

**RAPPORT**  
**N° 2009/O2/202**

# **ASSEMBLEE DE CORSE**

2<sup>EME</sup> SESSION ORDINAIRE DE 2009

REUNION DES 12 ET 13 NOVEMBRE

**RAPPORT DE MONSIEUR  
LE PRESIDENT DU CONSEIL EXECUTIF**

**OBJET :**

**MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATEGIE COLLECTIVE  
EN FAVEUR DES ARTISANS BOUCHERS  
EN REGION CORSE**

COMMISSIONS COMPETENTES :

COMMISSION DES FINANCES  
COMMISSION DU DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

**COLLECTIVITE TERRITORIALE DE CORSE**  
**République Française**

**RAPPORT DU PRESIDENT  
DU CONSEIL EXECUTIF DE CORSE**

**Objet :** Mise en œuvre d'une stratégie collective en faveur des artisans bouchers en région Corse.

**-1- LE CONTEXTE**

La présence et l'implication des artisans bouchers-charcutiers-traiteurs sur l'ensemble de notre île concourt à la politique d'aménagement du territoire et donc au maillage économique de l'île. Leur nombre tend cependant à diminuer de manière continue.

Le changement notoire des comportements alimentaires et une concurrence exacerbée du monde de la grande distribution et du libre service en général ont incité les artisans bouchers de Corse à s'engager dans une démarche offensive avec le développement futur d'une stratégie globale et collective intégrant notamment une charte du savoir faire, et de la qualité.

Cette démarche initiée par les Syndicats de la boucherie-charcuterie-traiteur de Haute-Corse et de Corse-du-Sud et portée par la Chambre Régionale des Métiers, s'inscrit dans le cadre du dispositif de soutien à la structuration économique adopté par la délibération n°09/033 AC, de l'Assemblée de Corse, en date du 16 mars 2009.

La création de ce dispositif traduit le choix de la Collectivité Territoriale de Corse et de l'Etat d'organiser et de rationaliser le tissu économique local par la mise en œuvre de stratégies élaborées par une profession, un secteur d'activité, une filière permettant de concentrer les moyens publics sur des actions structurantes dont le but est d'identifier les potentiels existants pour parvenir, après prise en compte des contraintes réglementaires, économiques et environnementales, à la définition d'un programme d'actions.

Une étude technico-économique réalisée par le cabinet S'consult à la demande de la Collectivité Territoriale de Corse et de l'Etat dresse l'état des lieux du secteur et les perspectives de développement de la filière « artisans bouchers » de Corse. Le rapport final a été validé le 14 novembre 2008 par le comité de pilotage composé des représentants de la profession et des différents partenaires techniques et financiers.

**En 2008, le secteur de la boucherie représentait 25% des entreprises artisanales corses, et près de 50% des métiers de la bouche. On dénombrait ainsi 228 bouchers-charcutiers-traiteurs. Ce sont souvent des entreprises de petites tailles (plus de 60% des artisans bouchers-charcutiers-traiteurs sont en entreprise individuelle), familiales, où la polyvalence des tâches est fréquente.**

La répartition géographique est la suivante : forte implantation des bouchers en zone urbaine (près de 28%), plus de 35% en zone touristique, près de 25% en zone

rurale. Quatre artisans sur dix sont implantés dans l'agglomération de Bastia et d'Ajaccio. Les zones rurales font l'objet de desserte par les marchands ambulants. On distingue trois catégories d'artisans bouchers en région Corse :

- ▶ 20 % des boucheries charcuteries ont diversifié leur gamme de produits et de prestations (environ 30 à 50% de production de plats cuisinés). Localisées en région touristique, en zone urbaine et périurbaine elles sont créatrices d'emplois à fort potentiel d'investissement. Leur chiffre d'affaires oscille entre 500.000 et plus d'1 million d'euros.
- ▶ 40 % sont implantées en zone urbaine, périurbaine et semi rurale en situation d'équilibre mais fragilisées (pas de salarié, clientèle d'habitues et de passage, diversification modérée des produits proposés et des prestations notamment de traiteur). Leur chiffre d'affaires varie entre 250 000 et 500 000 euros.
- ▶ 40 % sont en situation précaire. Elles sont situées le plus souvent en zone rurale (couplées à une activité ambulante), en zone urbaine (mais dont l'activité n'est pas diversifiée). Leur chiffre d'affaires est inférieur à 250 000 euros.

Les bassins de recrutement des métiers de bouchers-charcutiers-traiteurs sont deux fois plus importants sur le département de Haute-Corse (particulièrement dans l'agglomération de Bastia) que dans celui de Corse-du-Sud. Pour ce dernier, la zone touristique de Porto-Vecchio et ses alentours génèrent des créations d'emploi supérieures au bassin ajaccien.

Les artisans bouchers se fournissent pour la plupart (entre 60 à 80 % des achats) auprès d'un grossiste mais également auprès des éleveurs qui proposent des formules garantissant une production de qualité et une relation de confiance. Les achats de viandes bovines sont estimés en moyenne à 25 tonnes par an et par boucher. La quantité de viande commercialisée en 2006 est de plus de 2.200 tonnes par an. La plupart des achats en Corse s'effectuent dans un supermarché (53 %) ou dans une boucherie (44 %).

### 1.1. Le Poids économique de la filière

Activités	Nombre d'entreprises	Effectifs salariés	Chiffre d'affaires total	Excédent brut d'exploitation	Valeur ajoutée hors taxe	Production totale
151E	18	117	22 558	2 738	6 676	19 147
151F	53	120	23 147	2 047	6 566	16 186
522C	127	131	29 611	1 913	5 935	11 854
151	83		67 445	5 321	16 281	49 089
522	482		102 763	9 839	25 345	43 970

*Année 2006 - Exploitation du fichier Ficus - Insee /Demande d'extraction de données par Sconsult*

Le chiffre d'affaire de l'activité boucherie, boucherie charcuterie (y compris chevaline, volailles, gibiers, triperie) et préparation de plats à emporter en boucherie est de 29 611 000 € (vs 28 % du Chiffre d'affaire du secteur du commerce de détail alimentaire) soit un chiffre moyen annuel de 233 000 euros par établissement. L'excédent brut d'exploitation (ressource d'exploitation après paiement des charges de personnel mais avant amortissement) est de 1 913 000 € (vs 21 % du Chiffre d'affaire du secteur du commerce de détail alimentaire).

Sur les trois dernières années, le chiffre d'affaires de l'activité boucherie fluctue entre 231 000 et 254 000 € par an et par établissement. Pour l'industrie de la viande, il oscille entre 533 540 et 655 250 €. Globalement sur une période 10 ans, la tendance à la diminution des effectifs salariés est récurrente mais n'atteint tout de même pas les années « maigres » 1995 et 2003.

On dénombre dans le secteur du Commerce de détail de viande et produits à base de viandes 131 salariés pour 55 établissements soit 0,43 % de la masse salariale régionale. Le ratio s'établit à 2.38. En revanche le secteur de la Charcuterie est plus productif en raison notamment de marges bénéficiaires plus importantes : 120 salariés pour 26 établissements avec un ratio de 4.61.

## **1.2. Les difficultés et obligations rencontrées par les artisans bouchers**

### ➤ **Le recrutement des jeunes**

Le métier semble peu attirant (diversification des tâches, rémunération des débutants peu attractive...). La qualification requise la plus fréquente est le CAP boucher, 13 % ont le BP boucher, mais 27 % des jeunes recrutés n'ont pas de qualification et se forment sur le tas.

Sur les 3 années (2005-2006-2007), 27 apprentis bouchers ont été formés en Corse. A partir de 2008 le nombre d'apprentis a chuté. Ce qui conforte l'idée d'une action de promotion du métier auprès des jeunes.

