

**ENTREPRISES**
**É  
D  
I  
T  
O**

C'est maintenant certain la stratégie de développement de la valorisation poursuivie par «Origine Montagne» est gagnante. La hausse des volumes commercialisés constatée au quatrième trimestre 2015 se confirme et de nouveaux adhérents vont nous rejoindre dans les prochains mois. Ce numéro de Nos Terres Montagne fait le point sur l'action conduite.

Pour autant, cette bonne nouvelle ne gomme pas tous les problèmes de la filière porcine nationale et dans nos régions. Les difficultés pour nos élevages sont là et bien là. A l'avenir il sera nécessaire de réfléchir à définition d'un prix payé éleveur déconnecté du marché de Plérin, qui n'est que le reflet d'un prix export. «Origine Montagne» démontre que grâce à des partenariats entre les éleveurs, les abatteurs-découpeurs, et les transformateurs, il est possible de valoriser nos produits de terroir.

Notre cible c'est le marché intérieur où des débouchés plus revalorisant peuvent être trouvés afin de répartir la valeur ajoutée créée entre tous les acteurs de la filière, grâce à notre accord qualité. Persévérons donc dans cette direction !



**Thierry Lafragette,**  
Secrétaire général d'APM

**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 • France salaisons • Texto

## Au service des éleveurs



La société Teil SA – Cantal Salaison, filiale du groupe coopératif Altitude, mise depuis longtemps sur la montagne pour créer de la valeur.



«Être au service des éleveurs de porcs pour mieux les rémunérer, c'est dans notre ADN.» C'est par cette phrase lapidaire que Félix Puéchal, le directeur de Cantal Salaison, résume la philosophie de l'entreprise. Entrée dans le Groupe Altitude en 1995, à la faveur d'un rachat, la société valorise aujourd'hui la quasi-totalité des porcs de la coopérative porcine CAPP, principalement implantée dans le Cantal et la Haute-Loire et qui rassemble près de 50 éleveurs pour la plupart en Montagne.

La société gère deux activités ; la première est celle de l'abattage – découpe à destination des boucheries traditionnelles (marché national et export sur les Pays-Bas) et de la GMS via l'atelier de conditionnement de Porcentre à Volvic. La seconde activité est la salaison sèche, jambon sec et saucissons secs, ainsi qu'un peu de conserve de pâté. «Notre stratégie de valorisation repose sur les trois piliers que sont notre porc traditionnel «Le Capelin», la mention «montagne» et les salaisons d'Auvergne. L'arrivée

de l'IGP Auvergne est une grande nouvelle mais nous n'avons pas l'intention de délaisser notre ancrage montagne, bien au contraire !»

Ayant intégrée la démarche «Origine Montagne» en 2013, Cantal salaison commercialise aujourd'hui des salaisons d'Auvergne – Montagne, ce qui démontre que les mentions peuvent se renforcer l'une l'autre. «Nos entreprises ne peuvent créer de la valeur qu'en jouant sur la typicité et la qualité. Car il ne faut pas tromper le consommateur» renchérit Félix. Toute l'équipe de l'entreprise est donc mobilisée pour satisfaire des clients exigeants mais qui sont prêts à payer un juste prix les produits.

«Nous faisons de la montagne avant d'entrer à «Origine Montagne» mais la marque collective nous a séduits par son dynamisme et son esprit éthique entre transformateurs et éleveurs qui est celui de notre coopérative. Nous y avons vu l'occasion de porter un discours plus persuasif sur la valeur des produits de montagne. Nous en sommes satisfaits» conclut-il.



## MARCHÉS

# 2015 : bilan prometteur

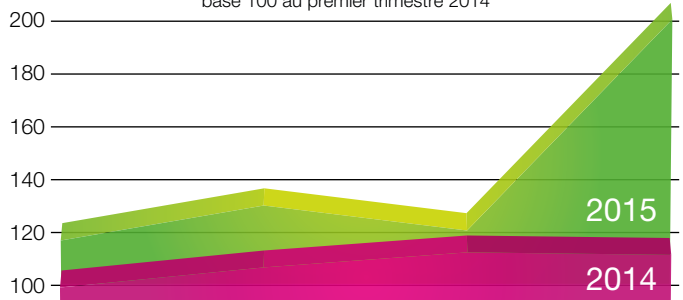
**27 % de hausse ! C'est la progression des ventes de produits à la marque collective « Origine Montagne » en 2015 par rapport à 2014. Un beau résultat qui en appelle d'autres dans les mois à venir.**

Deux éléments sont à retenir sur cette performance. D'abord, elle est enregistrée avec un nombre de partenaires constants. Il n'y a donc pas d'effet d'optique dû à l'arrivée de nouveaux partenaires venus s'inscrire sous notre identifiant. Il s'agit donc bien d'une progression des ventes réalisée par les adhérents. Ensuite, la progression est aussi sensible en viande fraîche qu'en produits secs, surtout saucisson et saucisse sèche. Cela traduit le dynamisme commercial de nos adhérents et n'est pas uniquement lié à la progression d'une seule entreprise. À retenir également qu'elle se produit tant dans la grande distribution, de proximité ou nationale, que dans la restauration hors domicile. Un résultat d'équipe pourrait-on dire.

