



MONT LAIT, LA MARQUE DES PRODUCTEURS DE LAIT DE MONTAGNE

Dans un contexte difficile pour les producteurs laitiers, des éleveurs du Massif central ont décidé de prendre le taureau par les cornes en créant leur propre marque de lait: Mont Lait, la 1^{ère} marque de lait de montagne propriété des producteurs.

C'est donc à l'été 2013, que sont apparues dans les rayons Les premières briques de lait estampillées «Mont Lait», contenant exclusivement du lait de montagne produit dans le Massif central.

Véritable outil de valorisation et de promotion de toute une filière, Mont Lait a pour vocation de fédérer les producteurs de lait autour d'un produit de qualité sur un territoire enclavé et difficile et de sensibiliser les consommateurs au maintien de cette filière en zone de montagne.

Portée par l'Association des Producteurs de lait de Montagne (APLM), la marque n'en finit pas de progresser. En effet, cette année ce sont près de 5 millions de litres de lait qui ont été vendus versus 1,3 la première année de commercialisation.

Aujourd'hui, 560 exploitations sont engagées dans la démarche situées dans 7 départements: Cantal, Haute-Loire, Puy-de-Dôme, Creuse, Corrèze, Lozère et Aveyron.

Disponible dans 477 points de vente sur le Massif central et les départements limitrophes, Mont Lait se positionne comme un produit dont la qualité n'a rien à envier aux marques nationales.

D'ici 2018, l'association ambitionne d'écouler 10 millions de litres de lait. Cela passe évidemment par un bon référencement dans les linéaires des grandes surfaces mais aussi par les animations dans les magasins réalisées par les éleveurs en personne.



3 BONNES RAISONS DE CHOISIR MONT LAIT

- Soutenir les producteurs qui ont créé cette marque pour préserver l'élevage laitier en zone de montagne.
- Obtenir la garantie d'un lait produit et conditionné dans le Massif central.
- S'engager, en consommateur citoyen, pour le maintien et le développement de l'économie rurale et de l'emploi sur ce territoire.

APLM

Carrefour de l'Agriculture • 12026 RODEZ Cedex 9
contact@montlait.fr

WWW.MONTLAIT.FR

WWW.LAITMONTAGNE.FR



Contacts presse :

Agence Qui Plus Est • 04 73 74 62 35

Véronique Tixier • 06 43 11 59 12
veronique.tixier@quipluses.com

Anne-Cécile Runavot • 06 34 87 35 87
anne-cecile.runavot@quipluses.com



MONT LAIT, UNE VOLONTÉ COLLECTIVE DES PRODUCTEURS DE FÉDÉRER AUTOUR D'UN PRODUIT DE QUALITÉ

L'histoire de Mont Lait, première marque de montagne portée par les producteurs, commence en 2010 suite à la crise laitière de 2009... À cette époque, une poignée de producteurs de lait du Massif central se regroupe pour créer **l'Association des Producteurs de Lait de Montagne (APLM)**. Leur objectif? **Ancrer la production laitière et ses outils de transformation en zone de montagne.**

En effet, sous la dénomination « montagne », de nombreuses valeurs existent et méritent d'être défendues tel que le maintien des exploitations familiales à taille humaine, l'alimentation des troupeaux provenant essentiellement de l'exploitation, la relocalisation des filières sur le territoire... Cette différenciation doit permettre de construire un schéma de valorisation permettant de dégager sur le long terme une **valeur ajoutée à destination des producteurs.**

En l'espace d'une année, plus de **1000 producteurs rejoignent l'association originaires de 7 départements** (Aveyron, Cantal, Corrèze, Creuse, Haute-Loire, Lozère et Puy-de-Dôme).

De leurs échanges et concertations, va jaillir une idée : dépasser leur statut de simples fournisseurs de lait en devenant acteurs dans l'avenir de leur production et de leur territoire, tout en prenant possession d'un produit de haute qualité. L'idée va rapidement se concrétiser par **la création d'une marque collective de lait. Mont Lait était née...**

La production a démarré en mai 2013 après la signature d'un contrat de licence avec l'entreprise Terra Lacta, située à Theix (Puy-de-Dôme) concernant la fabrication de briques de lait demi-écrémé portant la marque Mont Lait et contenant exclusivement du lait de montagne issu du Massif Central. La laiterie assure la collecte, la transformation et le conditionnement en zone de montagne ainsi que la distribution. L'Association, propriétaire de la marque, se charge elle-même de la commercialisation et de la promotion.

