



# NOS TERRES MONTAGNE

Numéro 1  
Mai 2012

Lettre de l'Association interprofessionnelle Porc Montagne

ACTUALITÉ

E  
D  
I  
T  
O

Chers acteurs de la filière porcine de montagne, je suis heureux de vous présenter le premier numéro de notre newsletter. Tous les trimestres cette publication au nom évocateur vous permettra de rester informés sur tous les temps forts de la filière. Notre démarche Origine Montagne est au cœur d'une stratégie commune, où tous les métiers sont fédérés. Cette newsletter en sera l'un des outils emblématiques.

Pour ce premier numéro, nous revenons sur le lancement de la démarche Origine Montagne. Une soirée très réussie, riche en interventions et en émotions, qui marque le point de départ d'une belle aventure, pour la promotion des produits issus de la filière porcine de montagne et le maintien de l'activité agricole de nos territoires.



**Georges Champeix,**  
Président  
de l'Association  
Porc Montagne

## ORIGINE MONTAGNE Association Porc Montagne

128 avenue de Conthe - 15000 Aurillac  
Tél : 04 71 63 88 69  
www.charte-origine-montagne.com

Directeur de la publication : Georges Champeix  
Directeur de la rédaction : Bruno Douniès  
Rédaction : Agence Texto  
Conception et réalisation : Agence Texto  
Impression sur papier certifié éco-labelisé  
Crédits photos : Agence Texto

## Une nouvelle marque collective est née

Le 26 avril dernier était officiellement lancée la démarche Origine Montagne. Une stratégie commune révélée aux professionnels de la filière, aux journalistes et aux distributeurs. Retour sur cette soirée.



Une partie des signataires de la charte devant le logo Origine Montagne

Derrière cette manifestation sous le signe de la convivialité et de la bonne humeur se cachait un enjeu essentiel pour tous les acteurs de la filière porcine de montagne : la présentation de notre stratégie commune, destinée à distinguer le porc Origine Montagne et de maintenir l'activité agricole sur nos territoires montagnards.

C'est lors de cette soirée qu'a officiellement été dévoilé le logo Origine Montagne, qui sera désormais apposé sur les produits issus des entreprises adhérentes à la démarche. Une véritable garantie de qualité pour les consommateurs !

Valérie Choffez de l'ISARA : « Voici le logo qui reflètera les valeurs de la

charte Origine Montagne. Clairement identifiable avec ses couleurs vives et la petite queue de cochon qui vient comme une signature, il se mémorise facilement. Les deux mots qu'il contient disent nos valeurs phares : « origine » et « montagne ».

Un logo déjà très apprécié de la presse professionnelle. « L'aspect marketing autour du logo est très intéressant, selon Estelle Polette, journaliste à Porc Magazine. Le choix des couleurs, la présence de la montagne sont bien pensés et l'aspect circulaire, qui a trait aux sentiments, est une bonne chose car la filière porcine ne bénéficie pas toujours d'une image très positive auprès des consommateurs. »

# La première pierre de l'édifice est posée, reste maintenant à construire...

**Issue d'une réflexion et d'un travail de longue haleine, initiés dès la création de l'Association Porc Montagne en 1997, la démarche Origine Montagne est lancée.**

Une première étape primordiale, certes, mais qu'il s'agit de renforcer et de porter haut afin de convaincre les collectivités de nous soutenir et les distributeurs de référencer les produits bénéficiant de cette nouvelle marque collective.



*Une initiative encouragée par les parlementaires  
Au pupitre Philippe Meunier député du Rhône.*



## La grande distribution intéressée

Très sensibles à la démarche Origine Montagne, les distributeurs attendent plus d'informations sur les critères qualité des produits Origine Montagne. Pour Alain Fretellière, ancien directeur Reflets de France chez Carrefour : « Origine Montagne inscrit

*les produits dans une démarche de différenciation. Nous sommes impatients d'en savoir plus sur le porc élevé en montagne : ses qualités organoleptiques, les races, etc. »*

## Une initiative encouragée

Philippe Meunier, député du Rhône, conseiller régional Rhône-Alpes et membre du Club Les Amis du Cochon : « La filière porcine permet de faire vivre notre territoire. Très nombreux sont les parlementaires qui soutiennent votre action. Continuez sans baisser la tête. Vous pouvez compter sur nous, quelle que soit notre couleur politique. »

# Une filière fragile

## Les intervenants ont tous été clairs sur les enjeux de la filière porcine de montagne...

Avec seulement 700 000 porcs et des surcoûts inhérents au territoire, l'élevage de porcs de montagne est menacé. Pour Georges Champeix, « nous sommes au pied du mur ». D'où la nécessité d'agir avec la création de cette démarche. « Il faut maintenant convaincre la grande distribution et le consommateur, notre réussite dépend de cela. Créons notre chemin ! » a conclu le président d'APM.

