

Les opérateurs veulent préserver le goût, la tradition et la qualité

[LE MÉTIER]

La production de charcuterie est répertoriée par l'Insee sous deux codes NAF :

151 E : préparation industrielle de produits à base de viande, avec cinq grandes catégories de produits, frais, surgelés, appertisés, en semi-conserve ou en conserve. Ce sont les produits à base de viande, d'abats (pièces salées, fumées, séchées, cuites) et de charcuterie (comme les pâtés, saucisses, rillettes, triperies), les préparations de viande, les plats cuisinés à base de viande, le foie gras et la fabrication de farine de viande pour animaux ;

151 F : préparation à caractère artisanal de produits à base de viande, et vente au détail de produits préparés. Ce code comprend également les unités de fabrication qui associent la production à la revente en l'état de produits à base de viande.

> L'activité supplémentaire traiteur est répertoriée sous le code 522 CC.

[LE MARCHÉ]

À la coupe ou au libre-service, le marché de la charcuterie recouvre une diversité de produits, conséquence des politiques d'innovation des industriels et de l'évolution des comportements alimentaires des consommateurs : jambons cuits, produits de salaison (saucisses, saucissons secs, jambon cru, salami, chorizo, pavés, rosette), pâtés, terrines et rillettes, charcuterie de volaille et aides culinaires.

Source : Xerfi, données 2003

Le métier de charcutier-traiteur, comme beaucoup de professions artisanales, souffre d'un déficit d'image. Or, il offre des débouchés multiples... aux plus motivés.

En Alsace, région de tradition charcutière, les professionnels, industriels et artisans, sont également bouchers. Tous s'emploient à communiquer sur les produits terroir, la qualité et l'innovation.

« Les Alsaciens ont un rapport affectif avec la charcuterie. Ils n'hésitent pas à parcourir 15 km pour trouver un boudin ou de la charcuterie maison », observe Jacques Kraft, président de la corporation des Bouchers-Charcutiers-Traiteurs.



[Jacques Kraft]

Région de tradition en matière de fabrication de charcuterie, l'Alsace se distingue par ses nombreuses variétés de charcuterie qui s'ajoutent à la fameuse saucisse de Strasbourg. Et Jacques Kraft de reprocher : « on la trouve partout, mais ce n'est pas forcément la "knack d'Alsace", constituée de boyau naturel et fumée naturellement ». Jacques Kraft rappelle sa tentative de dépôt IGP qui n'a pas abouti, « pour l'unique raison que les porcs ne sont pas élevés en Alsace ». Sur sept porcs consommés, un seulement vient d'Alsace.

Les autres arrivent de France, un peu de Belgique et de Hollande. La démarche entamée par la corporation avait pourtant fait l'unanimité des artisans et industriels de la région, qui avaient souscrit à un cahier des charges très strict pour mieux faire valoir leur qualité.

Le problème de la transmission

« Notre corporation compte 182 artisans, leur adhésion est obligatoire », précise Jacques Kraft. Ceux-ci étaient plus de 400 il y a une quinzaine d'années. Selon lui, cette diminution est à imputer à la concurrence des grandes surfaces et aux problèmes de transmission d'entreprise. « Le coût d'une reprise est énorme pour un jeune, qui ne trouve pas un appui suffisant des banques pour acheter du matériel et se mettre aux normes. Le matériel est excessivement cher ».

S'ajoute à cela le problème d'image de la profession. « Le métier de charcutier a la réputation d'être un métier dur, où l'on se lève tôt et l'on se couche tard. Ce n'est plus vrai », observe Jacques Kraft, dont la mission est également de valoriser l'image du métier auprès des jeunes et de leurs familles.

« D'énormes progrès ont été réalisés dans l'organisation et les techniques de fabrication. Il existe quatre CFA en Alsace, dont un à Eschau et un à Haguenau. Malheureusement, les classes sont

de moins en moins remplies, avec une vingtaine d'élèves l'année dernière ».

Qualité et diversification

Malgré leurs soucis liés au recrutement, la plupart des professionnels se montrent motivés et défendent ardemment leur passion. Pour conserver, voire conquérir de nouvelles parts de marché, ils jouent la carte de la qualité et de l'adaptation aux attentes de la clientèle. « La dernière tendance de la consommation est aux repas pris hors domicile, et au profit de la restauration rapide. D'autre part, les clients n'achètent pas en début ni milieu de semaine, mais plutôt le week-end, plus favorable aux achats de charcuterie, réservés à des moments festifs », ajoute Jacques Kraft.

