



# MONT LAIT

Marque des producteurs de lait du Massif central

- **PORTEUR DE PROJET** : Association des Producteurs de Lait de Montagne
- **PARTENARIAT** : Terra Lacta, Société Fromagère du Livradois
- **ETAT D'AVANCEMENT** : finalisé. La marque Mont Lait est aujourd'hui portée par l'APLM.
- **OÙ RETROUVER L'INFORMATION ?**

#### Contact APLM

Siège administratif : Carrefour de l'agriculture - 12026 RODEZ Cedex 9

05 65 73 77 91 / contact@montlait.fr

## 1

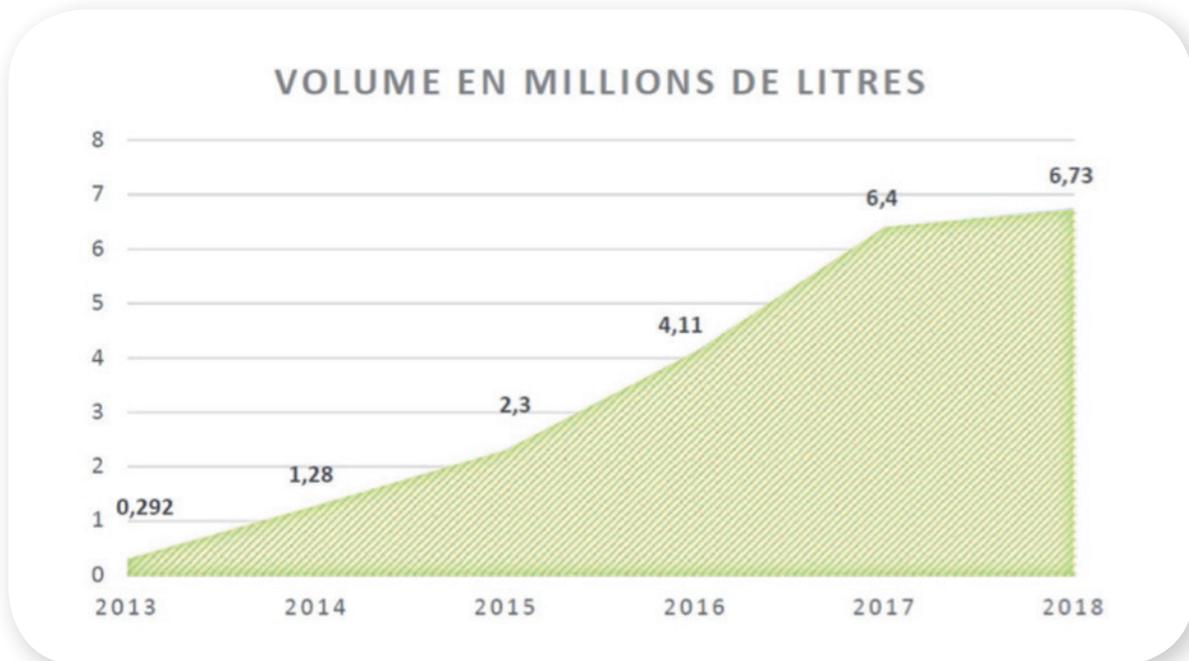
### Objectifs

Pérenniser l'élevage laitier et les outils de transformation en zone de montagne en captant de la valeur ajoutée grâce à l'appellation "produit de montagne".

## 2

### Actions

- **2010** : création de l'Association des Producteurs de Lait de Montagne regroupant des élevages laitiers de 7 départements du Massif central : Aveyron, Cantal, Corrèze, Creuse, Haute-Loire, Lozère, Puy-de-Dôme. L'APLM dépose alors à l'INPI la marque Mont Lait dont elle est propriétaire.
- **2013** : sortie de la première brique de lait ½ écrémé UHT sous la marque Mont Lait, vendue en GMS, et produite par la Société Laitière des Volcans d'Auvergne (SLVA), basée à Saint-Genès-Champagnelle (63). Pour chaque litre de lait vendu, 10 centimes reviennent à l'APLM qui en reverse 3 à la SLVA en compensation des surcoûts de collecte en zone de montagne. Après financement des charges de fonctionnement de l'APLM et des frais de promotion de la marque Mont Lait, les adhérents touchent annuellement des dividendes calculés en fonction de leur capital d'adhésion à l'association.
- **2018-2019** : un travail est engagé visant à caractériser le lait de montagne. L'objectif étant de se différencier davantage dans un contexte devenu concurrentiel. Ce travail est réalisé avec l'INRA. Un cahier des charges a été défini. L'APLM laisse 3 ans à ses adhérents pour se mettre en conformité.
- **2018** : sortie d'un fromage à raclette Mont Lait fabriqué par la Société Fromagère du Livradois basée à Fournols (63).
- **2018-2019** : restructuration du réseau d'adhérents avec l'objectif de créer un réseau local pour l'animation de terrain et comme relais du conseil d'administration.
- **2018** : sortie d'un fromage à raclette Mont Lait fabriqué par la Société Fromagère du Livradois basée à Fournols (63) ainsi que du lait UHT ½ écrémé en bouteille.
- **Juin 2019** : mise en marché d'un nouveau produit, un beurre de baratte au lait de montagne fabriqué à Auzances (23) par la Laiterie des Montagnes d'Auzances, filiale de Terra Lacta.

**1. Développement du volume de lait briqué :**

En 2019, l'APLM rassemble 440 exploitations adhérentes produisant 143 millions de litres. 5% du volume des adhérents est valorisé sous la marque Mont Lait.

**Objectifs :**

- valoriser 18 millions de litres à l'horizon 2020.
- diversifier les unités de transformation afin de couvrir le territoire de l'APLM.

**2. Une gamme de produits élargie :**

- Lait de montagne ½ écrémé UHT en brique et bouteille
- Raclette au lait de montagne
- Beurre de baratte au lait de montagne

A chaque nouveau produit, un nouveau partenariat est conclu avec une entreprise locale du Massif Central.

**3. Une mobilisation des producteurs :****Inciter les producteurs à être :**

- Des acteurs commerciaux : être en capacité de démarcher des magasins, de faire des animations
- Des moteurs de promotion de la marque : organiser tout type d'actions de communication, être présents sur les réseaux sociaux, etc.