ORIGINE Montagne

NOS TERRES MONTAGNE

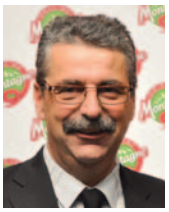
Numéro 4
Sept. 2013

Lettre de l'Association interprofessionnelle Porc Montagne

EDITO

NOTRE DÉMARCHE INTERESSE

Le lancement de notre marque collective Origine Montagne et nos actions de communication commencent à porter leurs fruits ! Pour preuve, l'intérêt que tous nos interlocuteurs portent à notre démarche, qu'ils soient consommateurs ou professionnels, dès lors qu'on leur explique les objectifs et les enjeux. Parmi les acteurs clés qui nous permettent de relayer les informations : la presse. Notre conférence du début d'année a mobilisé un nombre inattendu de journalistes, aussi bien issus de supports grand public que spécialisés, et nous a valu de belles retombées. Si les bouchers-charcutiers sont de plus en plus sensibilisés à la qualité de nos produits, les consommateurs sont aussi de plus en plus demandeurs. Ne relâchons pas nos efforts auprès des professionnels du réseau traditionnel et des restaurateurs, qui, s'ils ne sont pas encore tous convaincus, témoignent un intérêt certain pour notre démarche.



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

ACTUALITÉ

Porcentre

fervent défenseur du porc Origine Montagne

Composante du groupe coopératif Altitude, dans le Cantal, Porcentre intervient sur l'ensemble des filières (laitière, bovine, ovine et porcine), depuis la collecte des animaux jusqu'à leur valorisation : lait, viande fraîche, charcuterie et salaisons. En matière de porc, voilà plus de dix ans qu'ils œuvrent pour soutenir la production de montagne.

« Nous sommes engagés depuis 2000 dans la défense du porc d'altitude. Nous avons investi 8 millions d'euros entre 2006 et 2008 pour le valoriser : achat de silos de collecte de céréales, mise aux normes bien-être des maternités, agrandissement et rénovation de Cantal Salaisons à Auriac, construction de nouvelles unités Porcentre à Volvic... »

Pour le directeur de Porcentre, Felix Puechal, un seul objectif : maintenir la production locale en se dotant d'outils permettant d'obtenir une qualité sans faille, qui fait toute la différence sur le marché concurrentiel du porc.

« Nous sommes engagés avec Origine Montagne depuis fin 2012, c'est pour nous la suite logique de notre démarche. Nous commercialisons sous cette estampille nos barquettes de viande fraîche et de charcuterie fraîche. L'objectif à terme étant bien sûr que l'ensemble de nos productions suive.

Aujourd'hui, la marque Origine Montagne est très bien positionnée et répond aux attentes sociétales. Nous vendons à la fois l'origine et la qualité du produit, mais aussi l'agriculture de nos régions grâce à une communication globale efficace à laquelle les consommateurs sont sensibles. Les retours sont très positifs. »

INTERNET

Une fréquentation encourageante de notre site internet

En plus de nous offrir de la visibilité tout au long de l'année, notre site internet, mis en ligne en avril 2012, est un intéressant indicateur de notoriété. Zoom sur les analyses statistiques après plus d'un an d'exploitation.

Les répercussions positives de nos actions

Le nombre de visites, généralement constant, est marqué par des pics de fréquentation à certaines périodes. **On constate ainsi une forte hausse entre janvier et mai 2013,** coïncidant avec la Conférence de presse de lancement de la marque Origine Montagne, qui s'est tenue le 17 janvier à Lyon, et avec le jeu « Dessine-moi un cochon » en ligne de février à mai. Un résultat significatif, qui montre non seulement l'intérêt que les journalistes et leurs lecteurs portent à la marque, mais qui indique aussi que les internautes n'arrivent pas par hasard sur **www.charte-origine-montagne.com**. Il est donc important de continuer de faire vivre et d'animer notre site par des actions régulières pour fidéliser nos visiteurs et en recruter de nouveaux.

Qui sont nos visiteurs ?

Entre janvier et mai 2013, la majorité des internautes de passage sur notre site était des nouveaux visiteurs :

57,8 %, contre **42,5 %** de visiteurs déjà connus. Un indicateur important dans le cadre d'une communication de lancement, qui montre que nous travaillons la notoriété de la marque. Avec notre programme de communication en cours et à venir, cette proportion de nouveaux visiteurs devrait se maintenir, voire augmenter.