D'où la diversification de certains artisans et industriels, vers des « packages traiteur » comprenant par exemple les produits charcuterie et crudités. Tout en préservant le caractère artisanal de leurs produits, ils travaillent sur l'aspect pratique et notamment son emballage. Au niveau du produit, il y a eu une évolution sur la manière de fabriquer, en diminuant les teneurs en sel – dont il faut cependant respecter le rôle conservateur – et en matière grasse (de 25 g/kilo on est passé à 18 g). <

Boucherie-charcuterie Baur

Artisan depuis 1800

La date de création de la boucherie-charcuterie de Blaesheim figure sur la devanture du magasin. En vitrine, une ardoise décline les derniers achats de bêtes – génisses, veaux –, avec leurs dates d'abattage. Autre précision affichée: « *le porc élevé en Alsace est transporté sur de courtes distances, nourri sans farine animale* ».

Autant de gages de qualité et de confiance pour les clients de Daniel Baur, qui se procure la moitié des bêtes auprès des fermes ou des éleveurs de la région, l'autre moitié venant des abattoirs. Chaque semaine, il produit près de 1 200 kg de porc, autant de bœuf, 200 kg de veau et 100 kg d'agneau. 80 % de la production est vendue dans le magasin, 20 % aux restaurateurs, épiciers, et à quelques bouchers qui n'ont pas le temps de fabriquer leur charcuterie.

45 variétés de charcuteries

La moitié du porc et du bœuf est désossée puis transformée en charcuterie. Ce sont 35 variétés courantes, et 10 supplémentaires selon les saisons. Ses produits de base, fabriqués depuis 1800, sont les knacks, saucisses de viande, cervelas, etc. S'y ajoutent les saucisses de ménage, de Lyon, les saucissons secs, saucisses de foie



[Daniel Baur]

et de nouveaux produits comme les saucisses gourmandes ou les saucisses vendanges. Régulièrement, Daniel Baur et son équipe participent à des stages organisés par la corporation ou les fournisseurs d'épices. Entreprise familiale de père en fils, Daniel Baur représente la troisième génération. « *C'est difficile pour un jeune, même motivé, de consentir à un tel investissement. Les machines sont très chères* ». Il espère néanmoins que l'un de ses ouvriers reprendra l'affaire. « *Ce serait dommage de ne pas la faire perdurer, elle est reconnue à quelque 30 km à la ronde* ». Ce ne sont pas les habitants de Blaesheim (1 000 âmes seulement) qui font le succès de la boucherie-

charcuterie Baur, mais surtout les gens aux alentours, clients de fin de semaine. « *Le chiffre d'affaires du vendredi correspond à la moitié de celui de l'ensemble des autres jours de la semaine* ». Depuis 1980, il a triplé son chiffre d'affaires, est passé de deux ouvriers à 10. Il en a formé 18 et gardé 8. « *Les meilleurs* », observe-t-il. Sa recette pour garder son personnel: une rémunération correcte et l'application des 35 h. « *Sauf pendant les jours de fêtes ou en cas de livraisons exceptionnelles, dans ce cas ils récupèrent ou sont payés en heures supplémentaires* ». <

Pour plus d'infos sur cette entreprise: www.strasbourg.cci.fr/entreprises

[LA RÉGLEMENTATION]

L'arrêté du 29 février 1996 fixe les conditions de préparation des produits à base de viande. Les viandes utilisées doivent provenir d'un établissement agréé pour la mise sur le marché communautaire. Elles doivent être accompagnées d'informations concernant la date d'abattage de l'animal ou la date de congélation. L'article définit également les délais maxima d'utilisation de la viande après abattage.

[L'ÉVOLUTION DES MARCHÉS]

La consommation des ménages en préparations à base de viande a renoué avec la croissance en 2003. Certes, son rythme n'a pas été très élevé (+2 % en volume), mais il a néanmoins témoigné d'une sensible amélioration de la donne sur le marché national.

