Accompagner les produits auprès des consommateurs pour les faire connaître et expliquer nos engagements, tel est l'axe prioritaire retenu pour les actions de promotion d'Origine Montagne. Pourquoi un tel choix ? Parce qu'avant de relayer de la notoriété, il faut la créer. Pour cela, il faut être au plus près des consommateurs sur les lieux de vente. L'étude conduite en 2015 par un groupe d'étudiants avait en effet montré qu'Origine Montagne aurait sans doute intérêt à plus et mieux expliquer ses valeurs éthiques, qui sont ses éléments différenciant. Aussi, la visibilité dans les magasins au travers d'animation a mobilisé le plus d'efforts.

De début 2016 à juin 2017, la campagne d'animations en magasin a représenté un volume conséquent de journées. En effet, au total ce sont 562 journées, pour 279 animations, qui ont été réalisées. À cela, il faut ajouter la mise en place de meubles en bois, de charrettes et de box carton aux couleurs de la marque collective qui ont également rendu plus visibles les produits. Cet effort important sera poursuivi en 2018 et 2019. Grâce au soutien de l'État et des régions dans le cadre de la Convention Massif central, ce plan de promotion ambitieux va pouvoir perdurer.



PARTENAIRES

Valtitude

Partenaire du projet « Origine Montagne » depuis 2013, le groupe Altitude développe une gamme étendue de produits du porc. Sa nouvelle marque, « Valtitude » a pour objectif d'unifier sous une seule bannière différentes gammes de l'entreprise. En plus de son lien à la montagne, comme son nom l'indique, la marque est accompagnée d'une campagne de présentation mettant particulièrement en avant les éleveurs de la coopérative.

Que ce soit en gamme fraîche, en charcuterie cuite ou en salaisons sèches, ses entreprises couvrent tout le spectre de valorisation du porc. C'est pour le groupe Altitude une stratégie destinée à créer le maximum de valeur pour les éleveurs-coopérateurs qui approvisionnent ses ateliers. Mais celle-ci s'accompagne également d'un effort de différenciation pour être présent sur des marchés à forte valeur ajoutée. Ainsi, les produits secs sont orientés vers l'IGP salaisons d'Auvergne et la viande fraîche vers différents segments comme le porc Capelin, ou la gamme « porc de montagne ».

Le groupe Altitude a toujours opté pour la valorisation de la montagne dans les produits du porc. C'est donc

naturellement qu'il a adhéré à « Origine Montagne ». C'est tout aussi naturellement que le logo « Origine Montagne » a été apposé sur la plupart des produits de la gamme « Valtitude ». Une belle initiative de renouvellement qui démontre que les montagnards savent innover en marketing.



TÉMOIGNAGE

Tout miser sur le porc en montagne, c'est possible !

En 2011, Philippe Boularan a fait le choix de spécialiser son élevage mixte bovin-porcin sur l'atelier porc. Une évolution qui lui donne entière satisfaction.

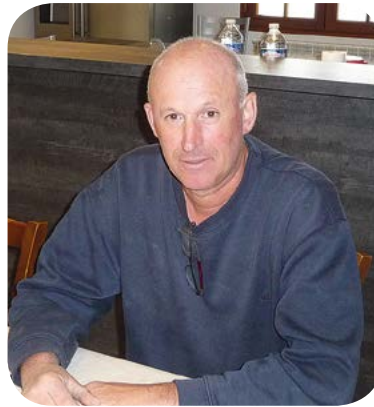
Pour atteindre la Blancharderie, à la limite de l'Aveyron et du Tarn, en venant de Saint-Sernin-sur-Rance, il faut gravir 3 km sur une route sinueuse, à flanc de pente. Pas de doute, nous sommes bien en montagne ! Le hameau domine la vallée de la Rance, alors que les bâtiments de l'EARL la Blancharderie sont situés à 700 mètres d'altitude en bordure du plateau.

C'est là que Philippe Boularan a fait le choix, en 2011, d'arrêter la production laitière de vache pour se spécialiser en porcs. « Certains m'ont dit que j'ai eu le nez creux avant la crise laitière. C'est plutôt un raisonnement économique qui m'y a conduit. C'est aussi un choix très personnel : je me sentais mieux dans la filière porcine que dans le lait. », explique-t-il. Actuellement, son système est basé sur une activité de naissance en maternité collective de 500 truies, avec d'autres éleveurs associés, Porcy Sud. Sur l'élevage, seule est réalisée l'activité d'engraissement, de 25 à 120 kg. Un projet d'extension est en cours de réalisation qui portera le nombre de places d'engraissement à 2000. Il y a un salarié avec lui. Les terres labourables fournissent des céréales transformées sur place. Quelques génisses à viande complètent l'élevage pour utiliser les pentes...

« Pour moi, à part les frais de transport des protéines, être éleveur en montagne offre beaucoup d'avantages qui compensent l'isolement. », argumente Philippe. Grâce à ses surfaces cultivables il possède déjà une ressource alimentaire sur place. « Le reste je m'efforce de le trouver à proximité, à la fois en céréales chez mes voisins, et aussi en lactosérum de vache et de brebis. » Une forme d'économie circulaire pourrait-on dire. Il acquiesce à l'idée que son objectif est de tendre vers l'autonomie, à partir des ressources locales. Mais tempère-t-il : « Il faut beaucoup de rigueur et être très performant techniquement ! ».

L'environnement montagnard lui paraît aussi favorable pour l'acceptabilité de l'élevage de porcs, « parce qu'on a moins de voisins. » Cependant, il reconnaît que les procédures qu'il a dû affronter, par certaines associations qui s'opposaient à ses projets d'agrandissement, ont été difficiles à vivre. Mais Philippe Boularan n'est pas du genre à baisser les bras et il a réussi. Il juge aussi qu'en montagne, les éleveurs de porcs ont des alliés naturels ; leurs voisins éleveurs de ruminants qui apprécient tout particulièrement les apports en lisier de porcs sur leurs surfaces en céréales.

Pour lui, il n'y a pas de doute : « Un éleveur de porc, bien organisé, peut vivre comme tout le monde : avoir des congés, prendre des



week-ends en famille. » Adhérent au groupement d'éleveurs Alliance Porci d'Oc, Philippe Boularan a pris quelques responsabilités dans les organisations de la coopérative car il considère que « les éleveurs doivent être partie prenante dans les décisions qui engagent leur avenir. » Engagé dans la filière « Origine

Montagne », il estime que le développement de la démarche est long et il aimerait en percevoir une meilleure rémunération, mais il reconnaît que « c'est vrai pour toutes les démarches de qualité. Il faut du temps pour construire. »

PÉDAGOGIE

Une borne tactile

Parce que les questions sociétales posées par les consommateurs sont toujours plus nombreuses, la sensibilisation à la réalité des métiers de l'élevage est un élément crucial pour toutes les filières.



Noël Thuret, éleveurs dans le Puy-de-Dôme, en grande explication.

On ne peut pas dissocier complètement le produit consommé (le saucisson par exemple) des méthodes d'élevage. C'est en tout cas ce qui ressort des questions de consommateurs.

Pour tenter d'y répondre, en partenariat avec l'IPAL, Origine Montagne a été présent pendant cinq jours sur la « Ferme du Massif », événement au cœur de l'événement de la Foire internationale de Clermont-Ferrand. À côté des incontournables dégustations pour présenter la démarche, une animation réalisée par des éleveurs de porcs expliquait les grandes phases de l'élevage d'un porc, selon les méthodes modernes de production. Une borne tactile conçue à cet effet par le CDMP a largement contribué à la rencontre avec les très nombreux visiteurs.