



**NOS**

# TERRES MONTAGNE

Numéro 3  
Janv. 2013

Lettre de l'Association interprofessionnelle Porc Montagne

ACTUALITÉ

## OBJECTIF NOTORIÉTÉ !

**E  
D  
I  
T  
O**  
2013 commence fort ! Après une année 2012 décisive et chargée en émotion avec le tant attendu lancement de notre démarche Origine Montagne, 2013 doit s'inscrire dans la concrétisation de ce projet. Parce que ce début d'année est le moment opportun pour pleinement lancer la marque Origine Montagne, nous mettons tout en œuvre pour sensibiliser au maximum distributeurs et consommateurs. Présence au Sénat, au Sommet de l'élevage, au SIRHA, renforcement de notre communication : nous redoublons d'énergie pour porter haut et faire vivre notre beau projet, conscients qu'il nous reste un important cap à franchir !

C'est dans cet élan de dynamisme que nous vous présentons nos meilleurs vœux pour 2013. Nous comptons sur vous pour garder cette ambition, cette cohésion et cette belle vitalité qui nous ont déjà valu de faire naître ce remarquable projet. Excellente année à tous !



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

### ORIGINE MONTAGNE Association Porc Montagne

Cité régionale de l'agriculture,  
9 allée Pierre de Fermat  
63170 AUBIERE  
Tél : 04 73 28 77 81  
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 : Texto • Association Porc Montagne  
• France Salaisons

## La marque Origine Montagne fait son entrée en GMS avec France Salaisons !

La société de transformation France Salaisons est l'une des premières à commercialiser des produits Origine Montagne en GMS ! Pièces entières pour les rayons coupe, salaisons et produits tranchés pour les rayons libre-service et frais emballé : les consommateurs peuvent d'ores et déjà trouver, sous la marque Colombo, une gamme entière de produits Origine Montagne.



Cyril Colombo

Engagé dans le projet Origine Montagne depuis 2009, Cyril Colombo, directeur de France Salaisons, s'est beaucoup investi dans le projet Origine Montagne. Pas étonnant, donc, que sa société soit l'une des premières à commercialiser les produits porteurs de cette nouvelle marque en GMS !

« C'est un projet fédérateur auquel nous croyons beaucoup avec mon équipe, précisez-t'il, une démarche éthique et solidaire inédite en France ! La marque Origine Montagne est la signature par excellence garantissant vraiment l'origine. En charcuterie, les signes de qualité existants ne garantissent que le lieu de transformation ou de fabrication. Origine Montagne va bien au-delà : c'est l'assurance que l'animal est né, élevé, abattu et transformé en zone de montagne. C'est la marque

la plus crédible, les distributeurs et les consommateurs y seront sensibles. Je pense que ces produits sont un bon moyen pour les GMS de se différencier et d'apporter de l'innovation au rayon charcuterie, tout en mettant en valeur nos territoires. »

Des animations en magasins sont prévues pour faire goûter les produits et expliquer la démarche Origine Montagne aux consommateurs. La longue séchée et tranchée, qui sera présentée au SIRHA à la fin du mois, viendra bientôt compléter la gamme proposée en rayons.

« Nous espérons que les consommateurs achèteront nos produits autant pour leurs qualités organoleptiques que pour les valeurs de "commerce équitable à la française" qu'ils véhiculent. »



STRATÉGIE

## Origine Montagne au Sénat !

Le 4 décembre dernier, l'Association Porc Montagne a présenté sa démarche et ses produits au Sénat lors d'une soirée parlementaire organisée par le Club de la Table Française et le Club des Amis du Cochon, aux côtés de l'Organisme de Défense et de Gestion du Beaujolais. Retour sur ce temps fort dans la reconnaissance de notre marque collective ! Une soirée très attendue par toute la filière porcine de montagne.

