

## **34èmes ASSISES NATIONALES – PARIS**

**21 JUIN 2016**

Allocution de Robert Volut  
Président

(Seul le prononcé fait foi)



Mesdames, Messieurs, Chers collègues,

Le monde change. Or, notre pays a du mal à s'adapter au changement. La France est en panne d'innovation et de croissance en raison des conservatismes économiques et politiques.

Aujourd'hui, elle représente moins de 1% de la population mondiale et 1,7 % du produit intérieur brut mondial.

Autour de nous, tous les pays changent, progressent.

Les frontières physiques et mentales craquent sous le poids des systèmes de communication d'information ultra rapides et de la redistribution des richesses à travers le monde avec des fractures sociales qui s'élargissent.

L'éducation, les styles de vie et d'alimentation changent en conséquence.

Nos entreprises, nos produits, nos clients doivent tenir compte de ces changements tant matériels qu'immatériels. Les systèmes de gouvernance publics et privés doivent aussi s'adapter. Nous, charcutiers-salaisoniers, fiers de nos savoir-faire, descendants des inventeurs de la viande « prête à manger » n'avons jamais arrêté de nous adapter.

Nous venons une nouvelle fois de réviser notre Codes des Usages et avons pris en compte les nouveaux usages en matière nutritionnelle et sécurité alimentaire et précisé les éléments distinctifs des différents niveaux de qualité en allant vers plus de naturalité.

Nous devons continuer à faire évoluer notre SAVOIR FAIRE CHARCUTIER FRANÇAIS tout en gardant sinon en renforçant les liens avec nos traditions. Mais ceci ne sera pas suffisant si nous ne le faisons pas savoir avec les outils de communication contemporains.

Au niveau de la Fédération, nous rénoverons, sous quelques mois, le site INFO CHARCUTERIE. Les capacités de contacts directs avec les consommateurs, les restaurateurs, les prescripteurs, n'ont jamais été aussi grandes. C'est à nous de les utiliser pour faire savoir nos savoir-faire : les viandes utilisées, les modes de fabrication, les acteurs passés et présents, les recettes et les qualités organoleptiques et nutritionnelles, les valeurs et les objectifs d'entreprises, les usages traditionnels et nouveaux....

C'est grâce à cette innovation multiple que nous saurons redéployer notre offre et nos services dans un contexte de vie toujours plus fragmenté où chaque individu choisit son alimentation au fil des jours et des circonstances.

Les charcuteries-salaisons bénéficient d'une image positive, comme nous le confirme le baromètre OPENMIND et qui s'est renforcée au cours des dernières années. Le plaisir et la convivialité sont attachés à nos produits.

Les questionnements sur la santé sont mondiaux et, compte tenu des progrès scientifiques, ils seront, demain encore, plus nombreux qu'aujourd'hui et encore plus « manipulés » par les groupes de pression et la concurrence des centres de recherche.

C'est à nous de nous y préparer, d'anticiper et pour cela il faut savoir. Depuis 30 ans, la FICT s'est investie sur ces sujet à travers de nombreuses études (HEMECANCER, SECURIVIANDE, PHYTOME, pour ne citer que les principales. Notre industrie devra donc continuer à investir en recherches dans les domaines de la sécurité et de la santé en choisissant les bons partenaires et les bons réseaux.

La FICT a toujours considéré, avec l'avis de son conseil scientifique, que la nutrition était un sujet complexe. Alors nous nous étonnons que l'on veuille la réduire à un modèle simpliste d'étiquetage coloriel des produits alimentaires. Faire ce choix c'est se moquer de notre culture et du fait que le consommateur est doué de raison ! Ceci nous rappelle les médecins qui prenaient leurs patients pour des demeures.

Notre implication dans l'amont devra être plus grande. Notre industrie est l'acheteur majeur de viande de porc et un acheteur important de viande de volaille. Nos cahiers des charges et les audits qui les accompagnent seront des outils de progrès pour les abattoirs, découpeurs et éleveurs. Là encore, la maîtrise de ces métiers gagnera en précision grâce aux capacités de calcul et d'analyse qui pourront être mises en place.

Ces sujets n'ont, malheureusement, jamais été traités à leur juste valeur dans le cadre d'INAPORC et c'est ce qui a justifié notre retrait après 12 ans de tentatives infructueuses pour parler qualité au stade industriel et consommateur.

