

# Perception et prise en compte des demandes de la société envers l'élevage de porcs par des responsables de groupements de producteurs

Christine ROGUET (1), Elsa DELANOUE (1), Alizée CHOUTTEAU (2), Guillaume DUFFET (2), Valentine LE VELLY (2),  
Céline WACHET (2), Catherine DISENHAUS (2)

(1) IFIP-institut du porc, la Motte au Vicomte, BP 35104, 35651 Le Rheu Cedex, France

(2) AGROCAMPUS OUEST, 65 rue de Saint-Brieuc, CS 84215, 35042 Rennes, France

christine.roguet@ifip.asso.fr

## Perception and taking into account of societal demands regarding pig production by leaders of producer groups

In a context of social questioning of pig production methods, four AGROCAMPUS-Ouest students conducted interviews with leaders of seven producer groups representing 70% of national pig production, and who were invited to answer two questions: i) How do economic actors perceive the questioning of pig production by society? ii) What actions are they taking to address them? The environment was cited by 10 of the 11 leaders interviewed as being society's primary concern, before animal welfare; the third concern of society was the reduction in antibiotic use. Social representation of associations that support these claims is disputed. Faced with these demands, the profession highlights its compliance with regulations, developing innovations to reduce the environmental impact or the use of antibiotics, or to improve animal welfare. Communication is considered to be strategic. The questioning of intensive production is not considered, nor the expansion of differentiated products. A proactive and collective strategy to respond to societal demands is not mentioned, although this route has been selected in some other countries.

## INTRODUCTION

Confrontée à des défis techniques et socioéconomiques, la filière porcine française doit aussi faire face à de nombreuses remises en cause par la société. Elles concernent notamment le mode de production qui s'est imposé (bâtiment, caillebotis, faible lien au sol, concentration géographique et structurelle) et ses conséquences sur l'environnement, les conditions de vie des animaux et la gestion sanitaire (Delanoue *et al.*, 2014). Au delà, le débat actuel sur le statut juridique de l'animal traduit une évolution de la société, lourde dans sa signification et ses conséquences potentielles sur les élevages (Lesage, 2013). Dans ce contexte, l'IFIP a confié à quatre étudiants d'AGROCAMPUS-Ouest la réalisation d'une enquête pour éclairer les deux questions suivantes : (1) Comment les acteurs économiques de la filière porcine perçoivent-ils les remises en cause de la production par la société ? (2) Quelles actions ou stratégies mettent-ils en œuvre pour y répondre ?

## 1. MATERIEL ET METHODES

Des entretiens ont été réalisés fin 2013 auprès de dirigeants (6 présidents, 3 directeurs, 1 responsable communication et 1 responsable environnement) des sept plus importants groupements de producteurs du pays (6 dans le grand ouest et 1 dans le centre), représentant 70% de la production porcine nationale. Ils ont été invités à s'exprimer sur (1) leur connaissance et leur perception des attentes de la société envers l'élevage de porcs, (2) les actions mises en œuvre par leur structure pour répondre à ces attentes et (3) leur vision sur l'évolution de ces attentes et les actions qu'ils envisagent.

## 2. RESULTATS

### 2.1. Perception des critiques et demandes de la société

#### 2.1.1. L'impact environnemental : « ça pue donc ça pollue »

Parmi les préoccupations de la société qu'ils identifient, 10 des 11 responsables rencontrés mettent l'environnement au premier rang, avant le bien-être animal qui n'est cité spontanément que par 7 des 11 interlocuteurs. Ils attribuent ces revendications aux odeurs (« ça pue donc ça pollue »). Argumentant sur le fait que la production porcine ne serait pas seule responsable de la dégradation de l'environnement, tous soulignent les efforts et investissements importants faits par les élevages porcins sous l'effet de la réglementation.

Les relations avec les associations environnementales sont jugées difficiles et les discussions « stériles » pour six des sept groupements. Ils se désolent de la méconnaissance des problèmes et de la fermeté d'esprit de responsables d'associations environnementales, « déconnectés de la réalité, de l'emploi et de l'économie ». Les relations s'améliorent lorsque ces derniers « parlent avec passion mais en gardant la raison ». Mais pour ces professionnels, aucun gros conflit ne peut être résolu car « c'est ce qui fait vivre les associations ». Ils réfutent la représentativité sociale des associations, ne comprenant pas la place qu'elles prennent dans les débats.

#### 2.1.2. Le bien-être animal : oui, mais...

Le bien-être animal n'est cité en premier qu'une fois comme préoccupation de la société française sur l'élevage. La France est vue comme « un pays latin » où « [le bien-être animal] n'est pas vraiment une préoccupation » et « les

*consommateurs veulent avant tout une viande de qualité et surtout bon marché* ». Mais le sujet est perçu comme « *très dangereux* » car les populations ignorent l'existence de certaines pratiques controversées (castration, caudectomie...). La définition du bien-être et son évaluation objective sont jugées difficiles par les groupements qui déplorent une approche souvent anthropomorphique. Ils justifient les pratiques douloureuses comme 'un mal pour un bien' : « *contre l'élevage sur caillebotis, la castration, la coupe des dents et de la queue et la densité, il n'y a pas grand chose à faire. Il existe des raisons pour lesquelles on le fait. Si on ne coupe pas les queues, le cannibalisme se développe et ce n'est pas ce qu'on peut appeler le bien-être* ». Ils soulignent la contradiction entre la baisse de production qu'induirait les exigences de bien-être animal (surcoûts, désintérêt des éleveurs) et le rôle de l'élevage pour l'approvisionnement alimentaire et l'emploi en France.