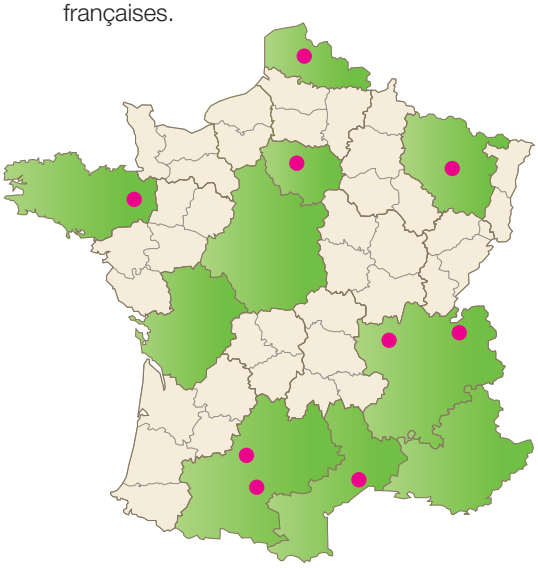
Où se situent-ils ?

Le concours « Dessine-moi un cochon » nous a permis d'élargir l'origine géographique de nos visiteurs, qui viennent (par ordre d'importance) **de :**

Régions : *Rhône-Alpes, Ile-de-France, Lorraine, Midi-Pyrénées, Bretagne, Languedoc-Roussillon, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Nord-Pas-de-Calais, Poitou-Charentes, Centre.*

Villes : *Paris, Nancy, Annecy, Rennes, Toulouse, Montpellier, Lyon, Lille, Montauban.*

Notre communication semble ainsi prendre au niveau national, dans de grandes villes dont Paris, où se concentrent les grandes rédactions françaises.



Des jeux attractifs

Le dynamisme de notre site internet est fortement lié aux jeux que nous mettons en ligne régulièrement. Un bon moyen de faire vivre notre site et de faire découvrir la marque Origine Montagne aux familles. L'engouement rencontré pour le concours « Dessine-moi un cochon » mis en ligne entre février et mai, avec 71 participations, nous encourage à poursuivre ce programme.

Notre nouveau jeu, « Family Recettes », est en ligne depuis le 16 août. Ce concours recettes pour enfants, qui **met en jeu un week-end « Bienvenue à la ferme », un robot culinaire Bosch, un set de casseroles Evergreen et une tablette numérique culinaire** devrait attirer de nombreux participants et enrichir la rubrique " Recettes " de notre site internet.

Outre les nombreux relais ponctuels sur internet, les consommateurs sont sensibilisés à nos jeux en ligne tout au long de l'année grâce à un flyer disponible dans les magasins du réseau traditionnel distribuant nos produits.

GRAND CONCOURS Family RECETTES

Comment arrivent-ils sur notre site ?

46,2 % des visiteurs viennent de sites référents, relayant nos jeux sur internet, dans lesquels se trouvaient des liens re-directionnels vers notre site.

30,8 % trouvent notre site par l'intermédiaire d'un moteur de recherches.

23 % connaissent le site et y arrivent en accès direct, en tapant l'adresse www.charte-origine-montagne.com.

Forts d'un bon taux de nouveaux visiteurs, qui découvrent indirectement notre marque, nous avons aussi pour objectif à terme de faire progresser le trafic de recherche et le trafic en accès direct, c'est-à-dire de fidéliser les visiteurs qui nous connaissent déjà.

RELATIONS PRESSE

Les relations-presse donnent de l'élan !

Pour faire connaitre Origine Montagne aux consommateurs, nous avons fait le choix d'un plan « multi-canal » dans lequel les Relations Presse (RP) ont été largement privilégiées. Un défi rondement relevé, puisque nos actions RP ont donné l'impulsion à notre marque dans le cadre de la communication de lancement auprès du grand public, avec à ce jour plus de 40 articles parus !

Une conférence capitale

Le 17 janvier dernier se réunissaient à Paris représentants de la filière et journalistes pour une conférence de presse organisée par notre agence de communication Texto. **Objectif :** faire découvrir aux journalistes les produits Origine Montagne pour les inciter à en parler dans la presse et la faire connaître au grand public.

Au programme des festivités, qui se déroulaient au symbolique restaurant Granterroirs, une présentation de la démarche suivie d'échanges avec quatre intervenants de la filière : Georges Champeix, président de l'APM, Christian Guy, éleveur de porcs, Rachel Pélisson, responsable charcuterie de la société Gesler et Eric Westerman, chef du restaurant le Buerhiesel à Strasbourg.

