



NOUVEAUTÉS L

Les salaisons Henri Raffin montent en gamme

La PME savoyarde continue à structurer son offre avec des produits qualitatifs. Surfant sur la notoriété des salaisons de Savoie, elle vise le marché national.

La sortie de l'hiver se fera par le haut pour le salaisonnier savoyard Henri Raffin. La PME familiale dirigée par Georges Raffin propose une stratégie de plus en plus cohérente face aux marques nationales: « *Au travers de l'évolution des conditions de commercialisation qui ont conduit à un écrémage en rayon, nous avons voulu proposer des offres premium et séduire des consommateurs avec un bon pouvoir d'achat.* »

Les acheteurs et les chefs de rayon découvrent les nouveautés 2010, avec, sans doute, la satisfaction de voir des références capables de tirer le marché vers le haut. Mais Georges Raffin n'a pas non plus envie de jouer les divas. L'une des principales nouveautés, le jambon de Savoie prétranché en sel réduit, est proposée à 28,70 € le kg. « *Soit 20 % moins cher que la marque leader, avec un vrai potentiel.* »

Ambitieux et créatif

Le prétranché est devenu un axe stratégique de la PME, qui capitalise sur son savoir-faire en chiffonnade pour proposer un jambon de Savoie de douze mois d'affinage, tranché à la main. C'est en fait une gamme complète qui

débarque avec le jambon de Savoie en sel réduit, le jambon bio, le saucisson, la viande séchée et un plateau dégustation. Dans son emballage noir, la nouvelle référence de saucisson de Savoie complète l'orientation vers des produits premium. Avec sa recette 100 % jambon, ce produit entre directement en concurrence avec des offres similaires, comme la spécialité de noix de Jambon proposée par Aoste. C'est d'ailleurs face aux intervenants nationaux, sur un axe très qualitatif, que Raffin est bien décidé à s'imposer.

La montée en gamme n'exclut pas le renforcement sur des marchés « *difficiles* », comme le pâté, ou sur des segments incontournables, tel le snacking. Sur le pâté, la PME propose de nouvelles recettes, plus riches, et développe des terrines en duo de 40 g à 1 €. Le snacking, qui dispose aussi d'une offre à 1 €, voit arriver les Sauci Pocket remplies de minibûchettes pour le libre-service et des conditionnements pour le frais emballé. Ambitieux et créatif, le salaisonnier vise à sortir d'un marché régional dont il veut aussi assumer le leadership.■

L'ESSENTIEL

20 M € de CA en 2009 (-7 % versus 2008), dont 5 % à l'export
+10 % objectif de CA 2010
2500 tonnes par an de produits finis
Répartition de la production
 50 % saucisson sec
 20 % jambon
 20 % saucisserie
 10 % terrine

VINCENT RIBEROLLES