

#21 MAI 2020

le MAG

qui parle aux louchebems



TENDANCE

**INFORMER,
ÇA RASSURE !**
P.3

PORTRAIT

**RENCONTRE AVEC
BRUNO RABOUIN, BOUCHER
À NORT-SUR-ERDRE (44)**
P.5

MÉTIER

**UNE NOUVELLE
CLIENTÈLE AVEC
LE SNACKING**
P.4



BRAVO !

Après des semaines de confinement, **le Club Sélection Bouchère vous remercie chaleureusement pour votre travail** pendant cette période si particulière et compliquée. Grâce à votre investissement et à vos efforts pour adapter votre métier à la situation, vous avez permis aux Français de s'approvisionner en produits de qualité. Bravo à vous tous !

Durant ces derniers mois, les réseaux sociaux et/ou vos sites internet ont été pour beaucoup d'entre vous les seuls moyens de faire connaître les services que vous aviez mis en place pour vos clients confinés. Vous vous êtes sans doute rendu compte combien il était primordial de communiquer. Profitez de cette expérience pour **garder de bons réflexes, que ce soit sur internet ou dans votre boutique**. Informer rassure le consommateur, augmente

sa confiance et multiplie votre chiffre d'affaires. Nous vous le rappelons dans notre rubrique « tendance ».

À propos des tendances, justement, nous vous parlons il y a quelques mois d'un phénomène de société à adopter : **le snacking**. Avec les conseils de l'ENSMV, nous vous expliquons, dans ce numéro, **comment conquérir une nouvelle clientèle d'étudiants, d'actifs et d'entreprises**. Une offre snacking qui n'est pas si éloignée de celles des traiteurs dont l'activité a le vent en poupe, comme en témoigne Bruno Rabouin, boucher-charcutier-traiteur à Nort-sur-Erdre.

Enfin, notre page « filière » est consacrée au veau fermier du Limousin élevé sous la mère. Et, comme à chaque numéro, nous vous présentons la prochaine animation dans vos boutiques : l'été sera coloré et citoyen !

En attendant, prenez soin de vous et de vos proches. Bel été !



SOMMAIRE

TENDANCE \ Informer, ça rassure!	p.3
MÉTIER \ Une nouvelle clientèle avec le snacking	p.4
PORTRAIT \ Rencontre avec Bruno Rabouin, boucher à Nort-sur-Erdre (44)	p.5
VIE DU CLUB \ Un 14 juillet haut en couleurs!	p.6
FILIÈRE \ Le veau fermier du Limousin élevé sous la mère	p.8

TENDANCE

INFORMER,
ÇA RASSURE !

À l'heure où les consommateurs sont soucieux de la qualité et de l'origine de leur alimentation, les artisans bouchers-charcutiers-traiteurs ont tout intérêt à communiquer sur la provenance des denrées qu'ils commercialisent. Informer pour rassurer, tel est l'enjeu de l'année.



EN CHIFFRES

68 %

des français sont inquiets des effets de l'alimentation sur leur santé

62 %

des français font confiance aux artisans et petits commerçants

Sources : enquête Obsoco - février 2020

Vous l'avez sans doute remarqué, **les consommateurs accordent de l'importance à la qualité et la provenance de leur alimentation, au bien-être animal...** et vous interrogent quant à l'origine de votre viande. Ne vous inquiétez pas pour autant et n'en faites pas une attaque personnelle ! La grande majorité fait confiance aux artisans et petits commerçants, **un réel atout pour développer une offre en adéquation avec leurs attentes** de qualité et, si tel est déjà le cas, un prétexte pour communiquer un maximum d'informations auprès de vos clients afin de les rassurer.

DES ÉTIQUETTES
CLAIRES, LISIBLES
ET VISIBLES

N'hésitez pas à **mettre en avant les étiquettes de traçabilité dans votre boutique**. La mention des lieux d'élevage et d'abattage est non seulement une obligation pour le bœuf et le veau depuis le 1^{er} janvier 2002 (l'âge d'abattage en plus pour le veau), le porc, l'agneau et la

volaille depuis le 1^{er} avril 2015, mais c'est aussi le moyen de garantir l'origine de l'animal et la meilleure façon de rassurer vos clients.

LES SIGNES OFFICIELS
DE QUALITÉ MIS
EN ÉVIDENCE

On ne le répétera jamais assez, les signes officiels de qualité attestent d'un goût supérieur, d'un mode de production respectueux de l'environnement, ou encore d'une origine et d'une typicité du produit. Label Rouge, Agriculture biologique, IGP (indication géographique protégée), AOP/AOC (appellation d'origine protégée/contrôlée)... sont autant de signes qui définissent un mode d'élevage, une origine de production, de transformation et/ou d'élaboration dans le respect d'un cahier des charges impliquant l'ensemble de la filière. C'est la raison pour laquelle, **il est essentiel de valoriser vos denrées labellisées**.