[LA STRUCTURE ÉCONOMIQUE]

En France, depuis 1998, la taille de l'entreprise a sensiblement augmenté, tant en terme d'effectifs que de chiffre d'affaires. Cette évolution résulte d'un effet de ciseau depuis la fin des années 90. Le nombre des sociétés de charcuterie s'est relativement stabilisé, alors que dans le même temps l'emploi, mais surtout l'activité du secteur, ont progressé. Sur le marché de la charcuterie coexistent trois grands types d'opérateurs. D'une part les groupes nationaux (Fleury Michon et Madrange), d'autre part les coopératives (Unicopa, Terrena) et les groupes de distribution (Leclerc, Intermarché), et les groupes étrangers spécialisés dans l'agro-alimentaire (Herta, détenu par Nestlé).

Source: Xerfi, données 2003

[LE MARCHÉ FRANÇAIS]

Si la tendance à la baisse des cours des matières premières est de bon augure pour la profession, elle ne garantit en rien la santé des industriels du secteur. La demande, pénalisée au cours des deux dernières années, n'a pas vraiment redémarré en 2003. Pour autant, la structure économique de la profession ne s'est pas modifiée en profondeur. Les groupes charcutiers jouent la carte de la prudence, poursuivent leur spécialisation sur certains segments de marché et leurs efforts croissants en matière d'innovation produit, etc.

Les produits des terroirs régionaux constituent une réponse efficace pour retrouver de la valeur en libre service comme à la coupe. Par contre, la poussée du hard discount menace les ventes de charcuterie en hypermarchés et supermarchés et les industriels appréhendent la dévalorisation du rayon et l'essoufflement de la croissance. Les marques, et *a fortiori* les artisans, s'inquiètent de cette poussée des premiers prix et marques de distributeurs.

Boucherie Metzger-Muller Industrielle, mais fidèle à la tradition

[LA PROFESSION EN CHIFFRES]

> Production industrielle de charcuteries et salaisons

France

36 175 entreprises,
6 476 438 M € de CA
1 294 224 tonnes (+2,8 %/2002) :
– charcuteries 32,1 %, dont saucisses 15,4 %, pâtés 8,9 %
– salaisons 37,4 %, dont jambons cuits 19,2 %, jambons secs 3,9 %
– plats cuisinés 21,4 %
– conserves de viande bovine 1,1 %
– saindoux 0,1 %

Alsace

1 897 entreprises, 270 069 M € de CA, 54 226 tonnes,
Au 6^e rang des régions françaises en termes de production (4,2 %) et d'effectifs salariés (5,2 %), l'Alsace se situe après la Bretagne et les Pays de la Loire (largement en tête avec respectivement 21,4 % et 19 % de la production, et 20,6 % et 21,9 % du CA).

Ces deux régions sont talonnées de près par Rhône-Alpes (15,8 % de la production et 16 % du CA).

Source : FICT, 2003

> Production artisanale de charcuteries et salaisons

Bas-Rhin

182 entreprises artisanales sont adhérentes à la corporation des Bouchers-Charcutiers (120 dans le Haut-Rhin) dont
13 : sans employé
46 : 1 à 2 employés
49 : 3 à 4 employés
46 : 5 à 9 employés
23 : 10 à 25 employés
4 : 26 à 50 employés
1 : 50 employés et plus

Compléments documentation, Étude Xerfi, revue de presse

[Contact CCI] Monique Siffert, Espace Info Eco, 03 88 75 25 50

L'origine de l'entreprise Metzger-Muller basée à Ittenheim, une bourgade de 2 400 habitants, remonte à l'année 1937. Année de création par Michel Metzger de la boucherie-charcuterie Metzger. Reprise en 1964 par Roger Muller, l'affaire prend une nouvelle impulsion, avec le développement des ventes en supermarché. Aujourd'hui, elle se distingue de certains de ses confrères industriels pour avoir su maintenir le caractère artisanal de sa production tout en s'adaptant aux évolutions des techniques et des marchés.

Attenant au laboratoire, le magasin s'adresse aux particuliers qui viennent de tous azimuts, depuis la Robertsau, Lingolsheim ou Saverne. Il représente une part infime du chiffre d'affaires. Depuis le laboratoire, les camions «Metzger-Muller» alimentent essentiellement les Grandes et Moyennes Surfaces de la région. Pour habiter à côté de l'entreprise, Jean-Jacques Feigenbrugel, d'abord apprenti, puis chef boucher, se souvient. «*Au départ, Michel Metzger fabriquait la charcuterie en atelier, et son épouse tenait le magasin. Ils approvisionnaient déjà quelques épiciers de la région, avant d'ouvrir des succursales, à Osthoffen, Breuschwickersheim, points de vente accessibles deux jours par semaine. Ils ont livré le premier supermarché Suma à Strasbourg en 1959.*

