

ENTREPRISES

**É
D
I
T
O**

Une page se tourne à APM. Georges Champeix, président depuis la création de l'association en 1996 a décidé de passer la main. Au nom du conseil d'administration et des membres d'APM, je tiens à le remercier pour tout le travail entrepris et conduit sous sa présidence. Son action a été considérable et avait commencé bien avant. Son dynamisme, son engagement déterminé au service de la filière porcine de montagne, et d'abord des éleveurs, ont toujours été sans faille. Que ce soir l'aide à la qualité pour les éleveurs de porc de montagne, le décret montagne, l'ICHN porc, la structuration de la filière de montagne, l'avancée de la recherche sur les produits de montagne, le règlement européen sur la mention «produit de montagne», on ne compte plus les dossiers qu'il a défendus, le plus souvent avec succès. La démarche «Origine Montagne» est l'un de ses fleurons.

Comme nouveau président, je ne le remplacerai pas. Je lui succède et j'espère avoir la même capacité à fédérer des acteurs de la montagne pour continuer d'aller de l'avant.



Thierry Lafragette,
Président de l'Association Porc Montagne

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 : Thierry Lafragette

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 •
chambre d'agriculture du Cantal • France salaisons •
Plainemaison

CV. Francis Plainemaison : s'inscrire dans un collectif pour le territoire

Le savoir-faire des éleveurs de montagne dans une nouvelle gamme produit élaboré ultra fraîche, commercialisée au niveau national.



Le métier de CVF Plainemaison c'est l'achat vivant, la transformation et la vente à destination de la restauration hors domicile et de la GMS des viandes de bœuf français de race limousine, de veau et d'agneau. L'entreprise a développé un vrai savoir-faire dans les viandes haut de gamme et possède une large gamme de produits traditionnels. «Développer l'offre porc de l'entreprise avec une gamme de produits élaborés ultra frais "Porc de Montagne" a été un choix mûrement réfléchi, permettant à l'entreprise de répondre à ses besoins commerciaux, en cohérence avec sa politique de viandes haut de gamme et différenciantes», explique Philippe Bru le directeur général opérationnel.

Depuis plusieurs mois, Plainemaison approvisionne les rayons UVCI (pièces LS) de Monoprix en Porc Origine Montagne à marque distributeur «Monoprix Gourmet» et, plus récemment, TransGourmet dans sa démarche «TransGourmet Origine» en Porc de Montagne élevé sur paille.

La création et le développement de ces deux dossiers, d'un point de vue technique et logistique, n'ont pas été simples : l'entreprise est située à Limoges (87), dans la limite de la zone de montagne. Il est nécessaire de livrer cette gamme ultra fraîche tous les jours, à une vingtaine de plateformes environ réparties sur l'ensemble du territoire national.

Toutefois, si la réponse technique et logistique a été essentielle, c'est



CV. Francis Plainemaison est une entreprise historique de Limoges, spécialiste de la viande limousine. Elle fait partie intégrante depuis 1995 des entreprises Beauvallet.

l'existence même du collectif Origine Montagne qui a décidé l'entreprise de travailler et commercialiser les produits porc de montagne à Limoges : «Pour moi les choses étaient simples ; soit Plainemaison rentrait dans l'association, soit je cherchais un autre produit. Faire partie d'un collectif, mettre en avant des éleveurs partenaires, s'appuyer sur un cahier des charges et des produits dont on connaît l'origine, sont autant d'arguments qui doivent accompagner nos produits et qui permettent de raconter leur histoire aux consommateurs finaux».

La motivation de Plainemaison n'est pas que commerciale. «Dans ce projet, nous participons à la vie des territoires de montagne et leurs valeurs correspondent à celles de l'entreprise, avec des produits authentiques de qualité», confie cet Aveyronnais d'origine.

Préparer la suite

Thierry Lafragette, nouveau président de l'Association Porc montagne, nous présente sa vision de l'action qu'il compte conduire.

Nos terres montagne : Thierry Lafragette, pouvez-vous vous présenter ?