En revanche, 81 % des artisans déclarent n'avoir aucune difficulté pour garder leur personnel (ancienneté moyenne entre 5 à 10 ans).

### ➤ **La rémunération des artisans bouchers**

L'ouvrier boucher est le salarié du commerce de détail le moins bien payé. Un sur deux gagne moins de 1 037€ nets par mois contre 1.0156 pour un ouvrier boulanger. 73 % des ouvriers bouchers sont salariés dans des établissements de moins de 5 salariés. C'est dans les hypermarchés et les supermarchés qu'ils sont le mieux payés.

### ➤ **La concurrence des Grandes et Moyennes Surfaces et d'autres formes de concurrence non commerciales (services de proximité)**

La concurrence des Grandes et moyennes surfaces impacte sur l'activité d'artisan boucher pour plus de 50 % sur son chiffre d'affaires lorsque ces dernières sont implantées dans un rayon de 10 km. Cet impact diminue selon la distance moyenne entre le domicile et l'implantation du commerce.

Autre forme de concurrence indirecte, les services à la personne et activités annexes tels que les courses effectuées par l'aide à domicile et le portage de repas (concurrence aux marchands ambulants).

- **Le vieillissement des structures rend difficile l'adaptation aux modes de consommation et à la diversification de l'activité**

Quatre boucheries sur dix ont plus de 18 ans d'ancienneté. Les investissements sont orientés soit vers l'achat de matériel frigorifique et de découpe, soit vers le réagencement des magasins ou des extensions (ex : traiteurs, petite épicerie...).

- **Le vieillissement des actifs**

Si près de trois artisans sur dix ont entre 40 et 50 ans, on prévoit d'ici à 15 ans un volant de 35 % de la profession sur le départ (25 % de la profession concernée par la transmission d'entreprise).

- **La filière des artisans bouchers de Corse doit répondre aux exigences réglementaires et normatives en matière d'hygiène et de sécurité au travail**

L'artisan boucher est soumis en matière d'hygiène à des règles précises dont la bonne application (paquet hygiène - législation appliquée au 1<sup>er</sup> janvier 2006) est contrôlée régulièrement par les services de l'Etat (services vétérinaire). 75 % déclarent avoir suivi une certification HACCP dispensée par la Chambre de métiers. Pour autant, la mise en place d'un plan de maîtrise sanitaire est peu fréquente. Le respect de l'environnement et plus particulièrement la gestion des déchets reste pour 69 % d'entre eux non maîtrisée. Ils optent pour les ordures ménagères faute de solution adaptée. En matière de prévention des risques professionnels, plus de 60 % des artisans bouchers révèlent ne pas avoir suivi de stage à la prévention des risques.

### **1.3. Les forces à développer et préserver**

- **La recherche de la qualité et de la différenciation sur le segment marché : le Savoir Faire**

Les artisans bouchers de Corse misent sur la qualité des produits, leur présentation, la propreté des locaux, la façon dont est vêtu le personnel et l'agencement du magasin. Les artisans sont investis par la passion de leur métier : amour du métier, professionnalisme, transmission d'un savoir-faire, contact avec le client, relation de confiance. Le boucher est grandement investi par ses clients d'une mission de conseil (préparation de la viande, du choix des morceaux et plus encore en conseil de qualité et d'hygiène). Il est le dernier maillon dans la chaîne de la traçabilité.

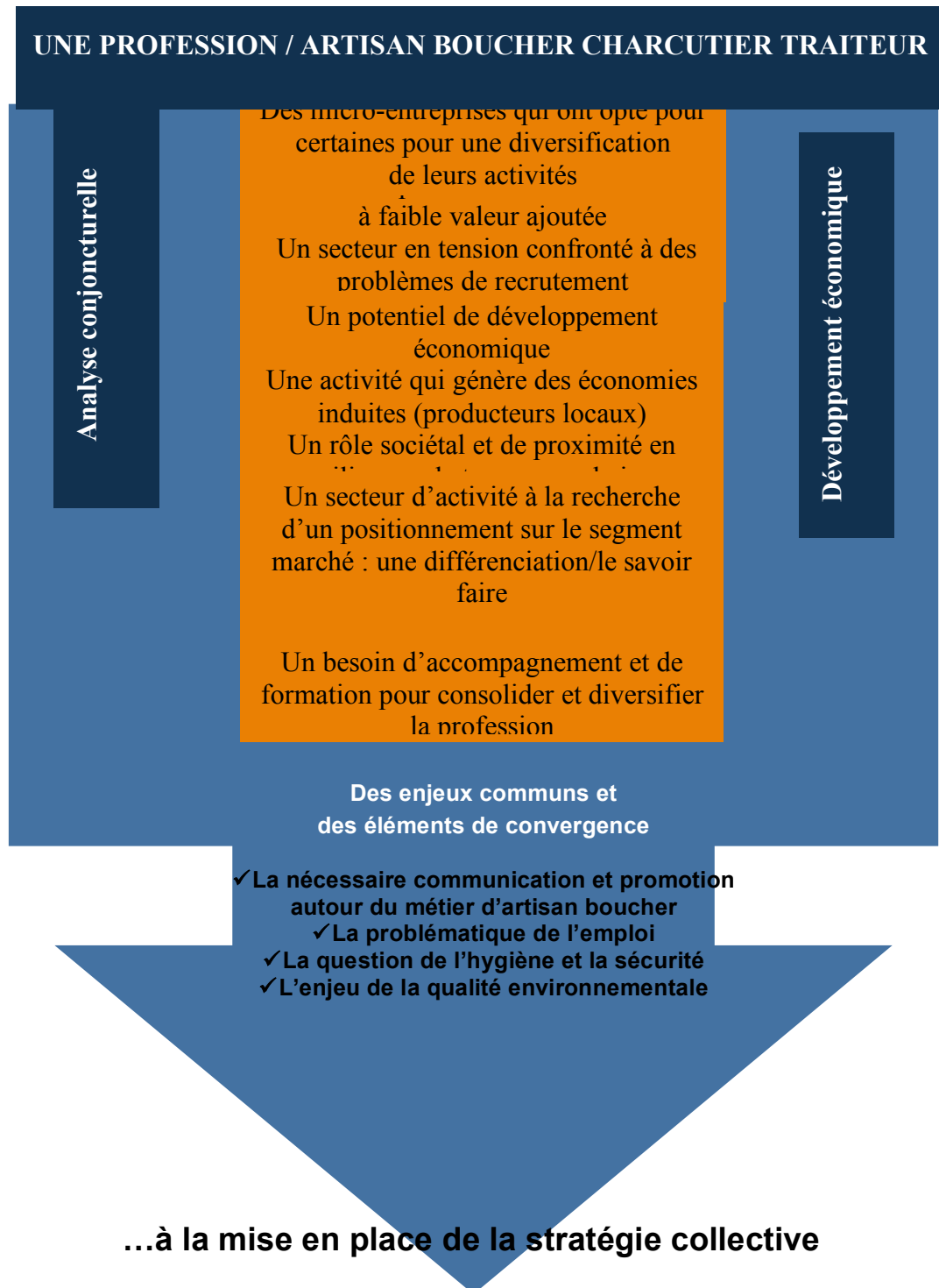
- **La différenciation sur le segment marché avec les grandes et moyennes surfaces**

Le boucher sait optimiser l'emploi des viandes en fonction de leurs qualités. Il connaît les méthodes de préparation, de présentation et de conservation des viandes et produits carnés les mieux adaptés à la matière premières et aux attentes de sa clientèle.

Selon les artisans bouchers en Corse, ce savoir faire est ce qui différencie un artisan boucher qui prépare et qui assure une vente directe (conseils aux clients sur le choix des morceaux...) des grandes et moyennes surfaces. Il représente dans le quartier ou le village un lien social et un commerce de proximité contribuant ainsi au mieux vivre ensemble.