Enfin, Jean-Jacques a vécu toutes les évolutions : le passage de 150 à 1 500 m² du laboratoire de fabrication, l'évolution de la technologie, l'abandon de la fabrication des épices, le développement de la vente en GMS qui constitue aujourd'hui plus de 90 % du chiffre d'affaires. Cinq à six



[Jean-Jacques Feigenbrugel]

Employé depuis 1962, il a vécu toutes les évolutions.

tonnes de charcuteries sont produites chaque jour, saucisses de viande, jambons, gendarmes, hures rouges, pâtés en croûte, etc. et autres variétés, difficiles à citer dans leur intégralité : elles sont au nombre de 60. Ces dernières années, les ventes de charcuteries

en libre-service ont sérieusement augmenté : «*les clients n'ont plus le temps de faire les courses, ils privilégient les aliments prétranchés qui se conservent, soit sous vide ou sous atmosphère.*» L'entreprise compte aujourd'hui 48 salariés, dont trois maîtres charcutiers. «*Nous avons beaucoup de mal à recruter du personnel, même en apprentissage. Si le métier est devenu moins difficile – les viandes arrivent en quartiers ou en morceaux en provenance des ateliers de*

découpe de la région – il faut pouvoir travailler dans le froid et l'humidité.» Chez Metzger-Muller, trois personnes sont employées à la vente et deux à l'administration. Un autre poste-clé est celui de la responsable qualité, qui a mis en place des contrôles tout au long de la chaîne, de la réception des marchandises jusqu'à l'expédition. Hygiène et traçabilité sont des exigences de la réglementation, mais aussi des conditions imposées par les distributeurs. <

Pour plus d'infos sur cette entreprise : www.strasbourg.cci.fr/entreprises

[L'ÉVOLUTION DES PRIX EN ALSACE]

Selon Jacques Kraft, «*les prix ont affiché une légère hausse ces dernières années, ils ne sont pas dus à l'évolution du prix des matières premières, mais à certaines contraintes sociales (les 35 heures ont un coût) et réglementaires : respect de l'environnement, élimination des déchets, taxes d'équarrissage, etc., qu'il faut répercuter. Alors qu'il y a quatre ans le prix de l'abattage était de 1,50 € au kg, il est passé à 3,50 €.*

Boucherie Spiesser, artisan et traiteur

Entre tradition et innovation

La boucherie charcuterie Spiesser est une entreprise familiale née en 1981 à Holtzheim. Les parents de Christine Spiesser-Morelle ont démarré l'affaire avec un ouvrier. En déménageant dans un local plus grand en 1985, ils visent à diversifier leur clientèle, alors constituée des habitants du village. C'est le démarrage des tournées sur Strasbourg, Colmar, et le Kochersberg. Christine rejoint l'affaire en 1988, permis et brevet de maîtrise de boucher-charcutier en poche (elle est alors la première fille à l'obtenir, de surcroît avec mention). Aujourd'hui elle cumule les fonctions de gestion, de préparation et de vente. C'est ainsi que vous la retrouverez le mercredi et le vendredi sur le marché de la place Broglie, très fière de sa dernière acquisition, un camion de 12 tonnes. Y sont présentés 12 mètres de linéaires de produits. Charcuteries, viandes, plats cuisinés.

Deux camions, un stand fixe

La boucherie-charcuterie, avec ses deux camions, est également présente sur les marchés de La Robertsau, de Griesheim, d'Ostwald, d'Illkirch-Graffenstaden et sur un stand fixe dans la halle du marché de Neudorf. Le magasin de Holtzheim est fermé momentanément mais sa réouverture figure dans les prochains objectifs de la famille. Christine sera bientôt rejointe par son époux. Chez Spiesser, on fabrique la charcuterie de A à Z, à partir des viandes de bœuf, porc, agneau et veau achetées en carcasses. Les traditionnels knacks, cervelas, saucisses de viande sont préparés en boyau naturel, « *matière qui respire, mais à durée de vie courte, qui oblige à une production quotidienne* ».