### 2.1.3. Les antibiotiques en élevage

La troisième préoccupation de la société perçue par les responsables de groupements est l'usage des antibiotiques en élevage. Sur ce point, ils soulignent que « *de gros efforts ont été faits* » et se poursuivent.

## 2.2. Actions mises en œuvre ou envisagées

### 2.2.1. « On respecte les normes »

Le premier argument des groupements est celui du respect de la réglementation qui conduit à faire évoluer les pratiques et offre un haut niveau de garantie pour le consommateur. Les acteurs rencontrés estiment que la production porcine française a atteint une très bonne maîtrise de la gestion des impacts environnementaux grâce aux nombreuses solutions aujourd'hui disponibles : traitement des déjections, racleurs, lavage d'air, enfouissement du lisier lors de l'épandage, insertion paysagère des bâtiments, diagnostic énergie... Mais ils craignent que l'usage des meilleures techniques disponibles ne devienne obligatoire et pénalise les petits producteurs.

### 2.2.2. Démédication

Face à la demande de réduction de l'usage des antibiotiques en élevage, très cohérente avec le raisonnement économique des élevages, la filière a pris des mesures : biosécurité, plan écoantibio et détermination (travail important des vétérinaires sur la prévention). Tous soulignent la nécessité de recherches sur les vaccins et les alternatives aux antibiotiques. Un groupement développe un label « porc sans antibiotique ».

### 2.2.3. Communication

La reconnaissance d'erreurs passées comme "*des comportements négatifs dans les années 90, mêlant des procédés non démocratiques, de l'arrogance, des menaces et une tendance à croire que tout était permis*" traduit un changement de mentalité. Depuis quelques années, reniant l'adage « *vivons heureux, vivons cachés* », la filière a pris en main sa communication, souvent de manière collective par ses

organisations représentatives. Les éleveurs, pièce maîtresse de cette reconquête d'image, sont formés à la communication. Des portes ouvertes en élevage sont organisées pour faire connaître la réalité de l'activité même si « *elles n'attirent que les convaincus* » ou donnent « *l'impression de vider la mer avec un dé à coudre* ». Cependant, les visiteurs « *sont agréablement surpris des conditions de vie des animaux* » selon les enquêtes effectuées.

### 2.2.4. Pratiques en élevage : jusqu'où communiquer ?

La population étant jugée peu informée, la communication sur des pratiques d'élevage plus respectueuses du bien-être animal fait craindre d'éveiller surtout des oppositions. Deux stratégies opposées sont évoquées : faire profil bas, « *ne pas faire de vagues* » ou, au contraire, informer le consommateur pour prévenir les crises. Des entretiens, ressort la conscience qu'il ne faut pas reproduire la mauvaise gestion de la problématique environnementale qui a conduit à une perte de crédibilité.

### 2.2.5. Un seul modèle gagnant, donc pas de segmentation ?

Si tous les groupements s'accordent sur la nécessité d'indiquer l'origine française de la viande (par le logo « le porc français »), ils divergent sur l'intérêt des productions différenciées pour améliorer l'image de la production dans l'opinion publique. Globalement, ils n'envisagent pas de croissance des ventes de porcs biologiques ou sous labels car « *le porc est une viande peu chère, de tous les jours, les consommateurs ne sont pas prêts à payer plus* ». Certains sont catégoriques : « *un seul modèle est gagnant : le système productif, qui permet de nourrir les gens à grande échelle. Les autres sont des niches réservées aux bourgeois bohèmes* ».

## CONCLUSION

Les responsables rencontrés ressentent un décalage entre la vision de la société et la réalité des élevages. S'ils semblent percevoir que ce qui est rejeté et démonté « *pièce par pièce* » par les associations est le mode intensif et industriel de production, ils n'envisagent pas sa remise en cause. L'enjeu que représente le bien-être animal semble sous-estimé par certains ; il est pourtant la plus forte préoccupation des jeunes adultes, selon une enquête réalisée en 2014 (Roguet *et al.*, 2015). La filière apparaît craintive dans ses initiatives, face au risque d'exacerber la compétition entre groupements ou de dévoiler certaines pratiques d'élevage, et plutôt attentiste. Une stratégie proactive et collective de réponse aux attentes sociétales ne se dessine pas, contrairement à ce qui s'observe dans d'autres pays (Roguet et Rieu, 2014).

## REMERCIEMENTS

Ce travail a bénéficié du soutien financier du GIS Elevages Demain et du programme national de développement agricole et rural du Ministère de l'Agriculture.

Les auteurs remercient vivement les personnes rencontrées pour leur accueil et leurs témoignages.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Delanoue E., Roguet C., Selmi A., 2014. Contestation sociale de l'élevage porcin en France : regards croisés de professionnels de la filière et d'association. Journées Rech. Porcine, 46, 235-240.
- Lesage M., 2013. Statut et droits de l'animal d'élevage en France : évolution, enjeux et perspectives. Centre d'études et de prospective. Analyse N° 58 - Juillet 2013, 4 pages.
- Roguet C., Rieu M., 2014. La filière porcine allemande face aux demandes de société : des labels privés à l'initiative collective. Les Cahiers de l'IFIP, 1(1), 1-12.
- Roguet C., Delanoue E., Disenhaus C., Le Cozler Y., 2015. Perception de l'élevage par des jeunes adultes en France en 2014. Journées Rech. Porcine, 47, 227-228.