### Des éléments de convergence

#### Du diagnostic ....



## **-2- LA STRATEGIE COLLECTIVE**

### **2.1. Les grands leviers d'intervention identifiés pour la mise en place d'une stratégie collective des artisans bouchers sur le savoir faire**

La mise en place de cette stratégie collective repose sur le projet établi par le cabinet S'consult qui visait l'élaboration et la formalisation d'une charte de développement à travers le déploiement de différentes actions :

- 1. Domaine économique :** produire un audit financier de la filière pour déterminer les potentiels de croissance et les besoins d'investissement afin de cibler les mesures prioritaires.
- 2. Domaine des ressources humaines :** enquêter sur les besoins de formation et de main d'œuvre et jeter les bases d'une Gestion Préventive des Emplois et des Compétences, transmission des savoir faire.
- 3. Domaine de l'hygiène, de la sécurité et de la prévention des risques :** évaluer l'impact de la filière sur l'environnement dans l'optique du développement durable, proposer des solutions en terme de gestion des déchets et de mise aux normes des entreprises.
- 4. Qualité et positionnement stratégique et commercial :** lier la question de la qualité à celle de la valorisation des savoir faire et du développement des services afin de positionner la filière sur le marché local.
- 5. Promotion / communication :** travailler à une stratégie de communication qui puisse à la fois servir au développement de l'activité commerciale et au renforcement de l'attractivité des métiers de la filière.
- 6. Evaluation et prospective économique :** donner les moyens techniques à la filière d'évaluer et de piloter la démarche collective.

### **2.2. Les enjeux de la stratégie collective : le savoir faire des artisans bouchers charcutiers traiteurs de Corse**

L'objectif des deux syndicats d'artisans bouchers-charcutiers-traiteurs de Corse à travers la mise en œuvre de l'action collective est de fédérer et de renforcer le positionnement de la profession puis de développer les perspectives d'emploi et de pérennisation du secteur (enjeux de consolidation et de progression). A plus long terme, il s'agit de maintenir et consolider le tissu d'entreprises locales, avec comme optique, la mise en place d'une différenciation vis-à-vis de la GMS. Les professionnels artisans bouchers-charcutiers-traiteurs souhaitent, à travers la mise en place de cette démarche collective, assurer un positionnement sur le segment marché de l'alimentation, la promotion du métier et la reconnaissance de la profession. Plus précisément, la stratégie collective vise à développer la filière en valorisant les savoirs faire : donner une identité visuelle qui véhicule des messages de promotion (un métier, un accueil, un service de qualité) ; rendre le métier attractif (favoriser l'installation des jeunes, accompagner la transmission d'entreprises) et mettre en place une politique de formation et de gestion des compétences ; répondre aux exigences en matière de gestion des déchets, d'hygiène en relation avec la préservation l'environnement et la politique de développement durable.

### 2.3. Les enjeux sur le plan régional :

La mise en place d'une stratégie de développement de la filière artisans-bouchers-charcutiers-traiteurs représente pour la Corse un enjeu important en raison de son impact sur l'économie Corse et son rôle dans l'économie sociale et solidaire.

- ✓ Des perspectives de formation de jeunes puis de création d'emplois : un secteur en tension, un défi pour l'emploi.
- ✓ Un acteur de l'économie locale : une valeur ajoutée induite (achat auprès de producteurs locaux) qui se répercute sur le système de production et l'économie régionale.
- ✓ La diversification des activités liées à la préparation de la viande et de plats cuisinés et plus globalement au secteur des métiers de bouche : des métiers qui évoluent afin de mieux répondre aux attentes de leurs clientèles et de faire face à la rivalité des grandes surfaces.
- ✓ Le rôle de proximité agissant comme facteur de cohésion sociale et de lutte contre la désertification et l'isolement des populations.

**La mise en œuvre d'un plan d'actions structurant l'activité devrait permettre d'assurer le maintien et le développement de ce secteur :**

- ✓ la reconnaissance d'un métier et de la profession en région Corse qui prédispose le secteur à être compétitif (augmentation de la valeur ajoutée dans le secteur alimentaire).
- ✓ des liens et des partenariats d'actions avec les institutionnels et les acteurs économiques.
- ✓ la création ou la reprise de 10 entreprises et 20 emplois sur 3 ans générés par des actions collectives de promotion dans ce secteur.
- ✓ une participation active au développement durable se répercutant dans l'économie (gestion des déchets, économie, d'énergie...).

### -3- LE PROGRAMME D' ACTIONS 2009-2011

La stratégie collective du savoir faire des artisans-bouchers repose sur un programme d'actions qui s'articule autour des objectifs suivants :

- ✓ **L'animation et la structuration de la filière** : la fédération de la profession et l'animation de la stratégie permettront un déploiement du secteur d'activité autour d'actions à forte valeur ajoutée économique et sociale.
- ✓ **La communication et le marketing** : la filière des artisans bouchers charcutiers traiteurs de corse souhaite promouvoir et valoriser le métier et leur savoir faire en vue de gagner en compétitivité, accroître des parts de marché, répondre aux défis de l'emploi en Corse dans des métiers en tension



✓ **La formation et la consolidation** : la filière des artisans bouchers charcutiers traiteurs de corse souhaite gagner en technicité, structurer et développer la profession de la viande. Elle souhaite également la diversification de leur activité et l'adaptation à son environnement économique. Ce qui contribuera à la création d'emploi et au développement économique du secteur alimentaire.

✓ **L'adaptation** : la filière des artisans bouchers charcutiers traiteurs de corse souhaite satisfaire aux obligations réglementaires (hygiène et sécurité) et adapter les conditions de travail face à la diversification du métier et aux contraintes qui peuvent limiter le développement économique de la filière.

✓ **La contribution** : la filière des artisans bouchers charcutiers traiteurs de corse souhaite apporter sa contribution au respect de l'environnement et à la maîtrise des énergies. Ceci notamment en vue de participer au développement de l'éco-conditionnalité et d'introduire un label propre à la profession.

D'autre part, deux thèmes transversaux ont été identifiés par le cabinet comme des éléments contributifs à la stratégie collective et notamment en lien avec les volets consacrés à « la formation et à l'adaptation ». Il s'agit, d'une part, de la transmission d'entreprise et, d'autre part, de la nécessité de modernisation des établissements. Ces deux thèmes renvoient à des dispositifs et à des contractualisations en cours d'élaboration par la Collectivité Territoriale de Corse et les services de l'Etat.

AXE	Actions	Coût total sur 3 ans	CTC	AUTRES (CTC /DIREN/ ADEME/ AGEFOV /...)	CHAMBRE DE METIERS/SYNDICATS
1	Animation de l'action collective et mise en place d'une charte du savoir faire	381 298 €	190 649 €	-	190 649€
2	Mettre en place des actions de promotion et un plan marketing	341 660 €	170 830 €	-	170 830 €
3	Organiser une gestion prévisionnelle des emplois et mettre en place un plan de formation	479 582 €	-	459 582 €	20 000 €
4	Favoriser le respect de l'environnement et la gestion des déchets	135 400 €	-	108 320 €	27 080 €
5	Garantir les conditions d'hygiène	60 860 €	30 430 €	-	30 430 €

6	Garantir les conditions de sécurités et adapter les conditions de travail	65 000 €	45 000 €	16 000 €	4 000 €
<b>TOTAL</b>		<b>1 463 800 €</b>	<b>436 909 €</b>	<b>583 902 €</b>	<b>442 989 €</b>
<b>TAUX</b>			<b>30 %</b>	<b>40 %</b>	<b>30 %</b>

### 3.1. Présentation des fiches actions

## AXE 1 : Animation de l'action collective et mise en place d'une charte du savoir faire

### 1-1- Coordonner et animer la stratégie collective

#### OBJECTIFS

Ce volet vise à assurer les conditions d'animation de l'action collective et de l'ensemble des interventions programmées. Une animation collective en matière de coordination, d'animation et de suivi du projet sera assurée en maîtrise d'ouvrage par la Chambre Régionale des Métiers. Une équipe dédiée à la programmation (agent de développement, secrétaire, agent comptable, personnel d'encadrement). Cette animation comprend des groupes de travail par micro-région, des visites individuelles, des réunions techniques qui assureront les phases d'élaboration, de concertation, de cooptation et de mise en œuvre des actions. Des productions : bilans intermédiaires, tableaux de programmation des actions, évaluation qualitative à l'interne.