Thierry Lafragette : Je suis éleveur de porcs dans le Lot en élevage individuel. Mon élevage compte 160 truies en système naisseur-engraisseur avec 25 ha de céréales. L'élevage a une salariée. Je suis adhérent à la CAPP et je suis adhérent à Origine Montagne. J'étais déjà vice-président d'APM.



NTM : Quelles sont les priorités pour la filière porcine de montagne ?

TL : D'abord, continuer à rechercher de nouvelles sources de valeur ajoutée tout en s'adaptant aux évolutions des marchés. Le collectif doit permettre la création de richesses et d'en renvoyer le maximum possible vers les éleveurs. C'est le maillon le plus faible de la filière. Mais en même temps, nous ne devons pas lâcher l'autre axe d'APM qui est la pérennisation et l'amplification d'un soutien public aux éleveurs, comme avec l'ICHN.

NTM : Comment voyez-vous l'adaptation aux marchés ? Vous pensez aux exigences sociétales ?

TL : La segmentation montagne est un segment qualité en soi. Il faut donc œuvrer ensemble à l'exploiter jusqu'au bout avant de penser rajouter de nouveaux critères sociétaux. C'est la raison d'être d'Origine Montagne. Donc tout en regardant ce qui

se passe autour de nous, il ne faut envisager d'évolution que si c'est possible techniquement et économiquement. Mais je pense aussi à la contractualisation et aux pistes ouvertes par les États généraux de l'alimentation.

NTM : Comment envisagez-vous votre nouveau rôle de président ?

TL : Je m'efforcerai d'être à l'écoute de toutes les familles de la filière et de tous les partenaires. Il faut arriver à maintenir la communauté d'intérêt qui s'est construite autour d'Origine Montagne. C'est le collectif qui doit se gérer. Je ne crois

pas à l'homme fort qui décide de tout. Ce n'était pas le cas de Georges Champeix, ce ne le sera pas plus avec moi.

NTM : Êtes-vous optimiste pour l'avenir de la filière Origine Montagne ?

TL : Oui, je suis optimiste car le dossier progresse et d'autres entreprises nous rejoignent. Maintenant, le facteur limitant c'est la fragilité des élevages et le manque de rentabilité générale. Si nous trouvons de la sérénité économique, il y aura des jeunes et de l'avenir. Ce qui vaut pour les élevages vaut pour les responsabilités collectives. Je me sens donc comme un président de transition entre deux générations. Je vais travailler à faire monter des jeunes qui reprendront le projet collectif à leur compte.

MARCHÉ

Origine Montagne consolide ses positions

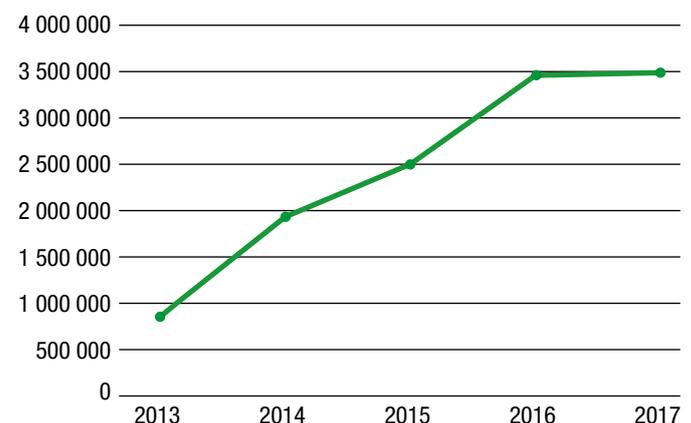
Présente depuis 2013 dans les rayons, la marque Origine Montagne s'installe dans le paysage comme le montre l'évolution des ventes en 2017.

Pour l'année 2017, le chiffre d'affaires total déclaré par les entreprises adhérentes à «Origine Montagne» s'élève à 3 500 000 € soit une croissance de 1,6 % par rapport à l'année précédente. Après deux exercices de forte progression, cette année marque une consolidation des marchés ouverts en 2015, confirme le positionnement sur le marché de la restauration hors domicile et la mise en place de produits de salaison sous Marque De Distributeurs.