LE FAIT-MAISON,
UNE VALEUR
SÛRE

Proposer des produits « faits maison », c'est **renforcer votre métier d'artisan et valoriser votre savoir-faire**. Mettez-le en avant et faites-le savoir par un étiquetage spécifique !

DES BONNES
PRATIQUES À FAIRE
VALOIR

Informez vos clients sur vos bonnes pratiques. Vous avez mis en place un drive ou bien une livraison à domicile ? Dites-le ! Et si ces services ont reçu un avis très favorable de vos clients pendant la période de confinement, pourquoi ne pas **continuer ensuite et communiquer sur ces atouts** ? En installant durablement ces nouvelles tendances commerciales vous inscrivez votre boutique dans l'ère du service et de la proximité. Deux tendances fortes pour la construction du futur.

VOUS L'AUREZ COMPRIS, VALORISER DES PRODUITS DE QUALITÉ EST INDISPENSABLE. EN INFORMANT, EN CONSEILLANT ET EN ORIENTANT VOS CLIENTS, VOUS CRÉEZ UNE RÉELLE RELATION DE CONFIANCE AVEC EUX ET AUGMENTEZ VOS VENTES.

UNE NOUVELLE CLIENTÈLE AVEC LE SNACKING

Par l'ENSMV

Véritable phénomène de société depuis le début des années 2000, le prêt-à-manger entre tout à fait dans les compétences des artisans bouchers-charcutiers-traiteurs. L'occasion de conquérir une nouvelle clientèle d'étudiants, d'actifs et d'entreprises. L'ENSMV vous explique comment.

Communément appelé restauration rapide, le snacking se réfère aux aliments tout prêts, à consommer sur le pouce, qu'il s'agisse de sandwiches, de hot-dogs, de burgers ou encore de plats préparés.

MOINS MAIS MIEUX

Confrontés à une gestion difficile de leurs temps entre travail, transports, obligations familiales, loisirs, les actifs comme les étudiants dédient moins de 30 minutes à leur pause déjeuner. Ils optent pour un repas de plus en plus nomade, qu'ils prennent dans la rue, au bureau, dans les transports, la salle de sport... Désireux de manger moins mais mieux, le consommateur recherche des produits de qualité, frais et fait-maison. Le snacking n'échappe pas à la règle : **plus de 65 % des 18/34 ans sont prêts à payer plus cher en échange d'une meilleure qualité !**



LE SNACKING REPRÉSENTE 59% DES DÉJEUNERS ET DÎNERS PRIS HORS DOMICILE SUR UNE SEMAINE CLASSIQUE.

APRÈS LES BOULANGERS, LES BOUCHERS !

Les artisans boulangers l'ont bien compris et poursuivent leur progression sur ce marché. Pour les bouchers-charcutiers, l'heure est donc à une diversification cohérente et en harmonie avec le cœur de métier. **À vous d'évoluer vers plus d'originalité, de service, de conseil, de personnalisation et d'authenticité !** D'autant que vous disposez déjà du savoir-faire pour développer une offre de snacking compétitive en vous alignant sur les facteurs clés du succès.

LES 6 FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

- 1 multipliez les signaux de restauration : **aménagez un espace restauration dans un coin de votre magasin**, avec une ou deux tables et des chaises, ou encore deux ou trois mange-debout
- 2 pensez « **portion individuelle** »
- 3 proposez des repas à emporter de type « **frigo vide** » en prévision du dîner à la maison (plats préparés familiaux, packs plancha, wok, raclette, fondue... selon la météo) ou bien un assortiment de tapas, de viandes froides... en vue d'un apéritif dînatoire
- 4 proposez un service « **Click & Collect** »
- 5 mettez en œuvre un **merchandising vendeur propre à la boucherie-snacking** : faites goûter, conseillez, présentez, informez
- 6 mettez en scène **l'authenticité et le savoir-faire artisanal**, principaux facteurs de différenciation.

En jouant les bonnes cartes, vous pouvez tout à fait prendre le virage du snacking haut de gamme et authentique, porteur d'une croissance pérenne.

Vous souhaitez vous former ou vous perfectionner sur une thématique spécifique ? Renseignez-vous auprès de l'ENSMV sur les stages organisés toute l'année dans leurs locaux.