Les charcutiers-salaisoniers assument leurs responsabilités mais ne peuvent se substituer aux éleveurs et aux abatteurs pour leur assurer des débouchés.

Le noble métier de charcutier-salaisonier est de créer, quotidiennement, des produits bons et sains grâce à son savoir-faire, du choix des viandes à la mise à disposition du produit fini au consommateur et au restaurateur.

Nous avons toujours été favorables à l'initiative des entrepreneurs, créatrice de valeur et très vigilants sur toutes les formes d'encadrement étatique malheureusement classique dans ce pays où les élites sont trop éloignées des réalités des entreprises.

Ceci est un choix politique difficile pour notre industrie entre les groupes de pression agricoles qui ne jurent que par le protectionnisme (ce qui est un comble pour des exportateurs) et le poids économique grandissant des centrales d'achats des grands détaillants qui rêvent, souvent, de transformer leurs fournisseurs en sous-traitants.

Que dire de la crise des éleveurs porcins ?

Les problèmes structurels de l'élevage français, par rapport à ses concurrents, étaient connus depuis des lustres : les grands n'étaient pas assez compétitifs pour une offre standardisée, les moyens et les petits n'étaient pas assez différenciés sur la qualité.

Ce n'est pas avec des compléments de prix temporisés en manœuvrant un marché ou en mettant en place une cotisation interprofessionnelle que l'on crée des conditions d'exploitations rentables et dynamiques.

Que dire des relations avec nos chers clients ?

Les alliances entre enseignes se sont poursuivies au niveau français et européen, les négociations continuent de mal se passer pour nous. Je rappelle que le résultat net moyen de notre industrie est de 12 centimes au kilo et que celui des rayons de charcuterie des grandes enseignes est de 82 centimes.

La LME n'a jamais été complètement appliquée par la distribution et même les sanctions qui ont commencé à s'appliquer ne les feront pas bouger de leur guerre des prix.

Nous avons tenté de mettre en place une clause de renégociation de prix, en pensant que ce qui existe dans la plupart des secteurs industriels entre fournisseurs et clients pouvait s'appliquer. Et bien non. La plupart se sont empressés de la vider de son sens.

Et alors que les tensions sur les prix des pièces de viande de porc réapparaissent du fait de leur politique d'achat et de la forte demande chinoise, nous leur demandons de devenir raisonnables et de faire preuve du fameux réalisme des commerçants.

Mais, comme je l'ai dit il n'y a pas que la France.

L'innovation réussie, donc vendue à son juste prix, est un facteur majeur de rentabilité pérenne, incontournable pour attaquer de nouveaux marchés où les cultures et la concurrence sont fortes. Mais un saucisson sec, des rillettes, un jambon de Paris sont des innovations pour des millions de consommateurs à travers le monde pourvu qu'ils les intègrent dans leurs achats exotiques.

Là aussi, l'image française est un atout. Mais il faudra savoir s'adapter, segmenter, vendre les bons produits. Ceux qui sauront aider le consommateur à faire le pont entre l'image et l'usage, réussiront. Les apports de ces assises nous ont montré que le champ des possibles est encore largement ouvert et que la relation au consommateur doit être ré-enchantée, notamment grâce au numérique.

Notre excellence dans le domaine marketing et commercial sera un facteur positif majeur qui complètera notre palette de goûts et de textures pour aller conquérir des marchés à l'étranger.

Grâce à l'existence, pendant 2 années d'un ministre dédié à l'agroalimentaire, un mouvement de progrès s'est créé pour nous faciliter la tâche dans le domaine de l'exportation. Mais l'effort ne doit pas être relâché. D'autres pays travaillent d'arrache-pied, nous rattrapent, nous dépassent. Nous ne sommes qu'au 9<sup>ème</sup> rang des exportateurs européens de charcuterie. Nous n'avons pas le droit à l'erreur, aux faux alibis administratifs. Nous perdons des parts de marché vis-à-vis des Italiens, des Espagnols, des Allemands. L'Equipe de France reste à faire. Nous pourrions montrer l'exemple en nous alliant pragmatiquement.

Notre industrie continue de se développer malgré les incertitudes politiques, fiscales, réglementaires. Les risques sont réels mais les opportunités existent.

La FICT continuera à se battre pour défendre les charcuteries françaises en France et à travers le monde.