D'autre part, il s'agit de sensibiliser la profession à l'environnement et engager des solutions dans le cadre d'un consensus en vue de respecter les obligations réglementaires et proposer des actions innovantes en matière de développement durable (cf. axe n° 4 de l'action collective).

#### DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION

- 1) un animateur par département à temps plein la première année puis à mi-temps pour la mise en place et le suivi de l'action collective :
  - Animation collective par micro-région, entretiens individuels, réunion de coordination
  - Visites individuelles.
  - Organisation d'un séminaire.
  - Coordination administrative.
  - Coordination du projet.
  - Production des bilans aux partenaires techniques et financiers...
- 2) un animateur spécifique pour les actions liées aux problématiques déchets et environnement.

#### RAPPORT AVEC LA STRATEGIE

L'animation territoriale et collective est un préalable incontournable à la mise en place de la stratégie collective. Cette animation s'attachera à mettre en œuvre la programmation des différentes actions en concertation avec la profession. Il s'agira aussi de fédérer les artisans par la mobilisation de terrain et le déploiement d'actions de proximité. Dans le cadre de cette animation, 20 déplacements, 50 entretiens et 8 réunions de coordination par an devront être menés. Des bilans intermédiaires devront être produits, ainsi que le suivi administratif et comptable. L'animateur « environnement » est chargé de la mise en place et du suivi des actions de l'axe 4.

## RESULTATS ATTENDUS

Il s'agit d'assurer la coordination et le suivi des actions du programme stratégique. L'animation devrait permettre de fédérer la profession, et de favoriser la mise en œuvre des actions de promotion, de communication et de formation autour du savoir faire. Il s'agit d'animer des actions visant à consolider le tissu des entreprises locales, à permettre une diversification des activités et un perfectionnement sur le savoir faire (thématique métier, emploi, hygiène, environnement...).

## BENEFICIAIRES

80 bouchers la première année ;  
40 la deuxième ;  
20 la troisième.

## MAÎTRISE D'OUVRAGE

Chambre régionale des métiers, syndicat des artisans bouchers

## ESTIMATION DES COUTS

Postes de dépenses	2009	2010	2011	TOTAL
Animation de l'action collective	96 800 €	48 400 €	48 400 €	193 600 €
Animation déchet environnement	22 800 €	11 400 €	11 400 €	45 600 €
Frais de déplacement animateurs action Collective	7 074 €	3 537 €	3 537 €	14 148 €
Coûts internes	17 559 €	8 780 €	8 780 €	35 118 €
<b>TOTAL</b>	<b>144 233 €</b>	<b>72 117 €</b>	<b>72 117 €</b>	<b>288 466 €</b>

### Plan de financement de l'action (2009-2011)

Financements publics et autres organismes:		Financements privés :	
CTC (ADEC)	144 233 €	CRMA/Syndicats	144 233 €
EUROPE	-		
AUTRES	-		
<b>TOTAL</b>	<b>144 233 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>144 233 €</b>

## CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Nombre et type d'actions engagées en référence à la programmation
- Taux de programmation
- Nombre de réunions collectives avec présentiel, entretiens individuels
- Nombre et type de partenaires par action
- Taux d'implication de la profession
- Nombre de séminaire (présentiel) - contenu en rapport avec les objectifs
- Bilan technique et financier de la programmation

## AXE 1 : Animation de l'action collective et mise en place d'une charte du savoir faire

### 1-2- La mise en place de la charte du savoir faire

#### OBJECTIFS

- Elaborer une charte du savoir faire dans laquelle les artisans bouchers s'engagent sur les différents thèmes liés au savoir faire (qualité des produits, accueil, conseil...). Animer la charte et suivre son application sur le terrain.
- Mobiliser la profession autour d'un cahier des charges.
- Identifier le savoir faire et le positionnement des artisans bouchers à travers des outils et des engagements de principe.

L'élaboration et l'animation de la charte qualité du savoir faire des artisans bouchers en Corse pourra être assurée en maîtrise d'ouvrage par la chambre régionale des métiers, avec la profession et avec le concours de la confédération française des bouchers charcutiers traiteurs. Il s'agit de mobiliser la profession autour de 3 vecteurs d'image et de communication :

- L'accueil et la vente,
- La présentation de la viande en rayon (esthétique, lisibilité des étiquettes...),
- La préparation bouchère.

Elle implique une consultation de la profession et un engagement en termes de responsabilité. Cette charte pourra être rédigée en fin d'année 2009 et sera effective dès la rentrée 2010. La Confédération Nationale des artisans bouchers charcutiers traiteurs y apportera un concours précieux. Plusieurs syndicats ont mené ce type d'actions et pourront témoigner de leurs expériences.

La charte sera articulée et déployée sur la base du plan de communication. Les deux actions sont prévues pour commencer dès 2009. Une campagne de communication valorisera les différents objectifs et thématiques de la démarche (affiches, flyers...).

Certaines formations ont été identifiées comme incontournables à la mise en valeur du savoir faire. La formation à l'accueil, à la présentation des rayons, à la préparation bouchère feront partie intégrante de la charte, mais ne seront pas rendues obligatoires pour y adhérer (la question sera traitée au cas par cas suite au diagnostic).

#### DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION

**1)** Un chargé de mission sera mobilisé à mi-temps la première année et un quart temps pour les deux années suivantes. Le profil requis pour l'animation est celui d'agent de développement. Le chargé de mission aura en charge l'élaboration et la rédaction du cahier des charges ainsi que la définition du règlement intérieur. La procédure d'élaboration et de validation s'articule en différentes étapes :

- . Mise en œuvre d'un diagnostic, mobilisation de la profession,
- . Installation d'un comité régional,

- . Publication du règlement intérieur (des modalités d'adhésion et de conventionnement),
- . Démarche de candidature, adhésion à la charte.

La création d'une commission paritaire constituée d'élus de la Chambre Régionale des Métiers, d'élus des syndicats des artisans bouchers de Corse et de personnes qualifiées garantira la concertation des différentes parties. Cette commission permettra aux représentants et membres du syndicat de s'impliquer fortement dans les différentes actions qui seront menées et conduira à mobiliser l'ensemble de la profession durant ces trois prochaines années.

Le comité de pilotage dictera les obligations de chacun et qualifiera les artisans bouchers pour adhérer à la charte. La charte du savoir faire devra préciser en tout état de cause les motifs, l'engagement de l'entreprise (vis-à-vis de la stratégie du savoir faire, du client), les modalités d'adhésion. Des annexes techniques devront être rédigées en fonction de la déclinaison de la charte.

Un dossier d'adhésion devra être proposé et dûment rempli par les artisans bouchers volontaires : ce dossier devra faire apparaître les motivations pour adhérer à la charte, les attentes, les qualifications, la nature des savoirs faire, les objectifs dans lesquels l'artisan s'engage (communication, formation, emploi, hygiène, environnement...). En fonction des critères établis, le comité de pilotage acceptera la candidature de l'artisan-boucher.

