



2015

...PART EN CAMPAGNE !

LE COCHON DE BRETAGNE...



Lettre infos n° 29

Janvier 2015

Bonjour à tous,

A l'heure où j'écris ces quelques lignes, les croquettes pour chien sont vendues plus chères que notre cochon et visiblement nos politiques ont l'air de trouver ça normal....

On nous demande de plus en plus d'engager notre responsabilité en terme de traçabilité, transportabilité des animaux, bien-être etc... et malgré ces exigences, RIEN ! Etiquetage, mention d'origine bâouée, à qui profite le non respect de notre travail ?

Certains d'entre nous, mettent en doute les différentes CCP et cahiers des charges dans notre filière ; je veux quand même rappeler que ceux-ci répondent à une demande client et que ces « options » sont payantes. De plus, ces cahiers des charges sont des armes permettant de différencier nos cochons de ceux des allemands et des espagnols.

Alors je dis, haut et fort « attention ! », je veux bien entendre qu'une certaine restructuration dans les « options proposées » soit discutée mais sous certaines conditions et pas à n'importe quel prix... Pour rappel, Le Cochon de Bretagne est le premier cahier des charges appartenant à des éleveurs ayant obtenu la CCP, le 1^{ER} participant à la cotation nationale (40 % des volumes MPB) et également, le seul par conséquence à laisser le choix de la commercialisation au groupement.

Le Cochon de Bretagne est une marque d'éleveurs et nous avons la maîtrise de notre cahier des charges. Si ce fonctionnement venait à disparaître, nous serions certainement obligés de livrer des cochons avec les « options incluses de série » au détriment de notre portefeuille.



2015 doit être une année pour fixer les règles sur l'utilisation de notre marque avec nos partenaires afin de ne plus voir certaines dérives en magasin. Notre présence ne doit pas être apparentée à la grande braderie du magasin ! Notre promotion en magasin doit faire l'objet d'un investissement sincère des responsables de la distribution auprès de CDB et du consommateur : l'acheteur pourra identifier la marque à une seule condition : présence du logo de façon permanente !

L'année passée me permettait de rester résolument optimiste. Deux nouveaux partenaires nous ont rejoints ; Guyader et Sovérais. D'ailleurs, je leur souhaite une bonne année de croissance.

Pour finir, j'espère toujours voir d'autres abatteurs venir « grossir » nos rangs pour être encore plus fort demain face à la concurrence étrangère.

C'est bien au Cochon de Bretagne, premier militant des mentions d'origine que se trouvent certaines solutions pour la filière.

Engagez-vous et sortez du silence et avançons ensemble!

Meilleurs vœux pour cette année 2015 et du courage pour continuer à faire ce métier.

Le président,
Sébastien Brishoual.