

Consommation. La défense du porc français

29 novembre 2014



Pierre Grosjean a pu expliquer le fonctionnement du rayon aux agriculteurs venu faire la promotion du porc français.

Un groupe d'éleveurs, membres des Jeunes Agriculteurs, s'est rendu hier après-midi au magasin Carrefour pour une opération de promotion du porc français. Cette action avait été annoncée à la direction qui a accueilli la délégation. Celle-ci a pu installer son matériel de communication devant le rayon frais et distribuer ses tracts aux clients. « Nous voulons sensibiliser les consommateurs sur le fait qu'acheter du porc français est un acte citoyen, souligne Yves-Hervé Mingam. La filière va très mal. C'est tout le tissu agroalimentaire qui est menacé. Mais, aujourd'hui, nous voulons faire de la communication positive ». Pierre Grosjean, directeur du magasin, a accueilli le groupe devant le rayon frais de viande de porc. « Nous avons sur le frais des étiquettes "filiale qualité Carrefour" qui garantit que le porc est uniquement français », dit-il. Les agriculteurs reconnaissent les efforts faits dans ce sens. « Mais la consommation de viande de porc en frais a fléchi, commente un autre éleveur. Par contre, elle est plutôt en augmentation en charcuterie et, là, c'est plus compliqué ». Jambon, saucisson sont souvent des produits de marques et l'origine des produits se limite à une garantie « UE » comme Union européenne. « C'est du cochon qui vient d'Espagne où les conditions d'élevage et l'environnement social sont différents », dit Yves-Hervé Mingam. Les jeunes agriculteurs ont donc mis l'accent devant les consommateurs sur le label « Le porc français » qui pourrait être plus généralisé.