En 2014, l'Union Européenne reconnaît la **mention valorisante « Produit de Montagne », dont Mont Lait peut désormais bénéficier.**

Une belle reconnaissance pour la marque qui lui permet une meilleure valorisation de son produit, comme l'explique Dominique Barrau, Président de l'APLM : *« Très tôt, nous nous sommes rendus compte que le lait de montagne n'avait pas les mêmes caractéristiques ni le même prix de revient que le lait produit en plaine et qu'il bénéficiait, qui plus est, d'un capital notoriété très important auprès des consommateurs. En effet, dans l'imaginaire collectif, le terme « montagne » renvoi spontanément à « nature » et « respect de l'environnement ». Sans oublier que la notion de montagne est gage de respect du travail des producteurs. Mont Lait est donc un formidable outil de valorisation de notre métier, qui à long terme doit pérenniser la production de lait en zone de montagne. La démarche Mont Lait devrait, par ailleurs, prochainement évoluer vers un élargissement de la gamme de produits proposés (raclette, beurre...). Un bel avenir s'ouvre donc à nous et à notre marque de lait ! ».*



DES VENTES EN PROGRESSION

Recherche de qualité, provenance, origine... autant de critères qui séduisent de plus en plus les consommateurs.

Preuve en est, **Mont Lait est disponible dans 477 points de vente** (Allier, Ardèche, Aude, Aveyron, Cantal, Corrèze, Creuse, Gard, Hérault, Loire, Haute-Loire, Lot, Lozère, Puy-de-Dôme, Rhône, Saône-et-Loire, Tarn, Tarn-et-Garonne, Yonne, Nièvre, Côte-d'Or, Haute-Vienne, Drôme, Isère, Savoie, Haute-Savoie, Hautes-Alpes, Alpes Maritime, Alpes de Haute-Provence, Bouches-du-Rhône, Vaucluse, Pyrénées-Orientales, Jura, Doubs et Haute-Garonne) dans **plusieurs enseignes** (Leclerc, Intermarché, Simply Market, Auchan, Carrefour, Système U, Cora et Lidl) et ne cesse de voir ses ventes progresser année après année :

De 1,3 millions de litres de lait vendus la première année de commercialisation, les ventes ont atteint les 2,3 millions de litres de lait fin 2015.

Cette belle progression a rendu l'objectif des **5 millions de litres commercialisé en 2016** possible et celle des 10 millions de litres, à horizon 2018, très envisageable. En effet, c'est à cette hauteur que l'équilibre financier sera atteint avec une plus-value reversée aux producteurs qui dépassera 100% des droits d'entrée dans l'association.