[Christine Spiesser-Morelle]

«J'ai un métier passionnant»

Plus de 80 variétés de charcuteries sont fabriquées chaque année, renouvelées selon les saisons. Ce sont les galantines préparées avec de la chair à saucisse et des légumes, poivrons, aubergines, champignons noirs, de Paris ou giroles, les pâtés aux griottes ou à la liqueur de mirabelle. Régulièrement, Christine invente de nouvelles recettes pour surprendre et satisfaire ses clients. « *J'ai toujours envie de faire mieux pour que le client ne se lasse pas* », ajoute Christine. Créer, innover et partager avec ses clients, voilà ce qu'elle préfère. Affectionnant particulièrement les marchés, pour le monde qu'ils drainent et l'ambiance sympathique qui y règne.

Et de conclure : « *J'ai un métier passionnant, j'espère qu'il retrouvera ses lettres de noblesse* ».

Premier convaincu, son mari met l'accent sur la diversité de dimensions des postes que la profession recouvre, de la fabrication à la vente de produits. Arrivera-t-on pour autant à susciter des candidatures? Pour Christine, une étape semble déjà franchie auprès des jeunes, qui réapprennent à avoir du goût. Et lorsqu'elle voit l'un de ces jeunes s'intéresser et faire les choses par amour, elle est ravie : « *c'est génial* ». Puisse sa passion être communicative. <

Pour plus d'infos sur cette entreprise : www.strasbourg.cci.fr/entreprises



www.point-eco.com

Annonces
cet espace vous
est réservé !



Contactez Mathieu Baki
 Tel. 03 88 78 47 73
 Fax. 03 88 78 87 55
 m.baki@performance-media.fr

[BOUCHER-CHARCUTIER-TRAITEUR : LES NIVEAUX DE FORMATION]

Pour faire un bon boucher-charcutier, il faut être organisé et minutieux, les matières nobles travaillées nécessitent un respect scrupuleux des règles d'hygiène. Un sens de l'esthétique et une pointe de créativité permettent de rendre les produits encore plus appétissants.

Formations proposées

Niveau 3 : BMS, Brevet de maîtrise supérieur alimentation, boucherie-charcuterie-traiteur en formation continue sur 2 ans (chef d'entreprise, fonction d'encadrement d'équipe ou de laboratoire).

Niveau 4 : BP, Brevet professionnel charcutier-traiteur, formation en alternance sur 2 ans (chef d'équipe, responsable de 3 ou 4 commis).

Niveau 5 : CTM, Certificat technique des métiers, étalier en boucherie-charcuterie-traiteur en alternance sur 2 ans, dominante charcuterie traiteur, boucher-charcutier-traiteur en alternance sur 3 ans, ouvrier qualifié.

[Contacts] Chambre de Métiers d'Alsace, 03 88 19 79 07,
Fédération régionale des bouchers charcutiers d'Alsace, 03 88 10 36 72

[ADRESSES]

> Pour tout savoir sur la production industrielle de charcuteries et salaisons

La Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs, transformateurs de viandes FICT

Regroupe les entreprises, petites et grandes, réparties sur tout le territoire national et travaillant dans le secteur. À l'écoute de leurs préoccupations, apporte informations, conseils et soutien.

[Contact] 3, rue Anatole de la Forge
75017 Paris, 01 53 81 78 87

[Site] www.fict.fr

> Pour tout savoir sur la production artisanale

La Confédération nationale des charcutiers traiteurs CNCT

Organisation nationale des chefs charcutiers-traiteurs, elle regroupe 81 syndicats départementaux qui représentent 5 000 entreprises employant 25 000 salariés.

Elle assure sur le plan national et international la représentation et la défense des intérêts collectifs des charcutiers-traiteurs auprès de toutes les instances qui les concernent. Information, conseils juridiques, hygiène, communication, innovation, formation et recrutement.

[Contact] 15, rue Jacques Bingen
75017 Paris, 01 44 29 90 55

> Dans le Bas-Rhin

La corporation des bouchers-charcutiers-traiteurs du Bas-Rhin (adhère à la CNCT)

Une information et une défense omniprésentes en matière de normes et réglementation, de formation, etc. Représente la profession à l'échelon départemental.

[Contact] Jacques Kraft,
rue Joseph Graff, BP 22 67810 Holtzheim,
03 88 10 36 72

LE POINT ECO
www.point-eco.com

**Annonces
cet espace vous
est réservé !**

**PERFORMANCE
MEDIA**

Contactez Nathalie Bahl
 Tél. 03 88 79 47 73
 Fax. 03 88 79 87 50
 n.bahl@performance-media.fr