**2)** Le recours à un prestataire permettra de seconder le chargé de mission dans la phase d'élaboration et de suivi. Aussi, il permettra de s'assurer de la conformité de la démarche et des procédures associées. Il pourra également établir une interface avec le comité de pilotage sur certains types de vérification (assurant ainsi la neutralité et l'objectivité des décisions). Il établira des recommandations et un bilan annuel du bon fonctionnement de la charte sur les différents aspects évoqués (qualité de produits, conseils, hygiène, emploi, environnement). Il assurera globalement l'évaluation de la charte.

## **RAPPORT AVEC LA STRATEGIE**

La charte du savoir faire s'inscrit parfaitement dans l'idée défendue par la profession de se différencier de la concurrence et de se positionner sur un métier qui repose sur l'expérience et le rapport direct au consommateur. La charte intègre l'ensemble des thématiques susceptibles de développer des axes de progrès en matière d'emploi, de promotion, de positionnement sur le segment marché mais aussi dans les domaines de l'hygiène, l'environnement et la prévention des risques.

## **RESULTATS ATTENDUS**

Cette charte qualité permettra aux artisans bouchers de se fédérer et de se différencier sur le segment marché de GMS. Elle conduit la profession vers l'excellence du métier et du service au client. Elle s'appuie sur un règlement intérieur, un mode de consultation et de cooptation, un engagement de la profession en référence à des pratiques professionnelles et au respect des principes de la charte du savoir faire.

**BENEFICIAIRES**

130 bouchers

**MAÎTRISE D'OUVRAGE**

Chambre régionale des métiers, syndicat des artisans bouchers

**ESTIMATION DES COUTS**

Postes de dépenses	2009	2010	2011	TOTAL
Animateur de la charte qualité	24 200,00	12 100,00	12 100,00	48 400,00
Accompagnement prestataire charte	20 000,00	10 000,00	5 000,00	35 000,00
Frais de déplacement animateur charte	4 715,92	2 357,96	2 357,96	9 431,84
<b>TOTAL</b>	<b>48 915,92</b>	<b>24 457,96</b>	<b>19 457,96</b>	<b>92 832 €</b>

**Plan de financement de l'action (2009-2011)**

Financements publics et autres organismes:		Financements privés :	
CTC (ADEC)	46 416 €	CRMA/Syndicats	46 416 €
EUROPE	-		
AUTRES	-		
<b>TOTAL</b>	<b>46 416 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>46 416 €</b>

**CRITÈRES D'ÉVALUATION**

- Nombre d'artisans ayant adhéré à la charte du savoir faire
- Impact de la charte du savoir faire sur le consommateur : augmentation du Chiffre d'Affaires des artisans bouchers de Corse
- Installation du comité : Liste des membres du comité régional
- Publication du règlement intérieur
- Nombre de réunions et de visites

## **AXE 2 : Mettre en place des actions de communication et un plan marketing**

Le Volet 2 vise à déployer une stratégie de communication et de marketing afin de permettre à la profession boucher d'initier la promotion du métier et d'assurer des opérations marketing sur des segments marchés.

### **2-1- Mettre en place un plan de communication et de promotion**

#### **OBJECTIFS**

En matière de communication, il s'agira de conduire un audit de communication sur la logique de marché et d'établir la logique de l'environnement de communication de la profession. Il s'agira aussi de définir la plateforme stratégique de communication et la formulation du concept : l'identification et l'analyse des cibles, la stratégie retenue, le positionnement retenu, le bénéficiaire consommateur. Concrètement, les actions porteront sur l'élaboration d'une identité visuelle et d'une charte graphique, une déclinaison des supports (différents formats d'impression) : 4 thèmes par an seront déclinés en rapport avec les objectifs de la Charte, un site Internet, une enseigne commune (visuel, fabrication, installation). Cette intervention sera assurée par un prestataire externe.

L'élaboration d'un plan de communication et de promotion de l'artisan-boucher corse est l'élément pivot de la stratégie collective. Cette action s'appuiera sur les différents thèmes de la charte du savoir-faire et impliquera de fait l'ensemble des adhérents.

Les attentes des bouchers vis-à-vis de la mise en place d'une stratégie collective sur le savoir faire reposent avant tout sur une identification commune qui passe concrètement par la mise à disposition d'une enseigne et d'un visuel. Les actions de communication sont perçues comme un moyen de promotion de la profession (pour se différencier de la concurrence, pour attirer des jeunes vers l'emploi, pour se diversifier) auprès de différentes cibles, enfin ils recherchent à travers cette action collective une meilleure perception par la population de la profession.

#### **DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION**

Le plan de communication et de promotion des artisans bouchers de Corse repose sur différents types d'actions et de prestations :

- Création d'une charte visuelle qui puisse être déclinée sur différents supports : logo, enseigne, flyers, autocollants, panneaux...
- Création de support de communication par thématique à raison de quatre thématiques par an (une par trimestre).
- Développer un plan médias et grand public.
- Utiliser les NTIC comme moyen de communication.
- Représenter la profession à travers de l'évènementiel.



## RAPPORT AVEC LA STRATEGIE

Les actions de communication constituent le vecteur de la stratégie au même titre que la formation. C'est à travers les différentes propositions de promotion et l'affichage d'un visuel commun (enseigne...) que la profession véhiculera l'idée du savoir faire, et déclinera les différentes prestations de services (diversification, conseils clients...).

## RESULTATS ATTENDUS

- Améliorer la perception de la profession.
- Se différencier sur le marché vis-à-vis des GMS.
- Valoriser le savoir faire des artisans bouchers.
- Développer des actions thématiques et génériques (grand public) notamment action en direction des jeunes, action 24h chez mon boucher...

## BENEFICIAIRES

Les artisans bouchers adhérents de la charte

## MAÎTRISE D'OUVRAGE

Chambre régionale des métiers, syndicat des artisans bouchers

## ESTIMATION DES COUTS

Postes de dépenses	2009	2010	2011	TOTAL
Prestataire identité visuelle et graphique	57 980,00	28 990,00	28 990,00	115 960,00
Impressions	18 500,00	9 250,00	9 250,00	37 000,00
Panneaux routiers	6 000,00	3 000,00	3 000,00	12 000,00
Mobilier d'exposition	5 000,00	2 500,00	2 500,00	10 000,00
Création site Internet	7 000,00	3 500,00	3 500,00	14 000,00
Enseignes	27 880,00	13 040,00	9 780,00	50 700,00
Mise en œuvre de la stratégie de communication	10 000,00	10 000,00	10 000,00	30 000,00
<b>TOTAL</b>	<b>132 360 €</b>	<b>70 280 €</b>	<b>67 020 €</b>	<b>269 660 €</b>

### Plan de financement de l'action (2009-2011)

Financements publics et autres organismes:		Financements privés :	
CTC (ADEC)	134 830 €	CRMA/Syndicats	134 830 €
EUROPE	-		
AUTRES	-		
<b>TOTAL</b>	<b>134 830 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>134 830 €</b>

**CRITÈRES D'ÉVALUATION**

- Nombre de thèmes présentés par année
- Nombre d'opérations (dont enseignes installées)
- Evolution du % de parts de marchés
- Evolution du % du CA
- Nombre et type de prestations (fréquence et nature des achats)
- Nombre de candidature
- % d'emplois créés

## AXE 2 : Mettre en place des actions de communication et un plan marketing

### 2-2- Mettre en place un plan marketing

#### OBJECTIFS

En matière de marketing, il s'agira de mener une étude de positionnement, d'évaluation de parts de marchés, d'étude d'image et d'impact ainsi que de mise en œuvre d'actions adaptées aux cibles identifiées. Des études qualitatives et des opérations de marketing par secteur sur la base d'interviews semi directifs, réunions de groupe consommateurs et des entretiens individuels seront menées. Cette intervention pourra être assurée par un prestataire externe. La mise en place d'un plan marketing de la profession a pour objectif d'apprécier l'impact de la campagne de communication sur les consommateurs et d'évaluer les parts de marchés des publics cibles. Il s'agira de réaliser en année « 1 » une pré-étude et une évaluation post campagne de communication, en années « 2 » et « 3 » des évaluations des actions menées par la profession.

#### DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION

Ce plan marketing se traduit par des études qualitatives et des opérations de marketing par secteur :

- Des études qualitatives sur base d'interviews semi-directifs et réunions de groupe consommateurs (avec possibilité de créer deux groupes : population rurale et population urbaine), pour apprécier la motivation qualitative par rapport à la viande, l'image de la boucherie en Corse, la typologie des clientèles des boucheries en Corse et définir les leviers de la Communication :
  - définition des objectifs et contraintes
  - définition des publics
  - recrutement de participants par organisme spécialisé
  - animation et analyse
- Des études documentaires existantes, exemples CIV, Office de l'élevage, autres données de types INRA et sondages réalisés, ADEC et Chambres des Métiers.
  - Etudes quantitatives
  - Evaluation actions
- Des entretiens individuels avec les restaurateurs
  - Bilan et évaluation actions de marketing et de communication, mesure de l'efficacité en années 1.2 & 3 (sur une base 300 personnes).
- Des opérations de Marketing par secteurs seront également réalisées : Ces opérations viseront différents publics cibles (scolaires, parents d'élèves, chefs, restaurateurs...). Elles comprennent l'étude de positionnement, l'évaluation de parts de marchés, l'étude d'image et d'impact, la mise en œuvre d'actions adaptées aux cibles. Ces opérations seront l'occasion de rechercher des partenariats.

## RAPPORT AVEC LA STRATEGIE

Les actions marketing devraient permettre de déployer des opérations par secteur et par cible afin de relayer les actions de promotion et de communication sur le savoir faire des artisans boucher.

## RESULTATS ATTENDUS

Mettre en place les actions marketing sur des cibles de consommateurs et gagner des parts de marché sur les Grandes et Moyennes Surfaces.

## BENEFICIAIRES

Artisans bouchers

## MAÎTRISE D'OUVRAGE

Chambre régionale des métiers, syndicat des artisans bouchers

## ESTIMATION DES COUTS

DEPENSES DU PROJET				
Postes de dépenses	2009	2010	2011	TOTAL
Marketing	40 000,00	15 550,00	16 450,00	72 000,00

### Plan de financement de l'action (2009-2011)

Financements publics et autres organismes:		Financements privés :	
CTC (ADEC)	36 000 €	CRMA/Syndicats	36 000 €
EUROPE	-		
AUTRES			
<b>TOTAL</b>	<b>36 000 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>36 000 €</b>

## CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Nombre d'opérations
- Evolution du % de parts de marchés
- Evolution du % du CA
- Nombre et type de prestations (fréquence et nature des achats)
- Nombre de candidature
- % d'emplois créés

## AXE 3 : L'emploi et la formation

Le volet 3 consacre la mise en œuvre des outils de perfectionnement et l'accompagnement de la profession vers de modes de gestion des ressources humaines dans le but de consolider et de déployer les activités. Il s'agit aussi de promouvoir le métier et de favoriser l'évolution des carrières et des effectifs. Ainsi, des actions de formation (école de la viande), de sensibilisation, d'accompagnement à la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences et de communication seront mises en œuvre.

### 3-1- Accompagner les artisans bouchers dans la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC)

#### OBJECTIFS

Le secteur est créateur d'emplois, le métier est en tension, néanmoins les embauches restent modérées faute de public, particulièrement chez les jeunes (moins de cinq apprentis en 2007). Un effort d'anticipation devra être mené sur le devenir de la profession : 1/3 des artisans bouchers de Corse seront concernés par la transmission d'entreprises dans les 10 prochaines années. Peu d'artisans bouchers de Corse sont sensibilisés dans la mise en œuvre de démarches d'amélioration de la gestion des ressources humaines. L'objectif est de mettre en place une action qui favorise le développement des emplois et des compétences en facilitant :

- la prise en compte par les artisans bouchers des ressources humaines,
- l'attractivité de la branche auprès des personnes à la recherche d'un emploi,
- la fidélisation des salariés,
- l'augmentation des compétences des gérants et des salariés et la qualité des prestations,
- une organisation de l'entreprise adaptée à l'atteinte de ces objectifs,
- la mise en œuvre d'une éventuelle stratégie pour la gestion des carrières et la transmission des entreprises.

#### DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION

Au regard de ces constats, il apparaît qu'un travail de sensibilisation auprès des artisans bouchers doit être engagé :

- pour permettre aux artisans d'analyser leurs pratiques en matière de gestion des ressources humaines et de mettre en place une véritable gestion prévisionnelle des emplois et des compétences,
- pour permettre aux salariés d'être associés aux évolutions de l'activité : bénéficier d'une appréciation régulière de leurs compétences et d'une prise en compte de leurs souhaits d'évolution professionnelle, se voir proposer un plan de formation adéquat ou tout simplement assurer le maintien dans l'emploi au regard de l'évolution des marchés,
- pour revaloriser les métiers de l'artisan boucher grâce d'une meilleure image et d'une meilleure qualité de travail, en vue d'attirer plus de jeunes vers le métier.

## RAPPORT AVEC LA STRATEGIE

La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences répond à des problématiques de recrutement et de gestion des effectifs mais aussi à des problématiques en termes de formation et de perfectionnement dans l'emploi.

## RESULTATS ATTENDUS

Les résultats s'apparentent à la pérennisation des emplois existants, au recrutement de jeunes, au développement de l'apprentissage qui tend à diminuer. La GPEC doit permettre d'entrevoir des perspectives de développement et de gestion.

## BENEFICIAIRES

Artisans bouchers

## MAÎTRISE D'OUVRAGE

Chambre régionale des métiers, syndicat des artisans bouchers

## ESTIMATION DES COUTS

DEPENSES DU PROJET				
Postes de dépenses	2009	2010	2011	TOTAL
Formations/sensibilisation GPEC	40 000 €	20 000 €	20 000 €	80 000 €

### *Plan de financement de l'action (2009-2011)*

Financements publics et autres organismes:		Financements privés :	
CTC (ADEC)	-	CRMA/Syndicats	20 000 €
EUROPE	-		
AUTRES	60 000 €		
<b>TOTAL</b>	<b>60 000 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>20 000 €</b>

## CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Nombre d'emplois créés
- Nombre d'apprentis
- Nombre de projets de recrutement
- Nombre de projets d'évolution de carrière
- Nombre de projets d'investissement liés à la modernisation ou à la diversification
- Nombre d'actions dans le domaine de la transmission d'entreprises

## AXE 3 : L'emploi et la formation

### 3-2- La formation

#### OBJECTIFS

- Consolider et déployer de nouvelles activités
- Monter en qualité et technicité
- Véhiculer une bonne image de l'artisan-boucher auprès des consommateurs
- Sensibiliser et former la profession au développement durable
- Conforter leurs connaissances en matière d'hygiène et de sécurité

#### DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION

La formation des artisans bouchers de Corse sera dans le cadre de cette action collective déployée de façon prioritaire autour des thématiques suivantes :

- Formation à l'accueil et à la vente
- Formation à la préparation bouchère (formation par le meilleur ouvrier de France)
- Formation à la présentation des rayons, à l'agencement, à l'étalage de la viande
- Formation à la prévention des risques, au secourisme, à l'adaptation des conditions de travail (santé et travail)
- Formation à l'HACCP et suivi en entreprise (mise en place d'un plan de maîtrise sanitaire)
- Formation à l'environnement et au développement durable (économie d'énergie, eau...).