UN CAHIER DES CHARGES SPÉCIFIQUE GARANT DE LA QUALITÉ DE MONT LAIT

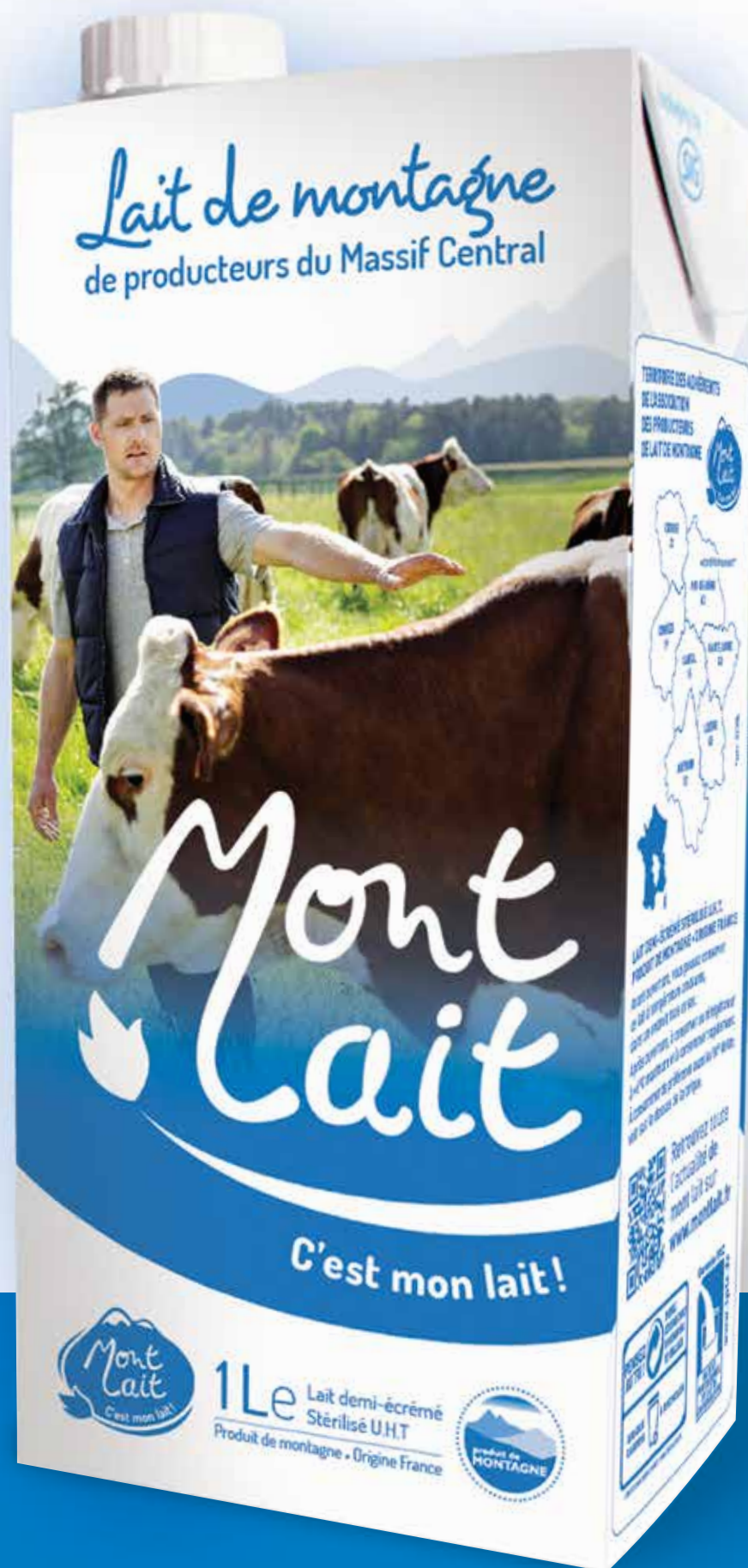


Preuve de sa qualité, la marque Mont Lait comporte un certain nombre de garanties régies dans un cahier des charges spécifique basé sur les critères de la réglementation « montagne » :

- Le siège de l'exploitation, l'élevage des vaches et l'atelier laitier **se situent en zone de montagne**.
- Toutes les opérations** de transformation, de fabrication, d'affinage sont réalisées par une entreprise qui se trouve **en zone de montagne**. Dans le cas de Mont Lait, au cœur du Massif central.
- 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. En réalité, **plus de 80% de l'alimentation est issue de l'exploitation** avec, dès le printemps et jusqu'à la fin de l'été, la mise à l'herbe des troupeaux.



SUR CHAQUE LITRE DE LAIT VENDU, L'APLM REVERSE, CHAQUE ANNÉE, UNE PARTIE AUX PRODUCTEURS (30%), À L'ENTREPRISE LAITIÈRE (30%) QUI COUVRE LA COMPENSATION DE LA COLLECTE EN ZONE DE MONTAGNE ET À L'ASSOCIATION (10%) POUR ASSURER SON BON FONCTIONNEMENT. LES 30% RESTANTS SONT UTILISÉS POUR LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DE LA MARQUE MONT LAIT.

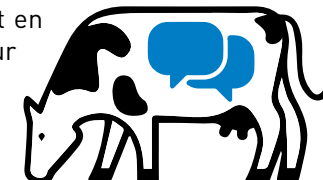




LES PRODUCTEURS S'AFFICHENT

Les consommateurs sont de plus en plus demandeurs d'informations relatives à leur alimentation. Qui de mieux placés que les éleveurs eux-mêmes pour apporter les réponses attendues sur le mode de production du lait de montagne Mont Lait et promouvoir leur produit ?