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS : Service commercial ENSMV • 01 53 17 15 08 • aline.fourgeot@ensmv.com



ENTRE AUDACE ET AUTHENTICITÉ

La maison Rabouin s'est installée depuis plus de 50 ans. Boucher-charcutier traditionnel, c'est aussi un traiteur incontournable dans la région nantaise.

Boucherie Maison RABOUIN

LOCALISATION :

11, rue Aristide Briand
44390 Nort-sur-Erdre

DATE D'INSTALLATION :

1968

SIGNE DISTINCTIF :

Une prestation traiteur d'envergure

ÉQUIPE 20 SALARIÉS :

bouchers, charcutiers, traiteurs, vendeuses

www.traiteur-rabouin.fr



> Depuis quand la maison Rabouin existe-elle ?

La maison existe depuis 1968, créée par mon père. J'ai été bercé dans le métier depuis mon enfance et c'est tout naturellement que j'ai passé un CAP puis un BP charcuterie. J'ai ensuite suivi un CAP boucherie avant de reprendre la boucherie-charcuterie-traiteur il y a 25 ans.

> Comment se répartissent chacune de vos activités ?

La boucherie représente la moitié de notre chiffre d'affaires, l'autre étant assurée par le service traiteur qui fonctionne très bien, et même de mieux en mieux. Nous organisons des réceptions, buffets et repas jusqu'à 1200 couverts, pour les particuliers, les associations... Nous assurons ainsi environ 160-170 mariages par an.

> En boutique, quel type de clientèle recevez-vous ?

Nous avons une clientèle régulière, des habitués, et de plus en plus de nouveaux clients, plus jeunes, le week-end, qui viennent découvrir le magasin. Il faut dire que Nort-sur-Erdre bouge beaucoup, la population s'agrandit, et nous le ressentons.

La tradition et l'authenticité sont les marques de fabrique de notre métier.

> Parlez-nous de votre étalage. Que proposez-vous comme races de viande ?

Nous ne sommes pas spécialement attachés aux labels mais à la viande de qualité : la parthenaise, le veau Breton, le poulet des Landes...

> Avez-vous des spécialités ?

La saucisse au muscadet est une de nos spécialités traditionnelles, ainsi que le boudin noir qui était déjà reconnu à l'époque de mon père. Côté boucherie, nous essayons d'innover, de proposer des spécialités bouchères en plus des produits classiques. Mais ça n'est pas toujours facile de faire changer les habitudes de nos clients qui sont toujours un peu réticents. Le conseil est alors essentiel pour vendre, tout comme nos fiches recettes qui permettent d'accompagner le client jusque dans sa cuisine.

> Votre devanture attire l'œil depuis la rue. Est-ce un atout pour la vente ?

Oui, lorsque nous avons entièrement refait le magasin il y a 4 ans, y compris le laboratoire, ça a dynamisé nos ventes. C'est vrai que nous avons une belle vitrine et un magasin agréable, que ce soit pour nos clients, comme le personnel. C'est une marque de professionnalisme, ça inspire confiance pour les clients du magasin et aussi pour ceux qui nous sollicitent.

> Et le Club Sélection Bouchère, que vous apporte-t-il ?

C'est un vrai plus. Nos clients sont preneurs d'animations en magasin. Nous devons faire bouger notre offre et le Club nous le permet.

> Comment voyez-vous la boucherie de demain ?

Nous devons former des jeunes pour avancer et faire durer le métier, c'est essentiel pour notre avenir. Nous devons également rester sur notre savoir-faire, sur notre expérience d'artisans bouchers-charcutiers et non calquer l'offre des supermarchés. La tradition et l'authenticité sont les marques de fabrique de notre métier.

PROCHAINE ANIMATION CLIENT

À partir du 1^{er} juillet 2020

Cocorico! Reprenez des couleurs avec votre boucher !

Cette année, la Fête Nationale mettra à l'honneur l'union nationale! En juillet, faites gagner à vos clients leur kit « bleu blanc rouge », pour célébrer le 14 juillet autour d'un barbecue coloré et citoyen.

Contenu du kit:

- 1 affiche pour présenter l'opération
- 1 règlement de jeu
- 2 stops caisse
- 1 guide de mise en place de l'opération
- 20 kits « bleu blanc rouge » composés d'une casquette, d'un drapeau et d'un stick maquillage.



PROCHAINE COMMANDE GAGNANTE

En juin, gagnez un set professionnel Fischer-Bargoin

Le mois prochain, le Club Sélection Bouchère met en jeu 20 sets professionnels composés d'un couteau trancheur 25 cm et d'un fusil 30 cm Fischer-Bargoin, d'une valeur de 70€! Pour participer au tirage au sort, il vous suffit de passer **une commande d'un montant supérieur ou égal à 2000 €** dans la semaine du 15 au 20 juin 2020. Bonne chance!