## Une démarche forte qui insuffle l'optimisme

Tous les espoirs sont néanmoins permis. Jean-Michel Serres, président de la FNP et Dominique Barrau, directeur de la FNSEA, ont insisté sur la pertinence du calendrier : « Il était important de lancer cette démarche maintenant, à la veille d'une révision de la politique agricole commune ».



*Dominique Barrau et  
Jean-Michel Serres*



# Des acteurs mobilisés !

## TÉMOIGNAGES

### PHILIPPE LECOUCVEY

Directeur de l'IFIP

« Nous visions trois éléments essentiels pour réussir : une vraie dynamique de filière, une approche produit forte et l'implication de toutes les entreprises. »



## De nombreux territoires de montagne déjà représentés !

12 entreprises adhèrent déjà à la démarche Origine Montagne et leur représentant ont symboliquement signé la charte lors de la soirée de lancement. Parmi ceux-ci : C. Guy (représentant le collège éleveurs d'APM, Cantal), B. André (abatteur découpeur, Le Montagnard des Alpes, Hautes-Alpes), S. Clamagirand (abatteur découpeur, société Roussaly, Tarn), D. Raynal (abatteur découpeur, société Porc Montagne, Aveyron), C. Colombo (salaisonnier, France Salaison, Rhône), J-M. Favre, (salaisonnier, société Gesler, Ain), G. Champeix (salaisonnier, LC Salaison, Ardèche), J. Fouilloux (salaisonnier, Salaison du Mâconnais, Saône-et-Loire), T. Lafragette (transformateur, PMD/Valporcs, Cantal), R. Destreil (salaisonnier, société Serrault, Aveyron), A. Décembre (conditionneur, Tranchages de la Jasse, Aveyron), et la société Franvial (Tarn) qui ne pouvait être présente à la manifestation.

### DOMINIQUE BARRAU

Secrétaire général de la FNSEA

« La montagne, comme la campagne, est un gage de sécurité pour les consommateurs. Alors ne parlons plus de nos handicaps mais de nos projets ! Des pistes européennes sont en voie de travail, vous pouvez compter sur la FNSEA pour les faire aboutir. On se sert beaucoup de nos noms, comme la charcuterie « d'Auvergne » par exemple, alors même que ces territoires de montagne restent en difficulté. Il faut faire réagir les collectivités régionales. La FNSEA accompagnera ces démarches et réfléchira à vos côtés à de nouvelles initiatives. Je lance un appel aux distributeurs : n'avez-vous pas envie de participer à cette belle aventure ? Nous sommes prêts ! Participez à la construction de cette histoire avec nous ! »

### JEAN-LUC MERMET

Responsable Boucherie du groupe Provencia / Carrefour

« Je pense sincèrement qu'il s'agit d'une bonne démarche. La montagne parle aux consommateurs, surtout dans nos régions. Un produit avec un logo montagne est rassurant, c'est synonyme de ruralité, de bien-être animal, de vraies valeurs. C'est un vrai plus. »

### GEORGES CHAMPEIX

Président d'APM

« Si chaque entreprise adhérente à la démarche Origine Montagne défend les valeurs qu'elle a signées, alors il y aura une réussite derrière ! »

## Une sportive qui défend la qualité et la montagne

**Sandrine Bailly**, double médaillée olympique en biathlon

« Sur la demande de la société Gesler, j'ai accepté de parrainer cette soirée car j'ai vite fait le parallèle entre le sport de haut niveau et l'entreprise ! Dans les deux cas, il faut être uni et avoir une équipe soudée pour réussir. Et puis je suis directement concernée par les problématiques liées à l'agriculture et au territoire : mon père est producteur de lait et la montagne est mon terrain de jeu privilégié en tant que biathlète. »



