

Départ / Comme toute personne passionnée par la cause qu'elle a défendue toute sa vie, l'ex-directeur du marché du porc breton s'abandonne à quelques fiertés, n'exclut aucun regret et se permet conseils et mises en garde

LE DEUXIEME HOMME DU MPB

Si le marché du porc breton (MPB) peut remercier Jean Moal, l'une des principales figures de l'agriculture bretonne, de l'avoir créé en 1972, il doit à Jean-Pierre Joly de lui avoir consacré la quasi-totalité de sa carrière*. En 1983, quand il en prend la direction, le jeune homme travaille déjà avec des éleveurs de porcs dans le cadre des centres des « Jeunes agriculteurs » et, surtout, s'est familiarisé avec les techniques de la vente aux enchères pour le compte de ses parents, producteurs de légumes. Sa nomination se fait donc naturellement d'autant qu'il est le seul à accepter de déménager. En effet, ne réunissant au départ que quelques producteurs du Finistère dans les locaux d'une Sica, le Cadran a pour ambition, au bout d'une dizaine d'années, de fédérer l'ensemble du secteur porcin régional. Concrètement cela doit se traduire par une généralisation de la cotisation, un transfert de son siège dans un endroit plus central et plus neutre (en l'occurrence à proximité de la chambre d'agriculture de Plérin dans les Côtes d'Armor) et une redéfinition des collèges au sein de

son conseil d'administration. À côté de celui des apporteurs (producteurs de porcs), est créé un collège des organisations à vocation régionale (union des groupements, syndicats, chambres d'agriculture).

Jean-Pierre Joly est donc à l'origine du marché tel que nous le connaissons aujourd'hui. Et il sera l'artisan de son évolution tout au long de sa carrière. Si

fondamentalement il n'a pas remis en question son fonctionnement, il a dû prendre des mesures de régulation pour l'adapter aux vicissitudes de l'économie et corriger certains excès. « Quand les prix montent en France, les acheteurs se fournissent à l'étranger. Et quand ils baissent, par rapport aux prix de nos voisins, la demande pour la viande française augmente, explique-t-il simplement. Avec un système de vente aux enchères de lots, les régulations se font donc en fonction de la conjoncture internationale et du comportement des étrangers. Cela marche bien mais parfois le système



peut s'emballer. » L'ancien directeur se souvient qu'après une crise, intervenue en 1988, le prix a bondi d'1,5 F le kg en une dizaine de jours. La France a donc été « envahie » de viande étrangère ce qui a provoqué une baisse équivalente (-1,4 F) la semaine suivante. Pour dissuader les vendeurs d'attendre une éventuelle nouvelle hausse avec un risque ensuite de saturation du marché et à nouveau d'une baisse du prix, il a été décidé de limiter ses variations à plus ou moins 5,5 c le kg et d'interdire aux producteurs de refuser de vendre un lot dont le prix parvenait à se stabiliser autour de la moyenne du prix du marché précédent. Des mesures indispensables, selon l'ex-directeur, pour assurer une production durable et rendre les variations moins aléatoires. Cela aura aussi grandement contribué à la crédibilité du MPB.

LA RÉFÉRENCE EUROPÉENNE

Le cas de la crise de 2014 est différent car un prix (1,40 €/kg) a, cette fois, été décidé artificiellement. Ce qui a logiquement, à plus ou moins brève échéance, conduit les producteurs à négocier directement avec les abattoirs car, pendant ce temps, le cours en

l'Allemagne passait à 1,20 €. Pour Jean-Pierre Joly, le fait de n'avoir pas pu intervenir sur ce prix lui reste véritablement en travers. « On savait qu'on allait au talus. Même à 1,30 € ça serait passé. Ça nous aurait au moins évité de faire des stocks les premières semaines qui nous ont ensuite coûté très cher puisque les porcs étaient déclassés. Tout le monde a sa part de responsabilité dans cette histoire. Les politiques qui expliquaient qu'ils avaient eu l'accord de tout le monde mais bien sûr ils n'allaient pas payer la différence ! Les syndicalistes