En effet, depuis le début de la commercialisation des briques Mont Lait, les **producteurs de lait**, véritables **ambassadeurs de la marque**, n'hésitent pas à sortir de leurs exploitations pour aller à la **rencontre des consommateurs**, derniers maillons de la chaîne, et leur faire découvrir et déguster leur lait. Au-delà du contact humain très enrichissant, ces animations en magasin permettent véritablement de **rassurer les consommateurs sur les conditions d'élevage et la traçabilité du produit** tout en les sensibilisant au quotidien parfois difficile, des producteurs de lait en zone de montagne. Tout est ainsi mis en œuvre pour valoriser leur produit et leur métier.



ZOOM SUR 2 PRODUCTEURS ENGAGÉS



C'est au Vernet-la-Varenne, commune du Puy-de-Dôme, à plus de 800 mètres d'altitude qu'Éric Germain, jeune producteur de lait de 37 ans s'est installé en 2003 en reprenant une exploitation de vaches allaitantes qu'il a transformé en exploitation de vaches laitières avec un cheptel composé intégralement de Montbéliardes. En 2007, il rachète une nouvelle exploitation située à 1100 mètres d'altitude sur la commune de Saint Germain l'Herm.

Aujourd'hui, il veille donc sur 60 Montbéliardes et 20 Prim'Holstein qui pâturent à l'herbe 6 mois par an (du 1^{er} mai au 1^{er} novembre) en fonction des conditions climatiques parfois difficiles. Avec 15 hectares de céréales et 15 ha de maïs produits sur place et permettant d'alimenter ses bêtes en hiver, son exploitation est en complète autonomie fourragère.

Pour ce jeune agriculteur, la démarche Mont Lait était une question de survie **«Situé en zone non AOP, j'ai toujours eu la conviction que ça serait difficile de maintenir la production laitière dans nos zones de montagne. Il me semblait nécessaire et urgent de créer notre propre marque pour se démarquer et pérenniser notre activité. J'ai donc très rapidement adhérer à la démarche de l'APLM»**. Aujourd'hui Eric Germain est trésorier de l'association et envisage l'avenir de Mont Lait sous les meilleurs auspices **«Ce n'est que le début de l'aventure Mont Lait. Nous sommes en pleine phase de développement mais au vu de la conjoncture, je prédis un bel avenir à notre marque. Il faut savoir être patient mais déjà nous sommes assurés de la collecte de notre lait et sans aucune incidence sur le prix pour le consommateur. Notre objectif commun est de pouvoir nous rémunérer correctement tout en restant accessible au plus grand nombre. Mont Lait ne doit pas devenir un produit de niche mais au contraire cibler un maximum de consommateurs»**. Un triptyque gagnant-gagnant pour les producteurs, les distributeurs et les consommateurs qui lui tient vraiment à cœur !



Installé sur la commune de Saint-Bard dans la Creuse, Pascal Leclercq est producteur de lait depuis maintenant 27 ans. Installé en GAEC avec sa femme et son fils, il est à la tête d'une exploitation de 103 hectares et veille sur 50 vaches laitières de race Prim'Holstein. Chaque année, il produit 420000 litres de lait. Avec un taux protéique de 34% et un taux de matière grasse qui atteint les 42%, son lait est assurément de haute qualité.

Il faut dire que ses bêtes sont chouchoutées : **«Mes bêtes sont chouchoutées, elles pâturent librement 7 mois de l'année et sont alimentées en herbe conservée pendant l'hiver.»**

Responsable départemental des producteurs de lait de montagne, Pascal Leclercq est depuis le début impliqué dans la démarche Mont Lait. Dès l'arrivée des premières briques en grandes surfaces, en 2013, il a eu à cœur d'aller présenter le produit auprès des consommateurs **«la première année de commercialisation, je faisais des animations en magasin tous les 15 jours. J'en garde un excellent souvenir. Les consommateurs ont d'emblée été séduits par la démarche. Ils sont par ailleurs très attachés à leurs fermes, leur ruralité. Ils espéraient même que cette initiative soit lancée plus tôt»** souligne-t-il. Et les retours sont plus que positifs sur la qualité du lait. Preuve en est, les briques Mont Lait s'écoulent comme des petits pains sur le département !

Aujourd'hui, à 52 ans, il compte sur son fils pour prendre la relève. Installé depuis 2012 sur l'exploitation, Robin Leclercq est en effet passionné par son métier et très impliqué dans l'agriculture du département. **«Quand je m'arrêterai, j'espère qu'il trouvera un associé pour me remplacer. Je suis très attaché à la notion de ferme familiale, celle qui est viable, vivable et qui puisse se transmettre. Le métier de producteur de lait est un très beau métier. Je l'affirme haut et fort»** conclut Pascal Leclercq.

