

BERNARD DUPONT

Le bayonne s'est homogénéisé

Le jambon de Bayonne a été le premier jambon français à obtenir une classification en Indication Géographique Protégée (IGP) mais vous cherchiez alors à obtenir une AOC (appellation d'origine contrôlée)...

Nous avons effectivement démarré notre procédure de reconnaissance sous signe officiel de qualité par une démarche AOC, mais cela exigeait une relation très forte au terroir. Nous avons naturellement basculé vers une IGP qui va devenir la norme en matière de reconnaissance européenne.

Cette démarche de reconnaissance géographique était-elle si importante ?

On voit bien que les consommateurs sont très attachés aux notions d'appellations et d'identification géographique. Avant l'IGP, les cochons pouvaient venir de la France entière. En réduisant la zone de production porcine au Sud-Ouest, nous avons considérablement modifié cette perception. De plus, le fait que la zone de séchage soit bien identifiée au bassin de l'Adour rappelle, du point de vue historique, que le jambon de Bayonne a de tout temps été séché dans cette zone géographique privilégiée, bénéficiant à la fois des vents atlantiques humides et des courants plus chauds connus sous le nom d'effet de Föhn.

Quel bilan peut-on tirer après dix années d'IGP pour le jambon de Bayonne ?

Les retombées sont importantes pour les éle-

veurs. Nous avons pu repositionner notre jambon en termes de prix vis-à-vis des professionnels et des consommateurs. Surtout, nous pouvons affirmer que la qualité a nettement progressé et que le Bayonne s'est homogénéisé. C'est très rare si on trouve des critiques fortes sur un de nos produits.

Quel est le principal atout du Consortium aujourd'hui ?

Dès le départ de notre démarche qualitative, nous avons souhaité nous équiper d'une station expérimentale et d'un laboratoire. Nous avons déjà vu cela chez nos confrères espagnols ou italiens. Grâce à cette structure, nous avons développé nos axes de recherche. Nous avons fait progresser bon nombre d'opérateurs notamment dans les méthodes de séchage ou bien pour monter des dossiers financiers. Les résultats actuels sont à la hauteur de l'enjeu.

Quelle est votre marge de progression ? Est-ce que cela passe par l'export ?

C'est essentiellement en France que nous devons continuer à progresser. Le marché français est déficitaire d'environ 25% des jambons qu'il consomme. Nous devons continuer à bien travailler sur notre propre marché même si nous avons aussi des initiatives à l'étranger. Notre objectif est d'arriver à terme au niveau d'une appellation comme celle de San Daniele dont les caractéristiques du produit sont comparables. ■