

**TÉMOIGNAGE**  
Réseaux thématiques  
2021/2027



**Élevage bovins lait**  
**En Provence-Alpes-Côte d'Azur**

Le Réseau Thématique « Circuits de proximité en productions laitières » a pour vocation de capitaliser et créer de la référence sur ces sujets en élevages ovin, caprin et bovin lait.

# GAEC le Gâ : un troupeau mixte Abondance - Prim'Holstein pour produire des fromages dans le Champsaur

## Chiffres clés de l'exploitation

### Main-d'œuvre :

4 UMO : Marion, Johan, Bastien et François

### SAU :

- 70 ha dont 28 ha de cultures + 38 ha de parcours
- Estive collective pour les génisses

### Troupeau :

45 vaches laitières Abondance-Prim'Holstein  
15 génisses de renouvellement

### Production laitière :

- Volume total : 300 000 L produits dont 100 000 L transformés et le reste vendu à la Fromagerie de la Durance
- 6 500 kg/vache laitière
- TB : 39,6 g/kg – TP : 33,5 g/kg
- Prix moyen laiterie : 531 €/1 000 L
- Prix moyen lait transformé : 1 317 €/1 000 L

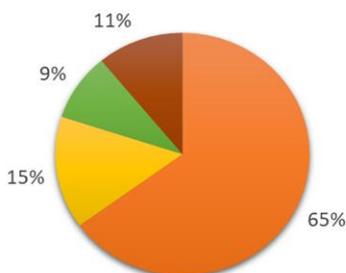
### Appellation, marque ou label :

Certification Agriculture Biologique depuis Oct. 2019

### Figure 1

#### Gamme des produits (volume)

- Pâte pressée non cuite
- Pâte persillée
- Pâte pressée cuite et demi-cuite
- Frais



## Un peu d'histoire...

**« Les deux exploitations se sont associées en 2020 pour garantir la pérennité des ateliers. »**

La fromagerie de Pré Lacombe a été créée en 2011 lorsque Marion s'est installée sur l'exploitation de son père Jean-Luc, avec la transformation à la ferme d'une partie du lait bio produit par leur troupeau d'Abondance.

Au départ à la retraite de Jean-Luc en 2020, Marion rejoint le GAEC Le Gâ, où Johan et Bastien font évoluer ce système traditionnel champsaurin depuis leur installation en 2018 : conversion en bio, pâturage des vaches laitières, mise en place du séchage en grange... Leur père François les rejoint la même année.

Depuis, l'exploitation transforme un tiers du lait produit et commercialise ses fromages en vente directe sur les marchés, au magasin attenant, via la livraison aux professionnels et par un intermédiaire.





## Témoignage

### Pourquoi avoir fait le choix de la transformation laitière ?

Pour nous, c'était vraiment important de garder la main sur notre lait, de pouvoir gérer tout le processus, de l'élevage jusqu'à la vente de nos fromages. En plus, ici en montagne, on a plus de contraintes qu'ailleurs, donc autant en faire une force pour se démarquer. On a eu la chance de sortir du système conventionnel en s'associant avec une petite ferme bio qui faisait déjà de la transformation à la ferme, ça a été une vraie opportunité.

### Pourquoi commercialiser en circuits-courts ?

La commercialisation permet un contact avec le consommateur et un retour direct sur nos produits. On s'inscrit dans une démarche locale et « écologique ».

### Selon vous, quels sont les points de vigilance à avoir ?

Il est nécessaire d'être vigilant sur la gestion des stocks afin de pouvoir satisfaire le client. Un client local qui vient régulièrement doit trouver son produit même en période d'afflux touristique. Trouver un prix juste est aussi compliqué : la plupart des fidèles clients sont des gens de la vallée, qui n'ont pas forcément le pouvoir d'achat des touristes. Il faut être rigoureux sur la qualité du lait pour avoir de bons produits. C'est dans les prairies et notre façon de les travailler que tout commence !

### Comment créez-vous de nouveaux produits ?

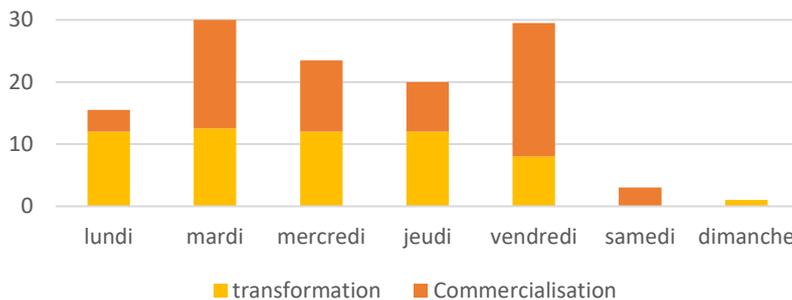
Nous ne travaillons pas forcément sur de nouveaux produits mais plutôt à faire reconnaître un produit typique de notre terroir : la Tomme du Champsaur. La démarche de reconnaissance en IGP est portée collectivement par un groupe d'éleveurs et de transformateurs.

## ORGANISATION DU TRAVAIL

Les Hautes-Alpes étant un département très touristique, les pics de commercialisation sont répartis sur les vacances d'hiver et la saison estivale. Le but est donc d'anticiper la transformation pour avoir le stock nécessaire. Il faut aussi conjuguer ces périodes chargées avec le travail saisonnier : foins et moissons l'été et travail extérieur en hiver.

Figure 2

Répartition du travail transformation/commercialisation en été



## CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Les fromages sont vendus majoritairement en vente directe sur les marchés et à la ferme mais aussi en tournées pour les professionnels (restaurateurs, hôtels...). Une partie est aussi vendue à la restauration collective via un intermédiaire, ce qui permet de garantir des volumes plus importants.

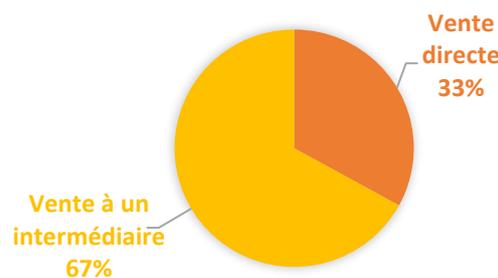


Figure 3

Circuits de distribution (volume)

### Fiche réalisée par :

Angélique ANDRIEU - Chambre d'agriculture des Hautes-Alpes  
(06 80 72 42 22)

### Document édité par l'Institut de l'Élevage

149, Rue de Bercy - 75595 Paris Cedex 12 - www.idele.fr  
Septembre 2024 - Réf. : 0024 601 102

Conception : Beta Pictoris - Réalisation : Institut de l'Élevage -  
Crédits photos : Angélique Andrieu et Patrick Domeyne

Pour en savoir + : [portail.inosys-reseaux-elevage.fr](http://portail.inosys-reseaux-elevage.fr)



Un dispositif partenarial associant des éleveurs et des ingénieurs de l'Institut de l'Élevage et des Chambres d'agriculture pour produire des références sur les systèmes d'élevages. Ce document a été élaboré avec le soutien financier du Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire (CasDAR) et de la CNE.

