



# MONT LAIT, PART EN CAMPAGNE!

NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE, CAMPAGNE D’AFFICHAGE, TV MAGAZINE, DÉGUSTATIONS DANS LES ÉCOLES PRIMAIRES, NOUVEAU SITE WEB ET PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX... MONT LAIT, FAIT LES CHOSES EN GRAND POUR SA PREMIÈRE CAMPAGNE DE COMMUNICATION. LE TOUT CONCENTRÉ SUR UNE SEMAINE, DU 21 AU 27 NOVEMBRE, POUR UN IMPACT MAXIMAL. IL FAUT DIRE QUE LA 1<sup>ÈRE</sup> MARQUE DE LAIT DE MONTAGNE, A DE NOMBREUX ATOUTS À FAIRE VALOIR ET À PARTAGER AVEC LE GRAND PUBLIC ET LES JEUNES : QUALITÉ DU LAIT, PROVENANCE, APPARTENANCE AUX PRODUCTEURS, BIEN-ÊTRE ANIMAL ET RESPECT DE L’ENVIRONNEMENT NOTAMMENT.

## MONT LAIT, LA MARQUE DES PRODUCTEURS DE LAIT DE MONTAGNE

Lancée en juillet 2013, dans un contexte difficile pour les producteurs laitiers, Mont Lait est une marque collective de lait portée par l’Association des Producteurs de Lait de Montagne (APLM). Leur objectif ? **Ancrer la production laitière et ses outils de transformation en zone de montagne et sensibiliser les consommateurs au maintien de la filière lait sur un territoire difficile et parfois enclavé, à plus de 600 mètres d’altitude.**

La marque se dote donc de nombreux outils et programme une série d’actions pour asseoir sa notoriété et valoriser son lait de montagne auprès du plus grand nombre.

## NOUVEAU LOOK POUR LA BRIQUE MONT LAIT

La brique Mont Lait fait peau neuve avec un nouveau packaging qui se veut épuré et moderne répondant aux codes des tendances actuelles. Pour renforcer l’appartenance de la marque aux producteurs de lait du Massif central, Mont Lait se dote d’une signature « **C’est mon lait** ». Ce slogan permet également de jouer sur **l’appropriation du produit par le consommateur** et sur la notion de « Mont » qui renvoie à l’origine même du lait. Des affirmations renforcées avec la mise en avant sur la brique de Florent Legay et Cécile Bascoulergue, **deux producteurs de lait Mont Lait, qui prennent fièrement la pose au milieu de leurs troupeaux.**

Cette nouvelle identité visuelle imaginée par l’agence Qui Plus Est s’applique d’ores et déjà à l’ensemble des outils de communication propres à la marque (site internet, flyers, encarts pub...).





## MONT LAIT EN HAUT DE L’AFFICHE

Pour accompagner le lancement de son nouveau packaging, Mont Lait s’affiche en grand dans Clermont-Ferrand, du 21 au 27 novembre 2016. Déclinés en 4x3, abribus et TV Magazine le nouveau visuel Mont Lait va fleurir dans toute l’agglomération clermontoise, et ce durant une semaine.

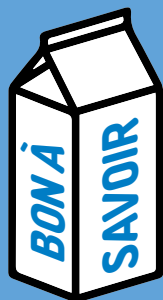
## MONT LAIT PART À LA RENCONTRE DES ÉCOLIERS

Parce que les enfants d’aujourd’hui seront les consommateurs de demain, la marque de producteurs a souhaité faire découvrir son produit auprès des plus petits.

4 dégustations gratuites de lait Mont Lait seront proposées à plus de 900 élèves des écoles primaires de l’agglomération clermontoise :

- > **Lundi 21 novembre à 16h**  
au sein de l’école Montjoly (Chamalières)
- > **Mardi 22 novembre à 16h30**  
au sein de l’école primaire Sainte-Thècle (Chamalières)
- > **Jeudi 24 novembre à 16h30**  
au sein de l’école Sainte-Thérèse Les Cordeliers (Clermont-Ferrand)
- > **Vendredi 25 novembre à 16h**  
au sein de l’école Jules Ferry (Chamalières)

De quoi sensibiliser les enfants à une alimentation équilibrée, aux bonnes habitudes alimentaires et à la connaissance du produit dans la détente et le partage.



### MONT LAIT EN CHIFFRES

- 1<sup>ère</sup> marque de lait de montagne propriété des producteurs
- 560 exploitations en zone de montagne engagées dans la démarche
- Situées dans 7 départements (Cantal, Haute-Loire, Puy-de-Dôme, Creuse, Corrèze, Lozère et Aveyron)
- 5 millions de litres de lait commercialisés en 2016
- 1 laiterie qui assure la collecte, la transformation et le conditionnement en zone de montagne
- 477 points de vente

### UN CAHIER DES CHARGES PRÉCIS AVEC NOTAMMENT :

- L’exploitation, l’élevage des vaches et l’atelier laitier situés en zone de montagne,
- Toutes les opérations de transformation et de conditionnement sont réalisées par une entreprise située en zone de montagne.
- La principale source d’alimentation des vaches doit être constituée de matières premières provenant de la montagne à hauteur de 70% exprimé en matière sèche avec, dès le printemps et jusqu’à la fin de l’été, la mise à l’herbe des troupeaux.



### Contacts presse :

Agence Qui Plus Est • 04 73 74 62 35  
Véronique Tixier • 06 43 11 59 12 • veronique.tixier@quipluseset.com  
Anne-Cécile Runavot • 06 34 87 35 87 • anne-cecile.runavot@quipluseset.com