MÊME LES ABATTOIRS APPRÉCIENT LE MPB CAR ILS PEUVENT COMPETER SUR UN VRAI PRIX. »

qui ne voulaient pas entendre qu'un tel niveau de rémunération ne serait pas tenable. Les distributeurs qui s'étaient engagés sur ce prix à l'image de U ou Carrefour. En réalité, le premier n'a rien acheté et le second se fournissait chez la Cooperl qui avait déjà quitté le navire. Seuls Leclerc et Intermarché ont joué le jeu. Nous-mêmes, enfin (dirigeants et conseil d'administration), qui, je le reconnais, aurions dû avertir plus fermement qu'il ne fallait pas aller au-delà d'1,30 € dès l'instant où on perdait de la fluidité. Mais de là à être remis en cause par des éleveurs qui ont accusé l'organisation d'être mauvaise, ça, je ne l'ai pas supporté. Comme si j'avais eu intérêt à ce que le cours du porc soit bas alors qu'il s'agissait simplement de la loi du marché. » La plaie a du mal à se refermer mais sur la durée, Jean-Pierre Joly mesure très bien la dimension qu'a prise le MPB. « Il est devenu une véritable référence en Europe, se réjouit-il avec une certaine fierté. Même les Néerlandais qui sont les premiers à avoir créé ce genre de marchés, n'ont jamais réussi à avoir l'équivalent chez eux. Le binôme Uniporc (pour les classements) et MPB (pour la cotation) est unique au monde. Les producteurs allemands nous l'envient beaucoup. Et pour cause, avant de vendre leurs cochons ils ne savent pas si le classement de tel abattoir leur sera favorable et s'ils paieront à 15 jours ou à 5 semaines. » L'ex-directeur pense même que l'existence d'un marché du même type en Allemagne serait bénéfique au marché français. « Si les Allemands avaient disposé d'un tel marché cette

année, leurs cours seraient montés plusieurs fois. De façon générale, je suis convaincu qu'une meilleure variation chez eux permettrait une meilleure variation chez nous. Mais comme là-bas ce sont les abattoirs qui fixent les prix en dernier ressort (après avoir étudié les propositions d'un collège de producteurs) et qu'ils sont plutôt réticents à accepter des augmentations, ça n'a jamais pu se faire. A ce jour il y a bien un producteur allemand (ISN) qui dispose d'un marché aux enchères, lequel donne d'ailleurs une bonne orientation, mais cela ne concerne que 3 000 porcs par semaine. Quant à l'Espagne, ce n'est pas envisageable car l'intégration est trop importante. »

UN GIE AU CADRAN

D'où l'intérêt de conforter la place française. « Ici, même les abattoirs y trouvent leur intérêt. Grâce à la transparence du marché, ils sont habitués à être sur un pied d'égalité avec leurs concurrents et peuvent compter sur un vrai prix », se félicite-t-il. Seul bémol : le nombre limité d'animaux fragilise, malgré tout, la structure. Alors il avertit : « tout le monde pense que les irréductibles qui restent suffiront pour sauver le MPB. Mais cela nécessite un minimum d'engagement. Aujourd'hui les éleveurs se laissent bercer par de pseudo-cahiers des charges qui feraient croire à une fidélisation garantissant le départ des cochons. Mais cette fidélisation, même si on l'assortit de la prime desdits cahiers des charges, n'est rien à côté d'un bon prix de base. »

Aussi, son plus gros regret est de ne pas avoir pu augmenter de façon très significative le nombre de porcs. « Nous sommes montés à 70 000 pour redescendre à une trentaine de milliers alors que j'aurais tant espéré aller vers les 100 000. Par exemple, j'aurais souhaité trouver un moyen pour convaincre les acheteurs d'être dépendants du marché à hauteur de 50 % de leurs besoins. Mais je n'ai jamais pu le faire. » En attendant, l'ancien directeur appréciera certainement qu'à peine est-il parti, Aveltis et Prestor se sont engagés, à travers leur nouvelle structure commune de commercialisation (voir p. 32), à représenter 50 % de l'offre actuelle du Cadran. Une étape importante pour continuer à être la référence européenne. ■ Dominique Villars

* En avril dernier, Jean-Pierre Joly a pris sa retraite après 36 ans comme directeur du marché du porc breton.



Le dessinateur Malo Louarn, qui travaille pour notre confrère le Paysan breton, a souhaité rendre hommage à Jean-Pierre Joly...



et à ses partenaires.