Pour l'année 2017, le montant des redevances plus-values qualité, prévues dans l'accord qualité Origine Montagne, est stable. La plus-value moyenne ramenée au nombre d'adhérents, représente 1 600 € en moyenne par site d'élevage.

L'année 2018 devrait renouer avec un bon rythme de croissance grâce, notamment, à l'arrivée de nouveaux partenaires. C'est déjà le cas au premier trimestre puisque pour la première fois, le chiffre d'affaires trimestriel dépasse le million d'euros, ce qui laisse présager d'une nouvelle progression en 2018.

Chiffre affaire Origine Montagne annuel





FILIÈRE

Politiques publiques

Le Conseil régional d'Auvergne-Rhône-Alpes a engagé un plan de filière porc de plus de 1,8 million d'euros sur trois ans. Il accompagnera entre autres la démarche montagne.

Le 17 mai 2018, le Conseil régional d'Auvergne-Rhône-Alpes a signé un plan filière porc doté de plus de 1,8 million d'euros pour trois ans. Ce plan qui s'étalera de 2018 à 2020, formalise l'engagement de la région auprès de la filière, représentée par le comité régional porcin. Le point essentiel de ce plan est la participation de la région à un fonds d'investissement dans les élevages de porcs qui existe déjà sur la partie Rhône-Alpes et qui va ainsi pouvoir être déployé sur les autres départements de la région. Par ailleurs, le plan filière porc soutient des moyens d'animation et d'accompagnement des entreprises dans leur démarche de progrès, comme dans la valorisation de l'image de la production régionale et des filières de qualité. Ainsi la région intervient aussi en accompagnement des démarches IGP Salaisons d'Auvergne, IGP Porc fermier d'Auvergne et « Origine Montagne ».

Ce plan intéresse grandement « Origine Montagne » puisqu'une moitié des éleveurs adhérents sont situés dans cette région, ainsi que des abattoirs et la quasi-totalité des transformateurs adhérents. D'ailleurs, la journée avait commencé par une visite



de Cantal salaison, à Aurillac, où le vice-président de la Région, en charge des dossiers agricoles, Jean-Pierre Taite, a pu découvrir tout le savoir-faire montagnard.

PRODUITS

La gamme Saint-Azay s'étoffe.

Depuis le début de l'année 2018, les clients de magasin Leclerc peuvent acheter un nouveau produit « Origine Montagne » sous la marque Saint-Azay. En effet, un jambon sec tranché vient désormais compléter la gamme saucisson sec et saucisse sèche lancée en 2016.

Cette gamme est née d'un partenariat avec France Salaisons, dont le site est à Saint-Symphorien-sur-Coise dans le département du Rhône. Les jambons secs sont élaborés dans l'entreprise Cros de l'Aveyron en contractualisation avec France salaisons. Notre adhérent poursuit ainsi son développement commercial en produit de montagne au travers de cette Marque de Distributeur qui complète l'offre déjà présente sous la marque « Maison Colombo » dans d'autres enseignes dont Auchan et Carrefour.



QUALITÉ

Comité de dégustation

Conformément à ses engagements de suivi de la qualité des produits sous la marque « Origine Montagne », l'association Porc Montagne a réuni en avril 2018 un comité de dégustation. Ce comité composé d'experts professionnels a pour mission de contrôler régulièrement la qualité des produits mis en marché.

Ainsi, il a jugé de la qualité (visuelle, texture et gustative) de différents produits des adhérents à la démarche et ses remarques sont adressées à chacun à titre d'information.

Si des dérives étaient constatées, les membres du comité pourraient alors travailler avec les entreprises pour corriger le tir.

Lors de cette session, deux saucissons secs, deux saucisses sèches, deux jambons secs tranchés et un pâté ont été dégustés. Une prochaine session aura lieu à l'automne et concernera d'autres produits.