POURQUOI UNE MARQUE DE LAIT DE MONTAGNE ?

Depuis toujours en zone de montagne, et notamment dans le **Massif central, le prix de revient est plus élevé** qu'en plaine. Sur ce territoire, les exploitations sont relativement petites et les gains de productivité sont assez limités. De plus, les exploitations en montagne subissent un **surcoût de production de 30%** par rapport à celles de plaine. Elles sont également victimes d'une concurrence européenne qui s'accroît depuis la décision de l'arrêt des quotas laitiers.

Le seul moyen pour ces producteurs d'assurer le maintien et la continuité de l'élevage en zone de montagne est de pouvoir valoriser les 70% de la production du lait du Massif central qui ne sont pas en AOP (Appellation d'Origine Protégée).

LES ENJEUX DE LA DÉMARCHE « MONTAGNE » SONT DONC DE PLUSIEURS NATURES :

LE MAINTIEN DE L'ÉLEVAGE

Le Massif central fait partie de ces zones sensibles où le **maintien de l'activité agricole permet de conserver une densité minimale de population**.

Mais, cela fait plus de quinze ans maintenant que 3 à 6% des exploitations laitières disparaissent chaque année avec en parallèle une augmentation considérable de l'âge moyen des chefs d'exploitation en activité.

C'est la raison pour laquelle l'APLM souhaite ancrer cette production au territoire en agissant pour :

trouver de nouveaux débouchés au-delà notamment de la production fromagère, **créer une valeur ajoutée supplémentaire** pour le lait de consommation et **permettre aux producteurs d'aujourd'hui et de demain de vivre dignement de leur métier**, de leur passion.

LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA BIODIVERSITÉ

L'élevage joue un rôle essentiel pour l'équilibre et la préservation des paysages. De nombreuses études ont en effet montré que cette tradition du **pâturage à l'herbe** engendre de **grands bénéfices environnementaux**. Sans compter que cette tradition a une incidence directe sur les paysages de la zone d'appellation. En effet, le maintien des prairies (paysage dit ouvert) et des herbages en zone de montagne, caractéristique des paysages auvergnats, n'est possible que grâce à la présence de l'élevage et des vaches au pâturage.

Ce mode d'élevage « extensif » garantit ainsi la préservation des ressources naturelles et de la biodiversité de la zone.

LA SAUVERGARDE DU TISSU SOCIAL ET ÉCONOMIQUE

Le secteur de l'agroalimentaire représente 15% des emplois dans le Massif central, le double de la moyenne nationale. Sans parler des emplois indirects qu'il génère pour animer la vie locale dont notamment les différents services de proximité (éducation, santé, la poste, les banques...).

De plus, les tendances de consommation reviennent vers des choix plus respectueux de l'environnement, des traditions et de la solidarité.

En élaborant cette démarche de marque de lait de montagne, l'APLM a souhaité d'une part, satisfaire les consommateurs en leur proposant des produits de terroir et d'autre part, impliquer les entreprises pour que les outils de production restent bien implantés sur le territoire.

Mont Lait a ainsi pour vocation **d'ancrer la production de lait ainsi que les outils de transformation** dans les montagnes du Massif central. L'objectif est de **promouvoir une économie localisée dans ces territoires difficiles**.



EN SAVOIR PLUS : UNE ZONE DE MONTAGNE

Qui évoque la montagne, pense systématiquement aux Alpes ou aux Pyrénées. Pourtant, il existe en France de nombreuses autres zones dites de montagne où le maintien de l'activité agricole permet de conserver une densité minimale de population mais les contraintes naturelles et physiques (altitude, climat, pente, et distance) engendrent des coûts supplémentaires et limitent considérablement les possibilités de gain de productivité pour les acteurs y étant implantées. C'est le cas du Massif central, entres autres.