Certaines formations pourront être mises en place à la suite de pré-diagnostic. Les formations de désossage, de découpe, de prévention des risques, d'hygiène pourront être assurées sur trois sites par an (à raison d'une journée par site) en partenariat avec la confédération nationale des artisans bouchers et la chambre régionale des métiers et de l'artisanat de Corse. Les formations au développement durable pourront notamment prendre appui auprès du CNIDEP. Un plan de formation sera élaboré dans le cadre de la mise en place de la GPEC. L'OPCA sera sollicitée au titre du fonds de formation

#### RAPPORT AVEC LA STRATEGIE

Il s'agit de permettre aux artisans bouchers de se projeter dans leur activité et de déployer les actions en lien avec la stratégie collective qui vise notamment à consolider la pratique professionnelle et concourir à la diversification des métiers de la viande.

#### BENEFICIAIRES

Artisans bouchers

**MAÎTRISE D'OUVRAGE**

Chambre régionale des métiers

**ESTIMATION DES COUTS**

<b>DEPENSES DU PROJET</b>				
<b>Postes de dépenses</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>TOTAL</b>
Formation accueil	27 000 €	18 209 €	17 581 €	62 790 €
Formation agencement	32 184 €	21 689 €	16 092 €	69 966 €
Formation Bouchère	8 970 €	8 970 €	8 970 €	26 910 €
Formations environnement	31 096 €	15 548 €	15 548 €	62 192 €
formation à la prévention des risques	37 080 €	33 486 €	21 527 €	92 092 €
Formation à l'hygiène	25 116 €	12 558 €	12 558 €	50 232 €
Frais de déplacement formations	17 700 €	8 850 €	8 850 €	35 400 €
<b>TOTAL</b>	<b>179 146 €</b>	<b>119 310 €</b>	<b>101 126 €</b>	<b>399 582 €</b>

**Plan de financement de l'action (2009-2011)**

<b>Financements publics et autres organismes:</b>		<b>Financements privés :</b>	
CTC (ADEC)	-	CRMA/Syndicats	-
EUROPE	-		
AUTRES	399 582 €		
<b>TOTAL</b>	<b>399 582 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>-</b>

**CRITÈRES D'ÉVALUATION**

- Nombre d'emplois créés
- Nombre d'apprentis
- Nombre de projets de recrutement
- Nombre de projets d'investissement liés à la modernisation ou à la diversification
- Nombre d'actions dans le domaine de la transmission d'entreprises



## AXE 4 : Favoriser le respect de l'environnement et la gestion des déchets

### OBJECTIFS

Sensibiliser la profession au respect de l'environnement et engager des solutions dans le cadre d'un consensus en vue de respecter les obligations réglementaires et proposer des actions innovantes en matière de développement durable.

Ainsi ce volet explore la thématique du développement durable et intègre dans la stratégie collective des actions de sensibilisation (formation notamment) et de communication à l'environnement, d'accompagnement par la mise en œuvre de pré-diagnostic, des études d'ingénierie et des démarches d'animation en vue de trouver une solution en matière de gestion des déchets carnés.

L'organisation d'un séminaire « boucher propre » permettrait d'initier des actions innovantes en matière de respect de l'environnement et de démultiplier les actions de promotion. Les actions de communication seront déployées d'une part dans le cadre de la charte du savoir faire mais aussi dans le cadre d'autres projets favorisant le respect de l'environnement par la profession (en dehors de la programmation initiale).

L'action collective des artisans bouchers de Corse contribuera aux économies d'énergies et de consommation d'eau et participera ainsi au développement durable et au respect du plan climat 2004. L'idée est de proposer des pré-diagnostic de consommations, des formations spécifiques et d'établir des recommandations auprès de la filière.

### DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION

L'opération se décline de la façon suivante :

- Etude de faisabilité « déchets »
- Pré-diagnostic SME (Système de Management Environnement)
- Formation à l'environnement (cf. axe 3.2)
- Animation de la filière (cf. axe 1)

Plus précisément, il est proposé dans le cadre de l'action collective d'initier des pré-diagnostic environnementaux.

Ces pré-diagnostic permettront aux artisans bouchers de Corse d'avoir un bilan personnalisé de leur activité et ainsi de vérifier la légalité des pratiques, d'identifier les priorités et de se voir proposer un plan d'action pour améliorer la situation environnementale.

Le pré-diagnostic « environnement » permettra de faire le point sur l'énergie, l'eau, les déchets dits banals et d'autres problèmes liés à l'utilisation de produits non respectueux de l'environnement...

Qu'il s'agisse de s'organiser pour éliminer des déchets, d'envisager des systèmes de dépollution ou de répercuter les coûts environnementaux à ses clients, il est indispensable d'acquérir des notions théoriques et réglementaires sur ce sujet, mais aussi d'avoir un bilan de sa situation personnelle. Les actions de sensibilisation et de formation auprès des artisans bouchers sont incontournables.

### **La gestion des déchets des artisans bouchers**

La problématique des déchets s'inscrit comme un des thèmes majeurs de l'action collective. Outre les actions de sensibilisation à l'environnement, il s'agit dans ces opérations de déployer des solutions concernant les déchets suivants : os, suif, matériaux à risque spécifiés.

#### Quatre actions sont identifiées :

Tout d'abord, la mise en œuvre d'**une étude de faisabilité** concernant les déchets carnés est un préalable indispensable. L'inscription de cette étude dans l'action collective des artisans bouchers permettrait une implication des professionnels et des partenaires institutionnels afin de trouver à court terme une solution opérationnelle et efficiente.

Cette étude de faisabilité se décomposera en 3 phases :

- repérage des gisements,
- détermination des scénarii
- programme technique et financier.

Cette mission sera assurée par un prestataire externe.

### **Une formation de sensibilisation à la gestion des déchets<sup>1</sup>**

L'objectif d'une formation auprès des artisans bouchers de Corse est d'acquérir des connaissances sur les déchets, les filières d'élimination, les opérations et les aides existantes ainsi que les modalités de répercussion des coûts aux clients.

- Quelle est la réglementation à connaître en matière de déchets ?
- Quels sont les avantages commerciaux d'une bonne gestion des déchets et les économies à réaliser ?
- Comment gérer vos déchets d'un point de vue technique, humain et financier ?

Cette formation pourra être dispensée par la Chambre régionale des métiers de Corse avec l'appui du CNIDEP. Le coût de la formation dispensée par le CNIDEP est de 250 € jours (hors transport).

**L'organisation d'un séminaire « environnement et déchets »** : un défi pour les artisans bouchers et le secteur alimentaire avec en optique l'intégration de critères environnementaux dans la charte de gestion des déchets « le boucher propre » (intitulé provisoire) en région Corse.

---

<sup>1</sup> Cf. axe 3.2.

**L'animation de la filière de collecte et de valorisation des déchets<sup>2</sup>** à l'issue du séminaire aura pour objectif de poursuivre les efforts entrepris dans ce domaine et mesurer les progrès. Cette animation est intégrée à l'animation collective globale assurée par la Chambre Régionale des Métiers. Les prestations d'organisation pourront être réalisées par un prestataire externe.

## RAPPORT AVEC LA STRATEGIE

Comme de nombreuses professions, l'artisan boucher est confronté à des problématiques de consommation et de gestion des déchets. La Charte du savoir faire intègre l'implication de la profession dans le développement durable et dans la recherche de solutions. Deux problématiques apparaissent dans l'étude: la gestion des déchets carnés, la maîtrise de la consommation (énergétique, eau, déchets banals).

## RESULTATS ATTENDUS

- Trouver une solution dans la collecte et la valorisation des déchets carnés.
- Initier une sensibilisation de la profession à la maîtrise de la consommation et au développement durable.