TÉMOIGNAGE

Éthique et performance

Au Gaec de Lante, si les projets sont légion, le moteur de l'élevage est une éthique d'éleveur qui a conduit naturellement la famille Thévenin à adhérer à Origine Montagne dès que cela a été possible.

La première impression que l'on éprouve en quittant Fabien Thévenin, en Gaec avec son frère sur la commune de Lapeyrouse dans le Puy-de-Dôme, est celle d'une personne très inventive, toujours à la recherche de la meilleure performance économique. Mais à bien y repenser, c'est la combinaison entre cette exigence et une grande éthique d'éleveur qui se dégage.

«*Les animaux on doit les respecter. Mais, nous, nous sommes des hommes et donc des omnivores, alors il faut bien manger de la viande.*» Lâchée sans calcul, toute l'éthique de Fabien semble résumée dans cette phrase. Car si c'est un éleveur dont l'un des leitmotivs est la recherche de la compétitivité, approvisionner la filière montagne et élever des porcs qui sortent du standard paraît au moins aussi essentiel.

Olivier et Fabien, les deux frères associés du Gaec, sont tombés dans le porc depuis tous petits. Leur père avait déjà construit un bel élevage porcin au pays de la charolaise. Il avait co-fondé la maternité collective toute proche et à leurs installations respectives, en 1998 et 1996, se sont faites sur le porc par manque de surface. Vingt ans plus tard, l'élevage compte 220 hectares de SAU et 20 hectares d'estive, pour un troupeau de 55 vaches allaitantes et leur suite, mais dont la production principale est le porc. Avec trois sites, l'élevage produit 6600 porcs par an.

En 2015, l'assolement a été restructuré afin d'augmenter la surface en céréales autoconsommées, portée à 80 hectares (60 ha pour les porcs et 20 pour les bovins). L'élevage a donc pu intégrer du maïs humide broyé dans la ration des porcs, les cultures se situant dans la partie basse de l'exploitation.

«*Entrer dans la démarche montagne est dans la logique de la structure, explique-t-il. Nous sommes dans la zone, nous cultivons au moins 25 % de l'alimentation des porcs sur place et nous percevons une plus-value.*» Il a aussi apprécié la modification de l'ICHN en 2015, «*un vrai plus pour les céréales des porcs*». En groupement avec Cirhyo, les porcs du Vernet sont abattus dans l'Allier limitrophe, à Lapalisse. «*Cela fait des belles côtes de porc, les porcs montagne. Il faut que les transformateurs sachent fabriquer et vendre des produits pleins de typicité pour créer de la valeur jusqu'aux éleveurs.*»



Fabien Thévenin aux commandes du poste d'alimentation des porcs.

Modification de l'assolement, modernisation des bâtiments d'élevage, fabrication d'aliments à la ferme, valorisation de coproduits locaux, photovoltaïque, les améliorations ne manquent pas. «*Mon hiver, c'est ça : construire des projets devant mon ordinateur. De toute façon, la vie est faite d'opportunités. Les trouver c'est compliqué, surtout pendant ces années de prix bas, mais c'est passionnant.*»

Mais voici le plus beau projet de l'élevage qui passe dans le bureau : Emmanuel, le fils de Fabien, qui commence ses études agricoles en vue de son installation... en porc sans doute.

WEB

Vous avez une page Facebook ? Faites-le nous savoir

Origine Montagne possède sa page Facebook depuis bientôt deux ans. Comme tout réseau social qui fonctionne par le partage et le relais de l'information, ce média doit nous permettre de parler de la vie des élevages et des entreprises adhérentes. Ce sont d'ailleurs les publications qui intéressent le plus les abonnés.

Aussi pour animer cette page, nous sommes à la recherche d'éleveurs de porc Origine Montagne qui animeraient leur propre page et dont nous pourrions relayer les publications sur le quotidien de l'élevage ou de l'entreprise. Aussi, n'hésitez pas à vous faire connaître sur la page <https://www.facebook.com/origine.montagne/>