Selon la directive communautaire du 28 avril 1975, les zones de montagne sont :

- 👉 **Des zones à partir de 600 m d'altitude, limite à partir de laquelle les conditions climatiques deviennent difficiles (période de végétation courte et limitation des variétés de végétaux utilisables).**
- 👉 **Des zones où il existe des pentes supérieures à 20% qui bannissent automatiquement la mécanisation si ce n'est l'utilisation de matériels spécifiques très onéreux.**
- 👉 **Des zones qui combinent les deux contraintes ci-dessus, et dans ce cas, elles deviennent difficiles à partir de 500 m d'altitude associées à une pente de 15% minimum.**

LE CYCLE DU LAIT DE MONTAGNE

LA TRAITE ET LA COLLECTE

Pendant la période de lactation, la traite se déroule tous les jours de la semaine sans exception, à heures régulières, **deux fois par jour**. Pour être conservé dans de bonnes conditions, le lait doit être réfrigéré. Il est transporté de la salle de traite au tank de stockage, où de 38 °C, il est refroidi jusqu'à atteindre 4°C.

Le lait est **collecté toutes les 48 heures** par un camion isotherme et est acheminé jusqu'à la laiterie. À chaque ramassage, au moment de la collecte, des échantillons de lait sont prélevés et analysés pour déterminer la composition nutritionnelle et la qualité sanitaire du produit.

LA TRANSFORMATION

Une fois collecté, le lait est stocké dans des réservoirs pouvant contenir jusqu'à 100000 litres de lait cru. S'ensuit alors la **pasteurisation du lait** (le lait est chauffé pendant 15 secondes à 72 °C), étape primordiale pour éliminer les micro-organismes indésirables pour l'homme et garantir un produit en tout point irréprochable.

Une fois pasteurisé le lait est **écrémé** (séparation de la crème et du lait) puis est rajoutée la quantité de crème souhaitée (1,5 à 1,8% de matière grasse) pour obtenir du **lait demi-écrémé**.

Le lait passe alors par une dernière étape, la stérilisation.

Il est chauffé grâce à de la vapeur d'eau et atteint une température de 140°C durant deux secondes. Tous les micro-organismes sont ainsi détruits. On aboutit par cette opération à du **lait UHT**, c'est-à-dire Ultra Haute température.

Pour terminer, le lait est emballé dans des briques spécifiques «Mont Lait» le protégeant de l'air et de la lumière pour optimiser sa conservation.

DISTRIBUTION ET COMMERCIALISATION

Mis en briques, Mont Lait va ensuite rejoindre les linéaires de la grande distribution ou être acheminé vers quelques grossistes.

LES BIENFAITS DE MONT LAIT AU QUOTIDIEN

Le lait produit par une vache est composé de molécules naturelles issues directement ou indirectement de son alimentation. Bien que les technologies de fabrication aient une influence majeure, les conditions de production du lait ont une incidence sur ses qualités nutritionnelles et sensorielles. Ainsi une diversité botanique plus grande comme c'est le cas dans le Massif central est synonyme *in fine* de composés aromatiques et nutritionnels plus nombreux et plus variés. Ce lien de cause à effet est désormais prouvé scientifiquement.

À tout âge, le lait doit donc avoir une place essentielle dans l'alimentation humaine. Il participe en effet activement et à plusieurs niveaux à notre équilibre alimentaire et ce grâce à un apport non négligeable de :

- > **Calcium**, pour la constitution et la pérennisation du capital osseux,
- > **Protéines**, pour le fonctionnement de l'organisme,
- > **Vitamines B** et minéraux pour l'énergie
- > **Vitamines A**, pour la qualité de la vision et de la peau.

De plus, composé à **89% d'eau**, le lait constitue un excellent moyen de s'hydrater tout en se faisant plaisir.

MONT LAIT, MON PARTENAIRE IDÉAL!

En plus de ces atouts santé indéniables, le lait est source de plaisir et procure un bien-être immédiat. Du matin au soir, il accompagne, petits ou grands, à tout moment de la journée. Découvrez, sans plus tarder, nos idées de dégustation :

- 👉 **Au petit-déjeuner**, nature ou avec du chocolat ou pour accompagner un bol de céréales.
- 👉 **Au déjeuner ou au dîner** dans la conception de nombreux plats et dessert comme le riz au lait, la crème caramel ou le flan.
- 👉 **Au goûter** avec un milk-shake ou pourquoi pas simplement dans un verre agrémenté de sirop.
- 👉 **Avant de se coucher**, un bon lait chaud avec une cuillère de miel pour une nuit douce et paisible. La recette de grand-mère a été approuvée par les scientifiques comme favorisant l'endormissement.

