



Roland Schweitz à Duttlenheim

« Rencontrer de nouveaux clients »



Roland Schweitz, un producteur à la passion communicative. © Germain Schmitt

Roland Schweitz en est convaincu, « Passion de nos terroirs » est un rendez-vous incontournable pour ceux qui, comme lui, veulent élargir leur clientèle. Producteur spécialisé en pommes de terre, qu'il commercialise sous la marque La Bruchoise, il s'est déjà inscrit aux trois rendez-vous fixés par la Région Grand Est.

«Ce salon vise les grossistes et les distributeurs, explique Roland Schweitz. Ce qui m'intéresse, c'est de communiquer sur nos produits. C'est dans l'objectif de les faire connaître que j'ai lancé la marque La Bruchoise, il y a cinq ans. Ces salons me permettront de garder le contact avec mes clients et, je l'espère, de nouer de nouveaux contacts commerciaux, notamment en dehors de l'Alsace. Mais cela ne sera pas forcément évident, car la Champagne est un gros producteur de pommes de terre»

L'entreprise a été créée par Roland Schweitz, avec son épouse Catherine. Son neveu, Jérémie, le seconde dans tout le process, de la production jusqu'au conditionnement. Sa fille, Lucie, ayant fait des études en

gestion et commerce, l'a rejoint en 2016. Son autre fille, Clara, continue ses études d'agronomie afin de pouvoir, un jour, intégrer la société. Les 110 ha de pommes de terre sont répartis sur deux secteurs, la plaine de la Bruche et la plaine d'Erstein, «un terroir très propice à la culture de la pomme de terre». Cette culture exige une rotation de cinq ans. Même si elle complique l'assolement, cette précaution est indispensable pour produire une pomme de terre d'une qualité irréprochable et préserver le bon état sanitaire des terres. «Nous procédons par échanges avec les agriculteurs des communes avoisinantes.» Roland Schweitz a récolté ses premières pommes de terre primeur début juillet - il en produit une

dizaine d'hectares. La campagne se prolongera jusqu'au 15 août. «C'est à ce moment-là que démarre la saison des pommes de terre de conservation, des variétés demi-précoces. C'est le grand boom ! Il faut stocker 4 000 t de pommes de terre en cinq ou six semaines. Nous fonctionnons en deux équipes : l'une s'occupe de la récolte et du stockage, l'autre du conditionnement et de la commercialisation. C'est en septembre-octobre que nous écoulons les plus gros volumes. C'est à la fois le pic de travail et le pic de consommation.» Les atouts de La Bruchoise ? «Nous sommes très exigeants vis-à-vis de la qualité culinaire et gustative, mais aussi de l'aspect des tubercules. Nous tâchons d'être compétitifs tant au niveau du prix que des volumes. Et nous commercialisons toutes nos pommes de terre sous l'emblème des Fruits et légumes d'Alsace et de la marque collective Savourez l'Alsace Produit du terroir, ce qui nous permet de valoriser un produit dont l'image n'est pas toujours très porteuse.»

AH

PASSION! TERROIRS

1^{er} Rendez-vous d'affaires des professionnels des circuits et produits agroalimentaires de nos terroirs

UN NOUVEAU SALON PROFESSIONNEL POUR VOUS !

AGRICULTEURS TRANSFORMATEURS GROSSISTES DISTRIBUTEURS RESTAURATEURS

Vous produisez, transformez, commercialisez des produits frais issus des terroirs du Grand Est et/ou des produits transformés majoritairement composés de productions agricoles du Grand Est. "Passion de nos Terroirs" est un espace de rencontre stratégique pour développer efficacement votre business.

1 CONCEPT, 3 DATES, 3 LIEUX, 9H > 18H

18 SEPTEMBRE 2018
TANZMATTEN SÉLESTAT
ALSACE

17 OCTOBRE 2018
ABBAYE DES PRÉMONTRÉS
PONT-À-MOUSSON
LORRAINE

13 JUIN 2019
LE CAPITOLE
CHALONS-EN-CHAMPAGNE
CHAMPAGNE-ARDENNE

RÉSERVEZ VOTRE STAND SUR
www.passion-terroirs.com

Grand Est, Alsace, Lorraine, Champagne-Ardenne, ARJA

« Travailler sur du très local »

Les magasins Leclerc d'Obernai et de Duttlenheim font partie des clients de Roland Schweitz. Leur propriétaire, Laurent Leclercq, a la ferme intention de visiter le salon en compagnie de ses chefs de rayon. «Cela nous permettra de découvrir les producteurs et transformateurs locaux et, plus largement, ceux du Grand Est», explique Laurent Leclercq, qui est aussi acheteur pour la centrale d'achat de Colmar. «Nous nous approvisionnons déjà localement, notamment en fruits et légumes, mais nous recherchons des éleveurs et des transformateurs régionaux en viande bovine, en viande ovine et en volaille.»

«Nous ne pouvons pas faire passer tous les producteurs par la centrale, car les volumes qu'ils produisent ne sont pas assez importants. Mais chaque magasin a la possibilité de s'approvisionner localement : les chefs de rayon sont libres d'acheter en direct, sans aucune contrainte nationale.» L'objectif étant de se différencier de l'offre nationale, tout en évitant les intermédiaires. «Dans ce cas-là, nous n'imposons pas un prix à nos fournisseurs. C'est par rapport à une variété, une appellation, un terroir qu'on fixera le prix. Quand on peut raconter quelque chose, on peut vendre à un prix différenciant par rapport à l'offre nationale», souligne Laurent Leclercq.

