

« Le Cochon de Bretagne doit devenir plus attractif »

Outre son argument premier qu'est l'origine bretonne, la marque Cochon de Bretagne entend prendre un nouvel élan en proposant de nouveaux arguments sur le bien-être et la démédecation. Explications.

■ PORC MAGAZINE : Après 14 ans d'existence, le Cochon de Bretagne peine à faire évoluer ses volumes, pourquoi ?

»» SÉBASTIEN BRISHOUAL. Les éléments de différenciation du cahier des charges de l'époque se sont aujourd'hui généralisés, il va donc falloir lui redonner de l'attractivité. De plus, le stickage de la viande fraîche Cochon de Bretagne par les enseignes n'est pas toujours réalisé par manque de temps, ce qui freine les ventes. Pourtant, l'argument de l'origine avec du porc garanti né et élevé en Bretagne est plus que jamais un élément fort. Des expériences faites en direct en magasin sur les lots de barquettes estampillées ou non dans même bac montrent une préférence du consommateur pour notre marque, à prix semblables.

La nouvelle marque de Leclerc « Les éleveurs de Bretagne »* à laquelle vous participez ne va-t-elle pas vous phagocytter dans cette enseigne ?

»» S. B. Non. Nous avons d'ailleurs tenu à ce que notre logo y soit conservé. Nous comptons au contraire dessus pour sensibiliser sur l'intérêt de communiquer sur l'origine et la traçabilité de la viande avec, ici, un critère supplémentaire : les porcs seront abattus en Bretagne. L'argument Bretagne parle au consommateur. Le succès de l'association « Produit en Bretagne » en atteste.

Pourquoi n'avez-vous pas justement rejoint cette démarche collective Produit en Bretagne ?

»» S. B. Si nous reconnaissons son succès, nous ne sommes pas partenaires car en porc frais, nous avons déjà notre propre identification qui mentionne clairement l'origine avec du né et élevé en Bretagne. Multiplier les logos pourrait perdre le consommateur. Par contre sur des produits transformés, où nous ne sommes pas encore très présents, nous n'écartons pas cette hypothèse.

Votre projet d'IGP, où en est-il ?

»» S. B. C'est un dossier compliqué car pour obtenir ce précieux sésame, l'Inao exige un caractère différenciant lié à la région. Ceci est à la fois difficile et entraînerait un surcoût à la production. Pour le moment, les projets sont plutôt de faire évoluer le cahier des charges pour reprendre la main dessus et le rendre plus attractif à la fois pour le consommateur donc pour le distributeur, les abatteurs et les éleveurs. Avoir un ou deux acheteurs en plus au cadran pour notre marque qui représente 40 % des apports pourrait être bénéfique pour l'ensemble de la filière.

Sur quoi mise le Cochon de Bretagne pour induire ce regain d'attractivité ?

»» S. B. Sur des arguments supplémentaires en termes de bien-être des porcs et de santé. Sur le bien-être, en ce qui concerne la castration, nous nous dirigeons plutôt vers un maintien mais sous anesthésie comme le pratiquent certains pays. A cela trois raisons. L'élevage de mâles entiers ne dispose pas pour le moment de système de détection objectif et si le projet Drosme en cours est plutôt positif, cela ne règle pas la question de la gestion des carcasses odorantes, problématique pour les abatteurs qui ne disposent pas d'outils de transformation notamment. La seconde raison est d'ordre gustative avec des mâles entiers qui croissent plus vite et qui, selon nous, offrent une viande plus sèche. Enfin c'est aussi une stratégie pour se différencier en proposant une alternative aux mâles entiers sans pour autant basculer vers l'immunocastration. L'anesthésie nous permettra également de prendre les devants et de proposer une solution plus globale en y incluant la caudectomie.

Sur l'aspect santé, nous travaillons pour proposer une segmentation de gamme pour le Cochon de Bretagne de type « premium » pour valoriser les efforts



Éleveur à Treméven (29), Sébastien Brishoual, 37 ans, est président de Cochon de Bretagne et administrateur de la coopérative Poréla. Pour rappel, le Cochon de Bretagne c'est : 480 adhérents en 2013 pour 35 000 charcutiers produits et 20 000 commercialisés par les abattoirs partenaires (Kermené, Bigard et Charal). Plus-value : 1 c€/kg pour l'éleveur sur les porcs qualifiés. Groupements partenaires : Poréla, Porc Armor Evolution, Aveltis, Elpor, Prestor, Syporporcs, Seretal.

réalisés sur le terrain par nos éleveurs en termes de démédecation.

Vous lancez donc vous aussi un porc « sans antibiotique » ?

»» S. B. Pas tout à fait. Cette allégation du « sans » ne nous convient pas du tout et nous choque en tant qu'éleveurs. C'est dangereux pour toute la filière puisque, de fait, elle oppose le reste de la production qui serait donc « avec ». Nous préférons rester sur des démarches de progrès et communiquer sur cela plutôt. Les termes ne sont pas encore définis mais nous voulons permettre à chacun de monter dans le train à son rythme sans stigmatisation. Chez Cochon de Bretagne, au moins 20 % des porcs sont en aliment blanc et très peu traitent les porcs après 42 jours d'âge. La difficulté pour nous de mettre en place ce volet démédecation est de trouver un caractère mesurable, comparable et applicable à tous les groupements partenaires. Un travail est en cours pour mettre les vétérinaires, techniciens et éleveurs sur les mêmes procédés en s'appuyant sur ce qui existe déjà au sein de chaque structure. Nous devrions être prêts en fin d'année. 50 éleveurs sont actuellement en test.

Propos recueillis par Emilie Hamelin

* voir p. 9