

CLERMONT, LA PÉPITE DE JEAN FLOC'H

- Clermont (35) est spécialisé dans la découpe et les élaborés de porc.
- La filiale de Jean Floc'h propose de nombreuses recettes originales.

Depuis 1985, les salaisons Clermont sont une filiale du groupe Jean Floc'h, l'un des leaders du porc en France. Pour autant, l'entreprise créée en 1965 fonctionne toujours sur le modèle d'une Pme, avec une forte autonomie. Il en résulte une belle créativité et une touche charcutière revendiquée dans la finition de ses élaborés.

Pour la saison hivernale, Clermont, spécialiste du porc (avec aussi un peu de volaille et de bovin), a ainsi lancé trois nouveaux élaborés originaux : champignons farcis au porc et au tofu, paupiettes au chèvre et aux noix avec marinade au miel, cassolettes montagnardes à l'emmental (2 x 160 g) et, pour le trad, rôti farci aux mandarines, aux groseilles et au miel. Sur son site de 8 500 m² situé à Liffré près de Rennes, Clermont n'abat pas mais produit environ 10 000 tonnes de viande. « Nos volumes sont en hausse régulière de 5 à 10 % par an, ils ont augmenté de 50 % en treize ans », se félicite Éric Lecordier, directeur de l'entreprise (228 employés dont 70 intérimaires).

CHIPOLATAS AU FROMAGE

Les carcasses de porc (100 % français) sont livrées par Jean Floc'h. « Nous travaillons uniquement à partir de carcasses entières : nous en découpons 250 par jour », souligne Éric Lecordier. Ce qui explique la palette très large de ses productions. Toute la carcasse est valorisée. En charcuterie-traiteur, Clermont propose salades,



Clermont produit de nombreux élaborés de porc originaux. Ici, ses nouvelles paupiettes au chèvre, au miel et aux noix (4 x 160 g).

Une nouvelle gamme rôtisserie LS de viandes cuites et braisées est lancée.

Ici, des jambonneaux, en barquette sous at micro-ondable (600 g).



L'entreprise a aussi dans sa besace des filières porc segmentées :

Bleu Blanc Cœur, sans antibiotique, nourri à la farine d'orge.



jambons cuits, saucisses, saucissons, andouillettes, pâtés et terrines, tripes, kits choucroute prêts à réchauffer, etc.

En boucherie (trad et LS), outre la découpe de porc (depuis la carcasse entière jusqu'aux côtes), sa gamme couvre le demi-sel, le cru fumé, la rôtisserie, la saucisserie, les grillades estivales, les farcis, les paupiettes (sans nitrites ajoutés), les ribs, etc. Avec bien souvent des recettes sortant du lot : saucisses au muscadet ou au bleu, chipolatas au fromage, à l'indienne ou au piment d'Espelette, brochettes de dinde marinée à la créole avec morceaux d'ananas (sur pic inox pour le trad). Sans oublier d'étonnants tortillons

marinés à la mexicaine, taillés dans la poitrine. « C'est une brochette conçue pour les enfants, on s'est inspirés de la forme allongée des berlingots », explique Éric Lecordier.

CHEZ COSTCO

A la rentrée, l'entreprise a franchi une étape supplémentaire dans sa montée en puissance sur les élaborés avec une nouvelle gamme rôtisserie LS, des viandes cuites et braisées, conditionnées en barquettes sous at micro-ondables : jambonneau, poitrine, palette, travers, oreille, pied, jarret (PVC indicatif : 8,70 à 14,25 €/kg pour 400 g à 1 kg).

Autre atout de Clermont : ses partenariats avec des groupements d'éleveurs sur des filières segmentées : Bleu Blanc Cœur, porc normand sans antibiotique (à partir du sevrage), porc nourri à la farine d'orge. « Il y a une réelle différence : la farine d'orge apporte une qualité de gras, moins de perte en eau et garantit une viande tendre après cuisson », explique Yannis Levieux, chef des ventes GMS. « Nous découpons chaque semaine 1 200 porcs charcutiers VPF, 150 carcasses de porc Bleu Blanc Cœur, 80 de porc normand sans antibiotique et autant de porc à la farine d'orge », détaille Éric Lecordier.

Si l'entreprise reste discrète sur ses ventes (dernier chiffre d'affaires déposé : 37 M€ en 2015), selon nos informations, elle est principalement présente chez Leclerc, Carrefour, U, Intermarché et Leader Price. Ses élaborés de porc Bleu Blanc Cœur ont été choisis par Costco à Villebon-sur-Yvette. « Nous réalisons l'essentiel de nos ventes dans le grand Ouest mais nous cherchons à développer aussi notre présence dans toute la France », explique Yannis Levieux. La grande distribution représente environ la moitié de ses débouchés. ●

FRÉDÉRIC CARLUER-LOSSOUARN