Cet événement, destiné à présenter le porc Origine Montagne et à sensibiliser les parlementaires aux problématiques de l'activité en zone de montagne, a permis à notre président Georges Champeix d'expliquer l'ensemble de la démarche, en mettant l'accent sur nos trois valeurs fondamentales : le respect des hommes, du territoire et des produits. Les remerciements qu'il a adressés à notre partenaire financier France Agrimer a été l'occasion de revenir sur la nécessité de viabilité économique de ce projet, afin que tous les acteurs puissent vivre de leur production. Un besoin d'autant plus urgent que le porc Origine Montagne doit gagner en compétitivité, son différentiel avec le porc standard étant trop important. Nous espérons que la présentation des actions déjà menées grâce au financement public aura su convaincre les parlementaires de soutenir nos demandes dans la future PAC.



**Catherine Dumas,**  
présidente du Club  
de la Table Française

### Le Club de la Table Française soutient la démarche Origine Montagne

Défenseur des produits de qualité, Catherine Dumas a affirmé son soutien envers la démarche et les produits Origine Montagne et a attiré l'attention des parlementaires sur sa crainte de voir disparaître la production de porc de montagne. « Ce secteur souffre d'un retard d'investissement et d'une distorsion de la concurrence. Je reste très attentive aux problèmes de la filière. »

### « Nous avons besoin d'aides »

« La production de porcs en zone de montagne est liée au foncier. Elle doit à ce titre bénéficier d'aides directes, comme c'est le cas pour les céréales ou le lait par exemple. D'autant plus que l'enveloppe budgétaire nécessaire reste relativement modeste, puisque 7 millions d'euros - sur un total d'environ 50 millions - seraient suffisants pour rendre cette petite production viable sur le long terme. »

**Jean-Michel Serres,**  
président du Club des Amis du Cochon

### Les parlementaires sensibilisés

Elisabeth Lamure, sénateur, a salué les démarches qualité en général et notre travail en particulier : « Les productions françaises doivent être défendues et il est nécessaire qu'elles se démarquent par des labels, des marques fortes ou des signes de reconnaissance. Les produits Origine Montagne vont dans ce sens. Grâce à leur logo et leur appellation, ils véhiculent bien l'image de la montagne, l'air pur, la nature, ce qui est une bonne chose pour le consommateur. Les producteurs de la filière peuvent être fiers de leurs produits. »



**Elisabeth Lamure, sénateur**  
du Rhône et Maire de Gleizé  
(commune du Beaujolais)





## Une nouvelle impulsion pour 2013 !

Le plan de communication 2013, sur lequel nous travaillons actuellement, a donné lieu à une réunion en novembre dernier, entre l'Association Porc Montagne, l'Isara, l'agence de communication et les entreprises. Objectif 2013 : le lancement officiel de la marque auprès des consommateurs..

### Communiquer, communiquer et communiquer sur notre marque Origine Montagne !

A l'instar de la grande conférence de presse qui se tiendra dans quelques jours (voir p.4) et qui devrait nous valoir de belles retombées dans les médias et grand public, nous concentrons nos efforts sur ce début d'année. La marque Origine Montagne a été lancée en 2012. C'est maintenant qu'il faut familiariser les esprits avec notre logo, informer sur la qualité de nos produits et les enjeux sociétaux et environnementaux de notre démarche : **telle est notre stratégie 2013 !**

### INTERNET

#### Des jeux toute l'année sur internet [www.charte-origine-montagne.com](http://www.charte-origine-montagne.com)

Nous avons choisi d'optimiser ce bel outil qu'est notre site web. En plus du contenu informatif et culinaire habituel, nous faisons désormais vivre tout au long de l'année, des jeux concours adaptés aux saisons et aux préoccupations des consommateurs. Relayés en magasin grâce à des stickers jeux apposés sur les produits Origine Montagne et aux flyers disponibles en rayons, nous captions l'intérêt des consommateurs tout en leur donnant la possibilité d'obtenir toutes les informations sur nos produits et notre démarche !



#### Une visibilité à la TV !

Pendant toute la durée des vacances scolaires de février/mars, soit huit semaines consécutives, le porc Origine Montagne apparaîtra sur France 3 Alpes (Isère, Savoie et Haute-Savoie) dans le cadre d'un mini-film sponsoring diffusé avant et après la météo.



