



Mon Lait : une marque de producteurs basée sur la mention « Montagne »

Bilbao, le 23 octobre 2014



Une volonté née il y a 14 ans

☛ Décret montagne français en 2000

- ☛ Production et transformation en zone de montagne.

☛ Création ALTITUDE en 2004 : différencier les produits pour attacher la production à la montagne



- ☛ Un logo commun pour réunir et promouvoir les produits de montagne
- ☛ Une composition interprofessionnelle : lait, v. bovine, porc, eaux

☛ Un logo banalisé sans poids des producteurs dans la démarche

Mont Lait

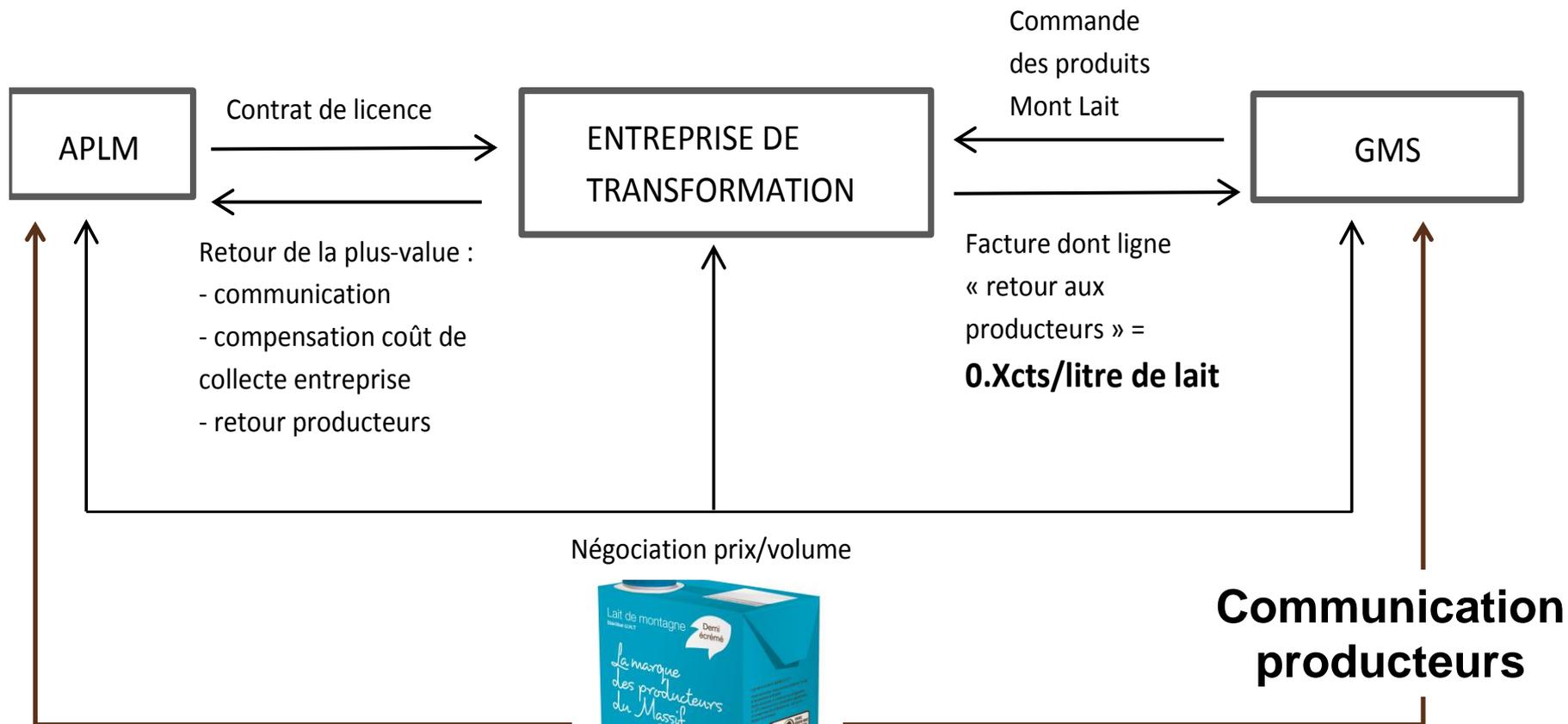
une marque qui appartient aux producteurs

- ☛ Création de l'Association des Producteurs de Lait de Montagne – APLM en 2010 :
 - ☛ Fixer la production laitière et les outils de transformation en zone de Montagne / sortie des quotas
 - ☛ Créer et développer une filière : un partenariat équilibré entre producteurs et transformateurs pour construire un produit (de la matière première au produit fini)
 - ☛ Sensibiliser le grand public aux enjeux du maintien de cette filière en montagne (social, économique ou environnemental).

Un cahier des charges basé sur la mention montagne

- ☛ Réglementation française, jusqu'au 3 janvier 2013
 - ☛ Toutes les opérations de production sont situées en zone de montagne
 - ☛ Toutes les opérations de transformation, de fabrication et d'affinage sont réalisées dans la zone de montagne
 - ☛ La principale source d'alimentation du troupeau est constituée de matières premières provenant de la montagne :
 - ☛ l'alimentation exprimée en matière sèche provient au moins pour 70 % de la zone de montagne.
- ☛ Réglementation UE depuis 3 janvier 2013
 - ☛ Socle identique avec
 - ☛ alimentation provenance montagne matière sèche à 60 %
 - ☛ **mais surtout dérogation localisation entreprise à 30 km de la zone de montagne**

Le schéma économique



Les résultats

☛ Aujourd'hui

- ☛ 1040 producteurs adhérents répartis sur 7 départements du Massif central
- ☛ un potentiel de 180 millions de litres de lait
- ☛ 1 million de litres de lait vendu dans 100 grandes et moyennes surfaces du Massif central

☛ Demain

- ☛ 10 millions de litres de lait vendus en 2017 : point équilibre économique
 - ☛ en entrant sur de nouveaux bassins de consommation
 - ☛ en élargissant la gamme de produits
 - ☛ en élargissant le partenariat avec les entreprises