Tous les adhérents d'« Origine Montagne » le confirment, notre marque et sa charte correspondent bien aux attentes des distributeurs, qui veulent tous mettre en avant des produits porcins rassemblant à la fois garantie d'origine française de

### Chiffre d'affaire par trimestre

base 100 au premier trimestre 2014



la viande et du produit, démarche qualité de différenciation et partenariat éthique entre éleveurs et fabricants. Le cocktail que propose justement « Origine Montagne » !

## PARTENAIRES

# De nouveaux adhérents

**Nous vous donnons ici des nouvelles de quelques unes de nos entreprises partenaires.**

### Franvial-Valtec



Face à une demande croissante en coches « Origine Montagne », Franvial-Valtec à Lacane développe ses ventes mais pourrait faire encore mieux. Pour **Franck Martinez, le directeur**, il y a vraiment de la valeur à aller chercher. « À la fin de l'été on s'est mobilisé avec APM et certains de nos partenaires de l'amont ont bien reçu le message. Mais, il y a encore de la place et nous sommes demandeurs. Une partie des coches de montagne que nous abattons pourraient rentrer dans le cahier des charges « Origine Montagne ». C'est dommage car la plus-value est vraiment intéressante. Le marché est là ! »

### Porcentre



Depuis octobre 2015, la société Porcentre a débuté l'approvisionnement d'un important grossiste multitempératures pour la RHD (restauration hors domicile). Pour **Thierry Grelet, son directeur**, « C'est une formidable opportunité pour faire connaître le porc Origine Montagne auprès de milliers d'utilisateurs alimentaires qui ne sont pas directement des consommateurs. Grâce à ce marché non seulement nous augmentons nos ventes mais nous améliorons aussi notre équilibre carcasse. Cela nous pousse aussi à innover en interne pour préparer de nouvelles présentations de pièce de boucherie ou des charcuteries. »

### Salaisons Cros



Les Salaisons Cros, situées à Murat sur Vèbre, ont adhéré à la démarche « Origine Montagne » en tant que fabricant de jambons secs de montagne. Un nouveau jambonnier dont les produits viendront étoffer l'offre de salaisons sèches de l'entreprise France Salaison qui souhaite proposer d'ici quelques mois une gamme la plus complète de produits secs.

## Mettre en avant les produits

Les actions de promotion des produits Origine Montagne se poursuivent. Grâce aux financements de l'État qui soutient notre démarche dans le cadre de la convention massif central, l'association a acheté et habillé des charrettes ou des meubles bois mis à disposition des entreprises adhérentes qui en font la demande pour mettre en avant les produits dans des magasins de façon très régulière. Par ce biais la marque est bien identifiable par les consommateurs et l'acte d'achat est facilité. Déjà une quarantaine de meubles et charrettes est en place.





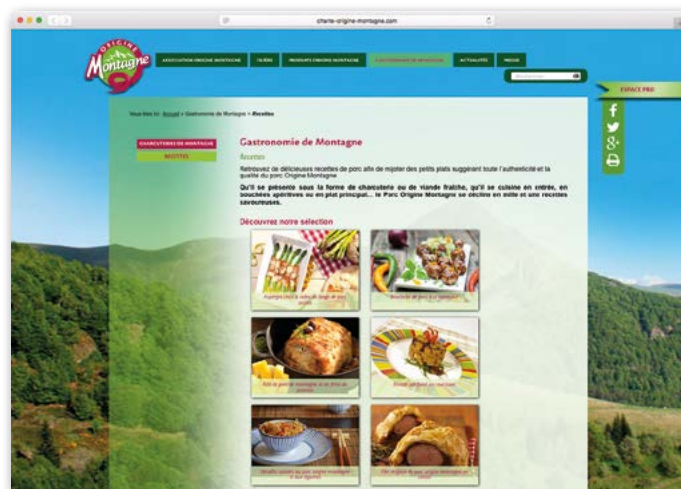
## Huit nouvelles idées recettes

Outil stratégique de mise en avant de la démarche « Origine Montagne », le site [www.charte-origine-montagne.com](http://www.charte-origine-montagne.com) s'enrichit de nouvelles idées recettes.

Nous prenons le plus grand soin à l'actualisation régulière de notre site internet afin d'y proposer des informations variées, attractives et intéressantes pour les différents publics qui le consultent. Le plus grand nombre de ses visiteurs recherchent des détails sur le contenu de la démarche et son esprit. Il est donc conçu pour donner de l'information filière.

Par ailleurs, l'un des vecteurs d'intérêt des sites de promotion des produits alimentaires est la proposition de recettes ou conseils culinaires. C'est la raison pour laquelle, dès sa création le site a compté une page « recettes ». Cet hiver, nous l'avons fortement étoffé en rajoutant huit nouvelles recettes, dont certaines mises au point par des consommateurs lors du jeu-concours recette de 2013.