Secrets du Val d'Argent - Transformateur à Scherwiller

Une philosophie très « locale »

La boucherie-charcuterie Secrets du Val d'Argent fera partie des transformateurs qui seront présents lors de la première édition de Passion de nos terroirs, le 18 septembre, à Sélestat. L'occasion pour cette entreprise, qui a les circuits courts inscrits dans son ADN, de se faire connaître auprès de potentiels nouveaux clients et fournisseurs.

Pour eux, la boucherie-charcuterie de qualité n'est plus un secret depuis longtemps. À Scherwiller, les frères Gilles et Thierry Adrian, et leur sœur Nathalie, appliquent quotidiennement un savoir-faire hérité de leur oncle et de leur père, qui avait créé une boucherie-charcuterie de village en 1972 à Rombach-le-Franc, puis en 1989 une première usine de transformation à Lièpvre, employant une douzaine de salariés, la charcuterie du Val d'Argent. Ils mettent un point d'honneur à ne travailler qu'à partir d'animaux issus d'élevages situés

dans un rayon d'une centaine de kilomètres. Une logique «circuit court» que Nathalie, Gilles et Thierry Adrian ont repris à leur compte lorsqu'ils héritent de l'entreprise familiale en 2003. Celle-ci comptait alors une quarantaine de salariés. Ils prennent la décision de racheter l'entreprise Safapac, spécialisée dans les plats cuisinés. Malgré cet investissement, ils se rendent rapidement compte qu'il leur faut encore plus de place pour se développer. Ils déménagent dans la zone d'activités du Giessen, à Scherwiller, en 2014, avec une cinquantaine de salariés.

Une clientèle à 90 % alsacienne

Aujourd'hui, leur boucherie-charcuterie, Secrets du Val d'Argent, compte une petite centaine de salariés et une production comprise entre 3 800 et 4 000 tonnes par an, répartie à parts égales entre l'activité boucherie et l'activité charcuterie. La clientèle, à 90 % alsacienne, est constituée par les GMS (40 %), suivies par les bouchers détaillants (30 %), les grossistes (15 %) et la restauration hors foyer (15 %).

Les animaux utilisés sont issus «d'achats locaux», une origine

Grand Est au maximum. «Nos bovins viennent en majorité d'exploitations situées en Lorraine. On a du mal à trouver suffisamment de génisses et de bœufs en Alsace», justifie Thierry Adrian. Si auparavant, ils allaient chercher eux-mêmes les animaux dans les fermes, ils ont depuis délégué cette tâche logistique à un marchand de bestiaux, par manque de temps. «En fonctionnant avec des circuits aussi courts, on contribue à la qualité de nos viandes avec des animaux qui ne subissent pas le stress d'un long trajet. Sans compter qu'ils sont tous issus de bonnes terres d'élevage riches en pâturages. Ce qui fait qu'on s'y retrouve au final», continue Gilles Adrian.

Développer les produits en charcuterie

S'ils ne sont pas issus de formations bouchères comme leur père ou leur oncle, les frères et sœur Adrian ont en commun une connaissance avancée du monde l'élevage. «Nos parents avaient une ferme avec un élevage de salers et de charolaises. C'est un sujet qu'on a appris à maîtriser avec le temps.» Tout comme ils ont appris à utiliser les savoir-faire familiaux en matière de transforma-



Gilles, Nathalie et Thierry Adrian gèrent ensemble cette entreprise familiale qui a su se faire un nom dans le domaine de la boucherie-charcuterie. © DR

tion bouchère et de confection de plats préparés. Un «secret» bien gardé qui leur a permis de continuer à se développer avec succès. Et ce n'est pas fini.

En participant à la première édition du salon Passion de nos terroirs, à Sélestat, ils espèrent bien se faire connaître davantage auprès de potentiels nouveaux clients bien sûr, et évidemment auprès d'éleveurs alsaciens en quête de débouchés. «On va essayer de développer davantage nos produits en charcuterie», souligne Thierry Adrian. Ils ont déjà commencé avec deux produits 100 % Alsace : un jambon cuit et une poitrine paysanne, toutes deux estampillées Savourez l'Alsace, Produit du terroir. «C'est vrai qu'on est bien pourvu en porcs en Alsace»,

constate Gilles Adrian. Concernant les bovins, son frère et lui se disent «toujours ouverts» pour établir des contacts avec de nouveaux producteurs. Encore faut-il résoudre le problème du transport de l'animal entre la ferme et l'abattoir. «Aujourd'hui, on a une logistique en place avec un marchand de bestiaux qui fait sa tournée dans les fermes lorraines avant d'aller à Holtzheim. Si l'éleveur est à 15 ou 20 minutes de l'abattoir, il pourrait emmener ses animaux avec la bétailière. Mais pour les éleveurs qui sont dans le Haut-Rhin, ça risque d'être un peu plus compliqué tant qu'on n'a pas trouvé la solution adéquate», ajoutent les frères Adrian.

Nicolas Bernard