**Objectif : notoriété !**

### Un important dispositif en magasin pour une sensibilisation directe des consommateurs

Nous avons développé un éventail d'outils de PLV (Publicité sur Lieu de Vente) afin d'informer la clientèle au cœur-même des GMS et du réseau traditionnel. Un dispositif optimal puisqu'il touche directement une cible consommatrice de viande, de charcuterie et de salaisons !



#### RÉSEAU TRADITIONNEL :

- Affiche 40x60
- Chevalet de comptoir avec ses fiches recettes, ses dépliants d'informations ou ses flyers jeux
- Pics prix
- Vitrophanie électrostatique
- Argumentaire commercial

### Faisons vivre nos produits en magasin !

Nous comptons sur nos entreprises pour organiser des animations en magasin tout au long de l'année. Nous le savons : la dégustation est le meilleur moyen de faire découvrir les produits Origine Montagne aux consommateurs, de les sensibiliser directement à notre démarche qualité et de déclencher le premier acte d'achat, si déterminant en cette année de lancement !

**Grâce à un plan promotionnel annuel, l'Association Porc Montagne vous soutient dans l'organisation de vos animations en se faisant votre relai et en mettant à votre disposition tout un panel de supports de communication.**

## TÉMOIGNAGE

# La relève des jeunes éleveurs

**Une installation en production porcine dans les zones de montagne, c'est assez exemplaire pour faire un focus sur ces jeunes volontaires.**

Benoît Julhes s'installe en production porcine dans les montagnes du Cantal, à Badailhac, en GAEC familial. Faute de surfaces agricoles disponibles pour agrandir le troupeau de vaches Salers, Benoît a fait le choix de la production porcine, qu'il connaît bien puisqu'il a été technicien du groupement de producteurs CAPP. Son bâtiment flambant neuf étale sa silhouette à flan de coteaux, prêt à accueillir 130 truies en naisseur-engraisseur.

« Mon projet n'a lieu d'être que parce qu'il y a une filière d'aliments et de transformation autour. De nouveaux élevages en montagne ne peuvent pas être envisagés sans une relation forte avec

la filière et son soutien. » Son groupe, Altitude, valorise déjà la dénomination « montagne » au travers de différents produits et son implication dans la marque Origine Montagne n'est plus qu'une question de jours.

« On ne se lance pas dans un tel projet sans croire dans l'avenir de la production, ni sans un accompagnement et des perspectives de valorisation intéressantes. En tant que producteur, je souhaite que la montagne soit toujours plus différenciée et bien vendue. Il y va d'abord de notre intérêt d'éleveur. » Pas de doute, Benoît, lui, y croit !



Benoît Julhes (3ème à partir de la droite) le jour de l'inauguration de son bâtiment

## ÉVÈNEMENT

# Retour d'un salon au Sommet... de l'élevage !

Les produits Origine Montagne ont été présentés au dernier Sommet de l'élevage, les 3, 4 et 5 octobre derniers, sur le stand de l'Interprofession porcine Auvergne-Limousin. Un bon moyen d'échanger avec les institutionnels, les professionnels et éleveurs de tous bords, et de montrer que la filière s'organise.



## À VENIR

# Le Porc Origine Montagne au SIRHA !

Le porc Origine Montagne sera présent au SIRHA, rendez-vous mondial de la Restauration et de l'Hôtellerie, du 26 au 30 janvier ! C'est avec plaisir que nous vous accueillerons sur notre stand de 12 m2 (halle 2, allée A, stand 117), qui présentera aux professionnels et visiteurs les valeurs de notre marque collective ainsi que les principaux outils destinés à sa mise en marché. Un échantillonnage représentatif de nos produits sera également mis en valeur tout au long de ces 5 jours.



# Une conférence de presse cruciale

Une conférence de presse se tiendra à Paris ce 17 janvier. Seront invités des journalistes de presse professionnelle, culinaire, grand public... Nous comptons sur les retombées médiatiques de cet événement stratégique pour faire découvrir aux distributeurs et aux consommateurs les produits Origine Montagne.

