

« BON POUR LA BIODIVERSITÉ, BON POUR LE CLIMAT : LE LAIT DE FOIN, TOUT SIMPLEMENT BON » : PROMOUVOIR LA DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE DES PRODUITS DE MONTAGNE

Les produits de montagne sont généralement considérés par les consommateurs comme très goûteux, mais le grand public n'est pas forcément sensibilisé à leur durabilité. Pourtant, l'agriculture de montagne fournit de nombreux services écosystémiques, notamment pour la protection de la biodiversité. Les producteurs de lait de foin autrichiens et allemands ont décidé de promouvoir la durabilité du lait de foin par le biais d'une campagne de communication financée par les appels européens pour la promotion des produits agroalimentaires.

EN SAVOIR +

Le lait de foin : une production durable

Le lait de foin est un mode de production traditionnel, notamment dans les régions montagneuses. Les animaux sont nourris d'herbe en été et de foin en hiver, l'ensilage et les aliments génétiquement modifiés étant interdits. Cette pratique est considérée comme particulièrement durable, notamment en ce qui concerne la biodiversité, la protection des paysages et le bien-être animal.

L'Association Autrichienne des Producteurs de Lait de Foin a documenté la manière dont cette méthode de production contribue à la réalisation de nombreux Objectifs de Développement Durable. En contribuant au stockage du CO₂ dans les prairies permanentes, l'élevage contribue à l'ODD 13 sur l'action climatique. Les prairies en mosaïque et l'utilisation limitée d'aliments concentrés contribuent également à l'ODD 12 pour une consommation et production responsables. De plus, le secteur permet également de maintenir l'emploi et le dynamisme dans les régions de montagne, contribuant ainsi à l'ODD 8 pour le travail décent et la croissance économique.



Une communication ciblée pour sensibiliser les consommateurs

Pour encourager une consommation plus durable, l'Association Autrichienne des Producteurs de Lait de Foin, en collaboration avec son homologue allemande, mène une campagne de promotion du produit. Cette campagne vise à mieux faire connaître le lait de foin dans les régions allemandes où ce produit est moins connu des consommateurs. Alors qu'en Autriche, le lait de foin représente 6 000 agriculteurs et 15 % du volume de lait produit, en Allemagne, il ne représente que 500 agriculteurs et 1 % du volume. Les régions allemandes ciblées par cette campagne de communication sont les régions du sud, transfrontalières avec l'Autriche et principalement montagneuses, comme la Bavière et le Bade-Wurtemberg, mais aussi des bassins économiques importants comme Berlin, Hambourg ou la Rhénanie du Nord-Westphalie.

Pour y parvenir, la campagne met en œuvre les actions suivantes :

- L'installation d'une « cuisine alpine rustique » 40 fois par an dans les supermarchés les plus fréquentés pour communiquer auprès des consommateurs. Les différents produits à base de lait de foin, notamment les fromages, sont cuisinés en direct et proposés aux clients.
- La participation à 9 foires agroalimentaires par an.
- L'organisation d'une visite d'étude par an dans les zones de production du lait de foin avec le personnel de la grande distribution pour le sensibiliser aux méthodes de production.

- Une communication auprès des consommateurs par le biais de dépliants, des réseaux sociaux, de conférences de presse et de publicités à la télévision ou dans les gares.

Avec ces actions, la campagne vise, entre autres, à accroître de 5 % la connaissance du lait de foin chez les consommateurs allemands, et de 5 % la connaissance et la compréhension du label "Spécialité Traditionnelle Garantie" associé à la production de lait de foin.

En outre, dans un contexte où les consommateurs privilégient de plus en plus les produits durables, l'objectif est d'accroître de 10 % la perception du lait de foin comme un produit durable. Il est intéressant de noter que la campagne était initialement axée sur la contribution de la production de lait de foin à la protection de la biodiversité des prairies permanentes. Cependant, au moment où le projet a démarré, l'attention des consommateurs s'était tournée vers l'action climatique. Les organisations de producteurs ont donc adapté leur campagne pour y inclure cet élément, en soulignant en particulier les bénéfices en termes de stockage du carbone.



Crédits ARGE Heumilch



Crédits ARGE Heumilch



Crédits ARGE Heumilch

Gouvernance et ressources

La campagne de communication est menée depuis le début de l'année 2022 par deux organisations, l'Association Autrichienne des Producteurs de Lait de Foin et l'Association Allemande des Producteurs de Lait de Foin.

Elles ont formé un consortium pour mener à bien ce projet dans le cadre des [appels à projets européens 2021 pour la promotion des produits agroalimentaires](#), sous l'appel dédié aux produits durables. Le projet dure 3 ans et dispose d'un budget total de 4 486 324,00 €, dont 80 % sont financés par l'UE à travers son programme de promotion agroalimentaire.

Ce financement provient [d'appels annuels](#), qui permettent chaque année de soumettre des propositions de projets de communication visant à promouvoir des produits spécifiques. Ils offrent des opportunités intéressantes pour les produits de montagne, qu'ils soient labellisés avec la Mention de Qualité Facultative « produit de montagne », avec des Indications Géographiques, ou qu'ils soient valorisés pour leur savoir-faire unique ou leur durabilité.



Aspect innovant

La campagne de communication d'ARGE Heumilch a tiré parti des nouveaux appels pour la promotion des produits agroalimentaires durables. Créés en 2021, ils viennent s'ajouter aux anciens appels axés sur les schémas de qualité et permettent de mettre en avant non seulement la qualité du produit, mais aussi sa durabilité. Dans le contexte des enjeux climatiques et de la demande accrue des consommateurs pour des produits durables, il est intéressant de les sensibiliser aux bénéfices de l'élevage en montagne pour la biodiversité et la protection du climat.