RETOUR SUR LA COMMANDE GAGNANTE DE FÉVRIER

Félicitations aux 10 gagnants qui ont remporté une tablette Samsung et son support !

- Boucherie Poupry**, Soisy-sur-Seine (91)
- Boucherie Cosmo**, Houilles (78)
- Boucherie Zielinger**, Stiring-Wendel (57)
- Boucherie La Fine Bouche**, Sarreguemines (57)
- Boucherie Cherreau**, Libourne (33)
- Boucherie L'Entrecôte**, Billon (63)
- Boucherie de La Poste**, Bernay (27)
- Boucherie Thibault**, Fougères (35)
- Boucherie Roty**, Pléneuf-Val-André (22)
- Boucherie Boeuf Tricolore**, Cesson-Sévigné (35)



Bravo à vous et merci pour votre fidélité !

Rejoignez-nous sur Facebook et profitez de nombreux avantages exclusifs !

Inscrivez-vous sur le **groupe privé CLUB SÉLECTION BOUCHÈRE** et rejoignez tous les membres du club pour échanger, discuter, partager. Chaque semaine, découvrez des actualités, portraits, nouveautés, jeux concours... exclusivement réservés à nos adhérents!

Suivez-nous sur la page **grand public SÉLECTION BOUCHÈRE** en cliquant sur « j'aime ». Cette page met en avant les bouchers du Club, leurs actualités, recettes, conseils... et s'attache à valoriser votre métier et votre filière.

Je recherche le groupe sur Facebook



Je clique sur "Rejoindre" le groupe



Je réponds à la question et j'envoie la demande



L'administrateur m'accepte en tant que membre



Je recherche la page publique sur Facebook



Je clique sur "J'aime"



Ces pages sont avant tout vos pages et nous nous ferons un plaisir d'y relayer vos actus, conseils, photos... N'hésitez pas à nous les envoyer à l'adresse suivante : marketingbca@socopa.fr

LES POTINS DU CLUB

Salon de l'Agriculture 2020



Nous adressons toutes nos félicitations à la boucherie Loaec de Plouzané (29) qui remporte le premier prix de Master Boucher en Agneau Poitou-Charentes et la médaille d'or au Concours Général Agricole des Viandes en Charolais Label Rouge pour la 2^e année consécutive !

Bravo également à la boucherie Chez Sylvain à Carantec (29) qui obtient la médaille d'argent au Concours Général Agricole des viandes en Charolais Label Rouge.

Le Club Sélection Bouchère est fier de vous !

ENVOYEZ-NOUS VOS PHOTOS INSOLITES
OU DE LA MISE EN PLACE DE LA PROCHAINE OPÉRATION DU CLUB
À MARKETINGBCA@SOCOPA.FR ET PASSEZ DANS LE PROCHAIN MAG !

LE VEAU FERMIER DU LIMOUSIN

élevé sous la mère

Des élevages traditionnels et familiaux

Avec en moyenne 40 veaux par exploitation et par an, les exploitations sont familiales. Les vaches sont élevées suivant **le système allaitant traditionnel**.

Les veaux sont nourris par tétées au pis de leur mère 2 fois par jour, matin et soir. Ce mode d'élevage artisanal confère à la viande **une saveur particulière et un moelleux unique**.

La production de Veaux du Limousin élevés sous la mère se situe exclusivement dans la zone IGP qui comprend les départements du Limousin (Corrèze, Creuse et Haute-Vienne) ainsi que la Dordogne.

Des supports de communication performants

L'utilisation du terme « élevé sous la mère » est réservée exclusivement aux points de vente engagés en démarche Label Rouge.

Limousin Promotion est l'organisme de promotion des viandes limousines Label Rouge. Il a pour rôle de **mettre en avant** le veau Limousin Label Rouge :

- > **une signalétique** magasin avec un kit complet de PLV : pique-prix, affiche, fiches recettes, etc.
- > **des animateurs terrains**
- > un site internet: www.label-viande-limousine.fr

Un produit d'exception

- > Label Rouge (LA20. 92) et GP Limousin
- > **Race** : Limousine
- > **Âge à l'abattage** : entre 91 et 168 jours
- > **Conformation** : E, U et R
- > **Couleur** : 0, 1, 2 ou 3
- > **État d'engraissements** : 2 ou 3
- > **Poids carcasse** : entre 85 et 170 kg
- > Viande tendre au grain fin et de couleur claire
- > 1 600 éleveurs engagés dans la filière.



*Les sociétés
partenaires du Mag*



02 43 60 23 28



03 87 32 53 08



02 99 06 27 67