

LE PORC 7-7CANTALOU

Le terroir à l'honneur

Avec un nom qui fleure bon les contreforts cantaliens, le Cantalou, produit par le groupe Altitude, a tout pour plaire. Cette viande de porc, qui joue à plein la carte de l'authenticité, répond par sa singularité aux attentes des professionnels en quête de différenciation et de plus-values pour leurs cartes.



La saveur singulière de la viande, produite à partir de porcs Cantalou, apporte une vraie plus-value à l'assiette.



Le groupe Altitude transporte pour abattage en moyenne huit cent bêtes par semaine dont plus de la moitié sont des Cantalous.



Gérer par un cahier des charges très strict, le Cantalou fait l'objet de contrôles sanitaires rigoureux.



Pour renforcer son image et son esprit très ancré dans le terroir, le groupe Altitude a accolé la terminologie « Porc de montagne » à son Cantalou.

sur l'origine du produit. Le Cantal avait depuis toujours une belle réputation sur le porc et a toujours été un fief de nais-sage avec notamment la présence en grand nombre de truies, en particulier dans le sud du département dans la zone appelée La Châtaigneraie. Nous avons donc été amenés en tant qu'ac-teurs de la filière à nous inscrire dans une démarche au travers d'un cahier des charges pour proposer un produit de qualité ». Un produit qui depuis onze ans se distingue aussi avec son titre de « Porc de montagne ». « Une volonté de notre part de renforcer son image et son esprit très ancré dans le terroir », poursuit Christian Jouvente. Car, pour espérer porter le titre de Cantalou, les bêtes doivent répondre à des caractéristiques d'élevage bien spécifiques. « Le porc doit être obliga-toirement né, élevé et tué dans le Cantal, voire dans ses arrondissements limitro-pes, résume Christian Jouvente. La race est à 50 % du large-white, un porc qui a servi de base à bon nombre de schémas génétiques. Et à l'intérieur de cette sélection, seuls les animaux non porteurs du gène de sensibilité au stress sont sélectionnés. »

L'alimentation exclusivement céréalière contribue au goût final de la viande

Le cahier des charges du Cantalou fait également mention de conditions de vie caractéristiques : « Les éleveurs peuvent choisir d'élever leurs animaux sur caillebotis ou sur paille, détaille Christian Jouvente. Mais les porcs doivent disposer d'un mètre carré chacun au minimum et être nourris avec un mélange de céréales, au minimum 65 %, fabriqué par le groupe. Les aliments sont issus uniquement de matières nobles afin de garantir un produit fini régulier en termes de qualité. Les porcs portés à maturation, soit entre cinq mois et demi et six mois, pèsent en moyenne 124 kilos lors de leur abattage ». Des bêtes nourries sainement qui font également en amont l'objet de contrôles de santé réguliers et dras-tiques. « L'éleveur a l'obligation de réper-torier dans un registre tous les traitements administrés à ses bêtes, argumente Christian Jouvente. C'est ensuite l'organisme Qualité France qui se charge des contrôles et des questions sanitaires. » Ces processus rigoureux respectés de la naissance de l'animal jusqu'à son abattage confèrent ainsi à la viande du Cantalou des caractéristiques gustatives singulières. « C'est d'abord une viande de porc, par son ber-ceau d'élevage et un taux de céréales important, qui arbore une couleur rosée relativement soutenue, confie Christian Jouvente. L'âge et le poids final de la bête donnent à la viande une saveur très dense en bouche. »

Plus de la moitié des bêtes abattues sont des Cantalous

Aujourd'hui, le groupe Altitude recense près d'une quarantaine d'é-leveurs adhérents positionnés sur le produit. Des professionnels qui se chargent uniquement de la produc-tion, le groupe gérant l'acheminement des bêtes jusqu'aux portes des abat-toirs : « Nous travaillons avec des éta-

« Le Cantalou nous évite l'écueil d'une viande standard »

Jean-Marc Malvezin fait partie de la quarantaine d'éleveurs adhérents de la filière Cantalou. Cet agriculteur, installé sur la commune de Junhac dans le Cantal, produit en moyenne 1 800 à 2 000 porcs par an dont 80 à 90 % d'entre eux sont des Cantalous. Ce professionnel voit dans cette spécificité cantalienne, l'opportunité de valoriser la filière porcine : « Mon adhésion au programme a été motivée par les démarches qualité qui sont très intéressantes, confie Jean-Marc Malvezin, mais aussi par un cahier des charges très strict qui nous permet d'obtenir un produit fini haut de gamme. C'est important de se positionner sur la qualité à la fois pour la filière dans sa globalité mais aussi pour notre terroir. Car la filière porcine peine à se démarquer en France et le fait de s'inscrire dans cette dynamique nous évite l'écueil du porc standard qui, pour moi, représente un vrai danger pour la survie de notre métier. Nos conditions de travail sont relativement difficiles, nous avons, entre autres, des charges plus importantes que dans d'autres régions françaises, car nos coûts de chauffage notamment sont plus élevés. Aussi, contribuer à la production du Cantalou représente une vraie plus-value pour moi et pour mon entreprise ».



Les produits fabriqués par la filiale Cantal Salaisons sont très variés : saucisserie, côtelettes et côtes, échine de porc etc.

blissements situés dans un rayon de 30 kilomètres maximum autour d'Aurillac, détaille Christian Jouvente. Nous avons réduit le temps de trajet afin de préser-ver les bêtes de tout stress. Altitude transporte en moyenne huit cents bêtes par semaine dont plus de la moitié sont des Cantalous ». Des animaux qui une fois abattus sont confiés à la société Cantal Salaisons, une filiale du groupe. « Nous fabriquons beaucoup de produits à partir du Cantalou, explique Félix Puéchal, directeur de la branche produits carnés pour l'enseigne. Nous proposons notamment toute une gamme de saucisserie, de côtelettes, de côtes, d'échine de porc, conditionnée en frais sous atmosphère contrôlée dans des bar-quettes de 2 à 5 kilos, mais nous dispo-sons également d'une offre en surgelé. Nous distribuons nos produits via le

réseau Krill qui se charge à la fois de la commercialisation des produits sur les départements du Massif Central et du démarchage des restaurateurs. Nous avons également tout un réseau de gros-sistes et de distributeurs implantés sur Paris qui commercialise la marque Can-talou auprès des professionnels de la res-tauration. A travers ce logo, nous essayons de valoriser le caractère authentique du produit et son esprit terroir, car ce sont des critères qui donnent aujourd'hui aux restaurateurs l'opportunité de se démar-quer. » Un produit singulier qui per-mettra non seulement aux professionnels d'enrichir leur carte, mais aussi d'afficher leur volonté de s'inscrire dans une démarche qualité de plus en plus prisée par le consom-mateur.

Valérie Anton



La Revue des Comptoirs, le premier magazine consacré aux cafés, bars, bars à thème, bars d'ambiance, brasseries et restaurants.

RENDEZ-VOUS aux comptoirs !