Grand succès auprès des journalistes

Les journalistes qui ont ensuite pu goûter à nos produits au gré d'un buffet composé de produits "bruts" et de produits cuisinés **n'ont pas tari d'éloges quant à la qualité supérieure du porc Origine Montagne !** Et ils étaient nombreux puisque 21 se sont déplacés pour nous découvrir. Parmi les supports représentés : *Cuisine actuelle, Gala gourmand, Prima, Top santé, Gault & Millau Magazine, Hôtellerie restauration, Le Parisien, Aujourd'hui en France, Guide des gourmands, Modes & travaux, LSA, Le Monde…*

COMMUNICATION

Des outils PLV qui plaisent à nos bouchers !

Les outils estampillés Origine Montagne que nous avons déployés dans le cadre de notre communication sont très favorablement accueillis par le réseau traditionnel. *« Les bouchers ont été séduits par le marketing autour du porc Origine Montagne, en particulier par les présentoirs dotés de fiches recettes et par les pics prix »*, précise Rachel Pélisson, responsable Charcuterie chez Gesler.

TÉMOIGNAGE

Le goût du cochon

Chez les Lacroix, le goût pour l'élevage du porc se transmet de père en fils. Vivre au pays et faire un métier qu'ils aiment ont été les deux moteurs de l'installation conjointe de Frédéric et Fabien.

A Guiraldie, de Saint-Saturnin-de-Lenne, aux confins de l'Aveyron et de la Lozère, on ne chôme pas depuis le début de l'année. Les deux frères jumeaux se sont installés en même temps, le 1er avril 2013, sur un projet de développement de l'atelier porcin. Il n'y a pas de temps à perdre pour réaliser la construction d'un nouveau bâtiment de 408 places d'engraissement, qui portera la taille de l'élevage à 150 truies naisseur-engraisseur sur le site. Daniel, le père, éleveur de porcs depuis 1992, prépare ce moment depuis plusieurs années. *« Une installation ça se prépare bien en amont. Les jeunes ont fait une formation à l'école de Bernoussou, comme moi à l'époque, et j'ai fait la mise aux normes dès 2010. On engraisse 1000 porcelets à l'extérieur, il vaut mieux tout faire sur place »*, explique Daniel. *« Ici, à 650 mètres d'altitude, on se bat pour vivre en montagne. Les 30 hectares de céréales alimentent la fabrique à la ferme et sont complétés par des achats extérieurs, dont du lactosérum de brebis. Nous sommes en plein Rayon de Roquefort ».* Le contexte économique tendu dans la filière ne les effraie pas. *« Chez nous, une truie vaut bien une vache allaitante ; il ne faut pas trop regarder le contexte. Et puis en s'installant à deux, c'est mieux ! »* Pas de doute, avec son groupement Alliance Porci d'Oc, la nouvelle génération n'entend pas se désintéresser du porc de montagne.

Deux générations de Lacroix devant leur porcherie

ÉVÈNEMENT

Bilan du SIRHA 2013

Le dernier SIRHA, salon international incontournable en matière d'alimentation, qui s'est tenu en janvier dernier à Lyon, a fait la part belle au porc Origine Montagne. Avec 2 stands d'entreprises et un espace dédié à notre marque collective, notre démarche était représentée dans toute sa globalité. De nombreux visiteurs aux profils très variés sont venus nous rendre visite : directeurs de magasins, chefs de rayons, responsables de centrales d'achat, restaurateurs, tous ont témoigné des retours positifs et ont salué la démarche.

La société Gesler qui tenait un stand a constaté des répercussions immédiates. *« Le salon a doublé les ventes de nos bouchers,* explique Rachel Pélisson. *Les bouchers ayant fait le choix Origine Montagne sont contents de la qualité de notre porc et séduits par les outils marketing mis en place pour eux. Certains professionnels, en particulier ceux qui ont l'habitude de travailler avec des produits de qualité comme Label Rouge, voudraient même ne vendre que du porc Origine Montagne, ce qui est compliqué aujourd'hui en termes d'approvisionnement. Mais les restaurateurs restent encore difficiles à convaincre. »*

Il fallait y être, nous y étions !

Sirha
Rendez-vous mondial restauration & hôtellerie
Du 26 au 30 JANVIER 2013
Eurexpo Lyon, France

PARTENARIAT

France AgriMer confirme son soutien

Suite à la présentation du bilan des cinq années du programme de recherche et développement sur la valorisation des produits de montagne, France AgriMer a décidé de poursuivre l'accompagnement du projet Origine Montagne. L'Association Porc Montagne continue ainsi d'être soutenue dans son travail d'animation de la filière. Par ailleurs, un programme de promotion collective de la marque est en voie de finalisation et permettra dans les prochaines semaines de soutenir la phase de lancement commercial. Objectif : développer la notoriété de la marque grâce à de nombreuses animations en GMS.

FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER