



Savoir travailler avec un salarié boucher

Trame organise régulièrement des webinaires dédiés aux problématiques rencontrées par les magasins de producteurs. L'émission du 5 décembre 2022 a bordé le fonctionnement du rayon boucherie en général et l'importance des relations entre les producteurs et les salariés bouchers.

De nombreux magasins de producteurs font le choix d'un rayon boucherie traditionnelle qui représente une part importante du chiffre d'affaires du magasin, mais aussi de l'investissement global. Afin de garantir la rentabilité de cette activité, il est essentiel de garantir de bonnes relations entre les producteurs et les salariés bouchers.

Avant tout projet de rayon boucherie : bien le penser

« Il est fondamental de prendre son temps lors de la phase de réflexion du projet », recommande Yves Arnaud, formateur à l'ENILV (Ecole Nationale des Industries du Lait et des Viandes) d'Aurillac, qui accompagne plusieurs projets collectifs. « Les problèmes qui arrivent sur le rayon viande ont souvent pour

origine une mauvaise anticipation des besoins et des objectifs communs. Si l'atelier est mal conçu ou si les équipements sont inadaptés aux spécificités de la production fermière, le ou les salariés perdront du temps, ne pourront pas réaliser correctement certaines opérations. De plus, un atelier mal conçu coûte très cher à l'usage, en électricité, en eau, en produits d'entretiens et surtout en temps ».

Ghislain Trigueros, directeur du magasin de producteurs Saveurs Fermières à Limoges confirme : « Il est nécessaire d'anticiper. Pour notre projet, nous n'aurions jamais rêvé de la belle évolution que nous avons connue en 15 ans. Cependant, aujourd'hui, notre atelier boucherie et transformation n'est plus adapté aux volumes que nous traitons, nous cherchons des solutions mais ce n'est pas évident ».

Boucher : un métier en tension ! Pas facile de trouver la perle rare et le garder !



javincy



Savoir travailler avec un boucher salarié

Clarifier les missions du boucher pour ne pas se faire d'illusions

Dans les deux magasins de producteurs qui ont témoigné, les bouchers réalisent les activités de réception des carcasses d'animaux, la découpe, la préparation, la mise en rayon des morceaux et la vente à la clientèle. Au-delà de ces opérations « visibles », ils doivent aussi assurer le suivi du plan de maîtrise sanitaire, l'étiquetage, la traçabilité et la gestion des invendus. « Tout cela demande du temps si l'on veut faire les choses correctement » précise Cédric Mouly, chef du service boucherie de Saveurs fermières. « Il ne faut pas se faire d'illusion » ajoute Yves Arnaud, « Si vous voulez qu'un boucher fasse toutes ses opérations, il pourra traiter l'équivalent de 10 tonnes de carcasse par an et pas plus ! S'il ne fait que son métier de boucher et la mise en rayon, il pourra assurer 20 tonnes de carcasse maximum. Et s'il fait uniquement de la découpe fermière, il arrivera au plus à 40 tonnes de carcasse par an ».

Ces quelques repères posent les bases pour un collectif, d'un fonctionnement durable du rayon boucherie. Les questions à se poser sont : « Qu'est-il attendu de la part du boucher ? Que doit-il faire ou ne pas faire ? ».

Ces questions sont d'autant plus importantes lorsque le rayon grandit, comme pour Saveurs Fermières qui travaille aujourd'hui avec une équipe de 7 bouchers gérant aussi la partie transformation (charcuteries, salaisons...) et le rayon traiteur.

Aurélien Noyer, directeur du magasin l'Esprit fermiers, à Glisy dans la Somme, se questionne : « Peut-être vaut-il mieux faire moins de volume et miser sur la qualité en expliquant aux clients quand il manque tel ou tel morceau ? ». Alexandre Loye, producteur-éleveur associé du magasin, complète : « À la suite d'une baisse des ventes sur notre rayon boucherie, nous sommes passés de deux salariés bouchers à un seul, en faisant réaliser une partie des découpes à l'extérieur. Cela nous donne un mix de boucherie traditionnelle et de PAD (morceaux prêts à découper). Depuis, cela va mieux ! ».

Trouver la perle rare et la garder

Le métier de boucher étant en tension, il est difficile de trouver les bonnes personnes.

Yves Arnaud conseille : « Il faut viser l'excellence et recruter en priorité des bouchers ayant travaillé dans des boucheries haut de gamme. Cela demande des salaires plus importants. Lorsque vous

avez trouvé la perle rare, il faut la garder. A l'ENILV, nous accueillons aussi des bouchers ayant été formés et travaillant dans l'industrie agro-alimentaire. Ils doivent réapprendre le métier pour adapter leurs pratiques à la production fermière : découpe, transformation, ingrédients, recettes sont souvent à revoir. Cela redonne un vrai sens à leur métier ».

Alexandre Loye met en évidence la difficulté de trouver le bon fonctionnement avec le boucher « Ce n'est pas mon métier ! Je n'ai pas le temps pour m'investir dans le fonctionnement du rayon viande ». Ghislain Trigueros ajoute : « A Saveurs fermières, les producteurs fournissent 10 000 heures de présence au magasin. C'est difficile d'en faire ou d'en demander davantage. C'est aussi pour cela que Cédric est chef d'équipe : il assure aussi le lien avec les producteurs, les retours clients et la planification des productions ».

Promouvoir la spécificité de la production fermière

Aurélien Noyer arrive de la grande distribution : « Je ne connais pas le fonctionnement du rayon viande, le calcul de rendement et de rentabilité. C'est difficile d'avoir les bons repères pour améliorer le fonctionnement de ce rayon ».

Yves Arnaud estime que « Les producteurs doivent apprendre les bases de ce métier et surtout les particularités de la production fermière pour leur permettre de guider les salariés bouchers vers ce qu'ils veulent comme produits pour leurs clients. Si rien ne distingue votre rayon viande de celui de la grande distribution, comment voulez-vous que les clients s'y retrouvent ? ».

Qualité, transparence, prix : le triptyque gagnant !

Dans la relation producteurs-bouchers, le sujet de la qualité des viandes est primordial. Au-delà des savoir-faire, la qualité des viandes produites peut être source de tensions.

Cédric Mouly précise : « Il est difficile pour un boucher salarié de dire au producteur, étant son patron, que les carcasses qui arrivent au rayon ne vont pas. Et pourtant, si on n'échange pas là-dessus, cela ne peut pas marcher. Une bête mal engraisée ou mal conformée, une viande qui n'a pas assez de place ou de temps pour mûrir, tout cela pénalise la qualité des produits proposés aux clients et aura un impact sur la rentabilité de tout le magasin. Le dialogue permanent, une instance de régulation, une

Réception des carcasses, découpe, préparation, mise en rayon, vente à la clientèle, suivi du plan de maîtrise sanitaire, étiquetage, traçabilité, gestion des invendus : les tâches des bouchers sont multiples.



implication des producteurs dans le rayon boucherie me semblent incontournables pour une amélioration continue ».

Yves Arnaud précise : « Des viandes diverses, par exemple un agneau de race viande et un agneau de race laitière, peuvent cohabiter à condition d'être clair dans votre communication. C'est aussi valable sur ce qui différencie votre rayon fermier des autres magasins (par exemple, l'absence de conservateurs ou de sel nitrités). Tous ces éléments doivent être mis en avant sur le rayon et lors des échanges avec vos clients. C'est ce qui justifie et fera accepter des prix rémunérateurs pour ce rayon ».

Prendre le temps de sortir la tête du guidon

Faire vivre un rayon boucherie est exigeant à tous les niveaux. Du côté des producteurs, il s'agit d'avoir des repères sur les rendements de carcasses et au-delà de la rentabilité de cette activité. Ainsi, pour débiter un travail d'analyse, il est important de bien identifier ce qui est recherché et pour quoi en termes de suivi de données et d'enregistrements. La difficulté est ensuite d'objectiver la fiabilité de ces données et de suivre ces enregistrements spécifiques. Les magasins peuvent réaliser eux-mêmes ce travail ou faire appel à des organismes compétents. Certains confient également cette démarche à un stagiaire qui aura le temps de faire une analyse approfondie sur un point donné.

Partage du sens pour plus de confiance

Quelques soient les moyens mis en œuvre, le sens (le « pour... quoi ? ») de cette analyse doit être partagé entre les producteurs et les salariés bouchers pour renforcer la confiance. En effet, sans communication ou sans explications des différentes parties, l'effet recherché pourra être inverse avec une perte de confiance réciproque.

A observer les échanges et le fonctionnement des magasins de producteurs sur leur rayons boucherie traditionnelle, il apparaît qu'un bon niveau d'exigence entre les producteurs et les salariés bouchers est indispensable. Il s'agit bien de mettre en place une interdépendance bien vécue qui passe par une organisation des échanges, avec parfois une analyse précise d'un point à améliorer ou de la régulation.

Producteurs et salariés doivent aussi être en écoute permanente des attentes des clients et attentif à ce qui bouge dans l'environnement concurrentiel pour maintenir l'offre du rayon boucherie attractive car différente. Et ainsi répondre à la question « Et pour mon repas avec mes amis, vous me conseillez quoi comme viande ? ». ■



Thierry Pons
Trame

PLUS D'INFOS SUR...



- Replays des webinaires sur trame.org/transitions-alimentaires-circuits-courts-formation-publication
 - « Ateliers collectifs de découpe : les clés de la réussite », Travaux-et-Innovations n°281, octobre 2021.
 - « Concevoir et gérer un rayon boucherie et son atelier de découpe » téléchargeable sur magasindeprouducteurs.org
- La conception d'un atelier de transformation carnée - cfppa-aurillac.fr