## BENEFICIAIRES

Artisans bouchers

## MAÎTRISE D'OUVRAGE

Chambre régionale des métiers

## ESTIMATION DES COUTS\*

<b>DEPENSES DU PROJET</b>				
<b>Postes de dépenses</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>TOTAL</b>
Études déchets	60 000 €	-	-	60 000 €
Pré diagnostic environnement si prestation externe	26 400 €	22 000 €	22 000 €	70 400 €
Séminaire bouchers propres	-	5 000 €	-	5 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>86 400 €</b>	<b>27 000 €</b>	<b>22 000 €</b>	<b>135 400 €</b>

<sup>2</sup> Cf. axe 1

**Plan de financement de l'action (2009-2011)**

Financements publics et autres organismes:		Financements privés :	
CTC (ADEC)	-	CRMA/Syndicats	27 080 €
EUROPE	-		
ADEME/OEC/DIREN	108 320 €		
<b>TOTAL</b>	<b>108 320 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>27 080 €</b>

**CRITÈRES D'ÉVALUATION**

- Nombre de personnes sensibilisées
- Projection des économies énergétiques réalisées (en kw), maîtrise de la consommation d'eau
- Nombre de personnes auditées dans le cadre des diagnostics
- Nombre de personnes formées à l'environnement
- Mise en place d'une solution déchets
- Nombre d'actions de communication sur l'environnement et la profession d'artisan boucher
- Identification des matériaux utilisés (avant/après l'action)

## AXE 5 : Assurer le respect des règles d'hygiène

### OBJECTIFS

La quasi-totalité des artisans bouchers de Corse ont suivi une formation à l'Hygiène (HACCP). Pour autant, la mise en place d'un plan de maîtrise sanitaire est peu fréquente. Il s'agira de s'assurer de la mise à disposition et de l'utilisation du guide de bonnes pratiques et de l'accompagnement de la profession à la mise en place d'un plan sanitaire.

### DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION

Il s'agit de poursuivre les actions de formation à l'hygiène, favoriser l'utilisation du guide de bonnes pratiques et la mise en place d'un plan sanitaire. A cette fin, une mesure incitative est proposée à travers la prise en charge des analyses bactériologique (prélèvement, analyse et autocontrôle) sur un panel d'artisans bouchers.

Plus précisément, afin d'aider les artisans Bouchers Charcutiers Traiteurs à respecter leurs obligations en matière de réglementation hygiène, la CFBCT<sup>3</sup> a décidé la rédaction d'un Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène Boucherie. Cet outil a été réalisé par des professionnels en activité, représentants de différentes régions et donc de différents savoir-faire. La CFBCT a en fait participé à la rédaction de quatre guides du secteur artisanal des viandes et produits à base de viande.

L'application de ce guide permettra à l'artisan boucher :

- de disposer de moyens pour maîtriser l'hygiène de son entreprise,
- de dialoguer plus facilement avec les contrôleurs,
- de vendre de la viande et autres produits, en quantité limitée, à des restaurateurs, associations, cantines... dans le cadre d'une dérogation à l'obligation d'agrément (déclaration à retirer auprès de la Direction des Services Vétérinaires).

Il s'agira aussi de proposer une formation à l'hygiène en direction des gérants avec un module proposé auprès des salariés. Une formation à l'hygiène se déroule sur une journée (525 Euros la journée - hors transport)<sup>4</sup>.

Enfin une mesure incitative favorisera l'application des procédures d'autocontrôle et la mesure du respect réglementaire et des recommandations à venir auprès de la profession.

Ainsi, un panel de 80 bouchers fera l'objet d'un prélèvement et d'une analyse sur un tirage aléatoire (plats cuisinés, autres préparations de viande) y compris le dénombrement de listeria monocytogènes. Ce prélèvement aura lieu trois fois par an (pour l'année 2009). Un autocontrôle sera pratiqué à partir de lames de surface pour numération des germes de surfaces. Ces analyses seront réalisées par les

<sup>3</sup> Confédération Française de la Boucherie Charcuterie et Traiteurs

<sup>4</sup> Cf. Axe 3.2

laboratoires des départements (conseil général) dans le cadre d'une prestation externe.

## RAPPORT AVEC LA STRATEGIE

Il s'agit dans cette stratégie d'assurer les conditions en matière d'hygiène et de garantir la qualité du service et du produit des artisans bouchers de Corse.

## RESULTATS ATTENDUS

Initier une mesure incitative et des actions de sensibilisation afin de garantir l'utilisation de guide bonne pratique et de mettre en place un plan sanitaire et son suivi.

## BENEFICIAIRES

Artisans bouchers

## MAÎTRISE D'OUVRAGE

Chambre régionale des métiers, syndicat des artisans bouchers

## ESTIMATION DES COUTS

<b>DEPENSES DU PROJET</b>				
<b>Postes de dépenses</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Achat du guide de bonne pratique</b>	3 500 €	-	-	3 500 €
<b>Prélèvement analyse et autocontrôle pour 80 bouchers/an</b>	19 120 €	19 120 €	19 120 €	57 360 €
<b>TOTAL</b>	<b>22 620 €</b>	<b>19 120 €</b>	<b>19 120 €</b>	<b>60 860 €</b>

### *Plan de financement de l'action (2009-2011)*

<b>Financements publics et autres organismes:</b>		<b>Financements privés :</b>	
CTC (ADEC)	30 430 €	CRMA/Syndicats	30 430 €
EUROPE	-		
AUTRES	-		
<b>TOTAL</b>	<b>30 430 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>30 430 €</b>

## CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Nombre de formations réalisées (présentiel)
- Evaluation des résultats des prélèvements bactériologique et des mesures d'autocontrôle
- Nombre de plans sanitaires (partiel, complet) mis en place par boucher

## AXE 6 : Respect des règles de sécurité et adaptation aux conditions de travail

### OBJECTIFS

Il s'agit de sensibiliser la profession aux règles de sécurité et de prévention, de proposer des stages spécifiques (ex : secourisme...) et de sensibiliser la profession à l'adaptation des conditions de travail et aux modalités de mise en œuvre en vue de diminuer la pénibilité au travail et les pathologies récurrentes ou aiguës (douleur ostéo-articulaire, lombalgie...)

### DESCRIPTIF DE L'OPÉRATION

Deux orientations sont à retenir :

- Les conditions de travail : la réalisation de diagnostic permettra de repérer les principales adaptations à mettre en œuvre dans cette filière. La capitalisation des expériences se traduira pas la réalisation d'un film qui pourra être présenté lors de différentes manifestations. Enfin, des séminaires micro-régionaux d'information et de sensibilisation seront organisés sur le territoire.
- La prévention des risques : poursuivre les formations délocalisées à la prévention des risques et plus particulièrement sur des thèmes spécifiques : brevet de secourisme, affilage des couteaux, conformité des machines.

### RAPPORT AVEC LA STRATEGIE

La sensibilisation de la profession aux risques et conditions de travail fait partie intégrante de la stratégie dans la recherche d'une démarche soucieuse du respect des contraintes réglementaires et des initiatives locales qui prédisposent les artisans bouchers à travailler en sécurité en adoptant des conditions de travail adaptées.

### RESULTATS ATTENDUS

- Sensibilisation et information des artisans bouchers
- Diminution des accidents au travail, des pathologies liées à l'activité répétitive

### BENEFICIAIRES

Artisans bouchers

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

Chambre régionale des métiers, syndicat des artisans bouchers

## ESTIMATION DES COUTS

Postes de dépenses	2009
Pré diagnostic condition de travail	45 000 €
Réalisation d'un film	15 000 €
organisation séminaire	5 000 €
	65 000 €

### *Plan de financement de l'action (2009-2011)*

Financements publics et autres organismes:		Financements privés :	
CTC (ADEC)	45 000 €	CRMA/Syndicats	4 000 €
EUROPE	-		
ANACT	16 000 €		
<b>TOTAL</b>	<b>61 000 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>4 000 €</b>

## INDICATEURS D'EVALUATION

- Nombre de formations
- Nombre de diagnostics
- Nombre de programmes liés à de l'investissement
- Diminution des accidents au travail
- Diminution des pathologies