Mais, pour donner un contenu encore plus gastronomique, une rubrique « charcuterie de montagne » est venue s'ajouter à l'existant. Ces pages présentent des spécialités montagnardes à partir du livret élaboré à la demande d'APM et de l'Isara-Lyon par le pôle « ressources du terroir » du CNRS de Bourg-en-Bresse, en 2010 ; Une caution scientifique à la tradition de nos montagnes. Ouverte avec deux produits, cette rubrique sera progressivement complétée par d'autres spécialités.



En 2016, l'objectif est d'améliorer le référencement de ces rubriques pour drainer des visiteurs nouveaux et de potentiels consommateurs sur le site.

## PROMOTION

### Origine montagne au SIA 2016

Le mercredi 2 mars, dans le cadre de la journée Auvergne du stand d'Inaporc, les visiteurs de passage ont pu déguster des produits « Origine Montagne ». À la mi-journée, c'est-à-dire à un moment de fort passage, une dégustation d'une durée d'une heure et demi a permis de capter l'attention de nombreuses personnes. Particulièrement appréciées des passants, ces rencontres autour des produits du porc favorisent une meilleure compréhension de la relation entre production porcine et gastronomie.

Une animation qui a illustré aussi « Le Porc Français », bannière nationale, au moment où les consommateurs sont de plus en plus attentifs à l'origine de la viande et la prise en compte des éleveurs.

De la saucisse sèche et du jambon sec étaient mis en dégustation, en même temps que l'Association Porc Montagne et l'IPAL expliquaient la filière montagne et distribuaient des fiches recettes à nos couleurs. Les produits ont été très appréciés mais l'objectif était surtout de marteler l'existence de la démarche « Origine Montagne » et de ses valeurs. Plusieurs personnes ont demandé où elles pouvaient acheter les produits en question...



# Le porc, une production traditionnelle de montagne !

**Zoom sur l'élevage de Jean-Claude Bonnebouche, situé à Malvières (43), très représentatif de la production porcine de montagne, naisseur-engraisseur de petite taille, accolé à un élevage de bovins, et qui jongle avec les conditions de production montagnardes.**

« Quand j'étais enfant, se remémore Jean-Claude Bonnebouche, toutes les fermes avaient une ou deux truies. Le marché de Craponne était rempli de porcs élevés dans la région et les salaisonniers, comme Teyssier à Saint-Agrève, venait acheter les animaux vivants. Il y en avait de toutes les tailles ! » Éleveur de porcs et de vaches charolaises, Jean-Claude a opté sur le porc dès son installation, en 1984, afin de reprendre la ferme familiale située à Malvières. À 1 000 mètres d'altitude, dans le Livradois, au bout du département de la Haute-Loire et tout proche de celui du Puy-de-Dôme, l'élevage naisseur-engraisseur, en groupement à Cirhyo, compte 90 mères productives. « Ici, nous avons des clairières de terres agricoles au milieu des bois. »

Le choix du porc s'est imposé par l'impossibilité de développer la petite référence laitière, au moment même de l'instauration de quotas laitiers. « On m'a dit que je ne pourrais pas avoir de quota, j'ai donc orienté la ferme sur le porc car il y avait déjà quinze truies et je connaissais le métier. » Cela ne l'a pas empêché de progressivement accroître le nombre de truies et celui des places d'engraissement. Il utilise à présent trois sites pour l'engraissement des porcs charcutiers de l'élevage, car la place manque dans celui du village.

Être éleveur de porcs à Malvières comporte des exigences particulières comme celles de bâtir à proximité de monuments classés. Le bardage bois, la discontinuité des volumes ont été imposés par les Bâtiments de France. La bonne entente avec un voisinage concentré dans les hameaux entourés des terres passe par une gestion intelligente des épandages de lisier, en fonction des vents dominants. Bref l'éleveur doit prendre en compte tout son environnement de vie. Cette vision large de son exercice professionnel, Jean-Claude l'a enrichie depuis qu'il a été élu maire et maintenant vice-président de la communauté de commune.

Malgré les difficultés des dernières années, Jean-Claude Bonnebouche croit encore dans la production porcine en montagne et prépare doucement la reprise par un de ses fils.



Jean-Claude Bonnebouche est naisseur-engraisseur à Malvières.

« On sent qu'il y a quelque chose qui peut fonctionner, s'exclame-t-il. Il suffit de regarder : nous sommes une zone peu productive au milieu d'une région qui a de gros besoins en produits locaux. Et en plus, nous élevons des porcs de plus en plus lourds, dont la viande plus mûre qu'avant est de meilleure qualité. La montagne, ça sonne bien pour les consommateurs. »



« Ici, nous avons des clairières de terres agricoles au milieu des bois. »

## Nouvelles adhésions

De nouvelles adhésions d'élevage sont venues augmenter le nombre de sites de productions qui sont engagés dans la démarche « Origine Montagne ». Il y a donc à la fin mars 120 sites agréés. Voici leur répartition par département :

Département	Nombre de sites d'élevage agréés
Aveyron	58
Cantal	22
Puy-de-Dôme	10
Hautes-Alpes	8
Haute-Loire	6
Loire	5
Allier	4
Lozère	3
Lot	3
Corrèze	1