### JACQUES LEMAÎTRE

Président de l'IFIP et de la commission viande blanche de FranceAgriMer

« Je tiens à remercier et à féliciter Georges Champeix pour la force et la conviction avec lesquelles il a mené cette bataille. L'IFIP a fait appel à FranceAgriMer pour aider à la préservation de la production porcine en zones difficiles. »

## Une marque de cohésion

La mise en scène de la révélation du logo Origine Montagne ne pouvait pas être plus emblématique de la filière ! En effet, se sont succédés Maurice Imbert, éleveur, Bruno André, abatteur découpeur et Christophe Berthier, transformateur, chacun apportant leur contribution en plaçant un morceau du fameux logo. Et c'est Sandrine Bailly qui a conclu en apposant le mot « montagne », touche finale de cette reconstitution. Une théâtralisation à l'image du travail de toute une filière, où tous les métiers sont fédérés pour défendre leurs produits, leurs savoir-faire et leur territoire !



## COMMUNICATION

# Marque Origine Montagne : une communication sur tous les fronts



### Vous faites partie de la filière porcine de montagne ?

Que vous soyez éleveur, abatteur découpeur, salaisonnier ou fabricant transformateur, rejoignez le mouvement pour la défense des produits porcins de montagne et bénéficiez des retombées d'une puissante campagne de communication. De nombreux outils ont été développés et mis à disposition des entreprises :

- un logo Origine Montagne apposé sur les produits, gage de qualité et garant d'une origine géographique sûre auprès des consommateurs,
- un site web dédié [www.charte-origine-montagne.com](http://www.charte-origine-montagne.com),
- des annonces presse professionnelles,
- un argumentaire commercial présentant la charte et comprenant une fiche sur votre entreprise,
- un film de présentation,
- un kit salon avec affiche 40 x 60 et roll-up,
- des outils pour animations en magasins : banque d'accueil, tabliers, box produits aux couleurs de la marque collective Origine Montagne,
- une PLV de comptoir spécifique pour le réseau traditionnel,
- des chevalets de table pour les restaurateurs.

## Côté presse : un engouement encourageant !

La présence de journalistes lors de la soirée du 26 avril dernier, ainsi que l'accueil réservé aux relances téléphoniques faites autour du lancement de la marque, ont démontré l'intérêt que suscite notre démarche auprès de la presse.

### Déjà une date à retenir !

En octobre 2012, avec le concours du Club des Amis du Cochon, un déjeuner avec les Parlementaires est programmé à Paris. L'occasion de convier la presse pour faire de nouveau parler de la démarche Origine Montagne. A suivre donc !

### Réactions à chaud

Interviews et articles à l'appui, nous avons le plaisir de constater que plusieurs journalistes ont choisi de nous consacrer une belle place dans les colonnes de leur média : différents titres de la presse écrite et du web ont d'ores et fait écho de notre démarche (LSA, Process Alimentaire.com, Réussir Porcs, L'information agricole du Rhône, Les Marchés Hebdo, etc...). Et la presse ne tarit pas des loges : LSA titrait « *Le porc des montagnes fait valoir sa différence* », Réussir Porcs avec « *Faire enfin de l'origine montagne un atout* » souligne l'importance de l'arrivée de la nouvelle marque, enfin pour L'info Agricole du Rhône « *Le Porc de montagne se démarque* ».

### Nourrir l'information

Chargée de la communication de notre marque, l'agence Texto (implantée à Annecy) dotée d'un service presse intégré, a pour mission l'orchestration et le suivi de ces relations privilégiées avec les journalistes. Ainsi sont prévus tout au long de l'année, l'envoi régulier d'informations et un travail assidu de relances téléphoniques afin d'obtenir le plus possibles d'articles et de reportages. Et si pour l'heure, c'est plutôt la presse professionnelle et spécialisée qui fait la part belle à la marque Origine Montagne, notre objectif est désormais de sensibiliser la presse grand public via des titres plus généralistes tels que Le Figaro, Le Monde, L'Express, etc.

## INTERNET

### Vous souhaitez en savoir plus sur la marque Origine Montagne ?

Rendez-vous sur notre site web :  
[www.charte-origine-montagne.com](http://www.charte-origine-montagne.com)

Vous trouverez toutes les informations sur la démarche Origine Montagne, les conditions d'adhésion, les valeurs, les engagements... Un espace pro vous est spécialement réservé et les consommateurs pourront en savoir plus sur la charte, votre entreprise et vos produits. Un soutien indispensable à l'ère du tout numérique !

