TEYSSIER SALAISONS

Déficelage des chaudins après affinage.

« Nous observons les tendances qui se dessinent en France et à l'étranger et nous nous employons le plus possible à sortir des sentiers battus. »

Préserver les traditions charcutières de l'Ardèche. Telle est la mission que s'est donnée la maison Teyssier, productrice de saucissons secs et salaisons depuis 1871. *« Nous sommes les derniers à travailler, comme il y a un siècle, avec des recettes d'origine. Nous sommes respectueux de l'héritage de nos anciens »*, revendique avec fierté Stéphane Teyssier, directeur commercial. Il est d'ailleurs convaincu que ce *« respect des valeurs d'origine »* a permis et permettra à l'entreprise de subsister aux bouleversements que la profession a connus et qu'elle connaîtra encore.

Tout a débuté il y a plus de cent trente ans avec Victorin Teyssier qui a créé une boucherie-charcuterie dans le centre-ville de Saint-Agrève. En rayon, des produits traditionnels – saucissons secs, jambons secs, rosettes – dont la renommée s'étend rapidement au-delà du canton en raison d'une clientèle composée de nombreux touristes. Au fil du temps, les productions se sont diversifiées – conserves de viande, charcuterie cuite – et ont commencé à alimenter le circuit traditionnel des boucheries-charcuteries et épiceries fines. Dans les années 1960, le site de production a déménagé à Clavière, à deux kilomètres du village. Le magasin de Saint-Agrève est conservé et constitue une *« belle vitrine de la marque, où tous les produits sont représentés »* – une boutique a également été créée au Cheylard en 2002.

Aujourd'hui, le commerce traditionnel reste le débouché principal – 80 % du chiffre d'affaires – des produits Teyssier. Cette part très significative fait de l'entreprise le quasi-fournisseur officiel puisque, dans le département, elle est la seule à évoluer sur ce circuit et, au niveau hexagonal, elle rivalise avec seulement trois autres enseignes. Les salaisons Teyssier sont distribuées dans quelque trois mille boucheries-charcuteries-traiteurs, et épiceries fines réparties sur toute la France. Un créneau qui donne du fil à retordre à la société plus que centenaire : *« Nous survivons non sans difficulté. Le circuit traditionnel de distribution a littéralement éclaté. En vingt ans, le nombre de boucheries-charcuteries, en France, a fondu de 40 000 à 20 000 »*, précise le représentant de la cinquième génération Teyssier. À ce constat, s'ajoute une tendance au monopole tant de la distribution que de la

fabrication des salaisons : *« Près de 50 % de la charcuterie française et européenne sont aux mains de grands groupes, comme le groupe Smithfield qui détient des marques telles qu'Aoste, Justin Bridou, Jean Caby, Cochonou etc. Nous avons du mal à nous battre face à ces grosses enseignes »*. Sans oublier la consommation de charcuterie qui connaît un déclin sérieux en raison, notamment, de messages de santé qui accompagnent toute publicité, clouant au pilori ces mets salés.

Pour faire face à ces mouvements de fond, la maison Teyssier met en avant ses *« valeurs, garde le cap de la qualité et maintient l'authenticité coûte que coûte »*. Ainsi a-t-elle protégé son savoir-faire par l'obtention, sur ses saucissons secs et jambons secs, d'une Indication Géographique de Provenance (IGP) en 2005, et d'un label « produit de montagne » en 2006. Elle privilégie également l'innovation en diversifiant ses gammes. Pas moins de deux nouveaux produits sont créés chaque année. *« Nous nous déplaçons énormément, nous observons les tendances qui se dessinent en France et à l'étranger. Nous essayons au maximum de sortir des sentiers battus »*, avance Stéphane Teyssier. C'est ainsi que d'une rencontre avec un paludier – personne qui travaille aux marais salants – à Noirmoutier, il y a quatre ans, est née l'idée d'un saucisson aux sels marins : *« L'idée est apparue comme saugrenue. Ce n'était pas gagné d'avance mais nous avons tenté et avons réalisé un vrai carton ! »*, se souvient-il avec plaisir.

Le pari de la maison Teyssier consiste aussi à marier la tradition avec des saveurs plus originales. Il en va ainsi du saucisson au roquefort AOC des Causses, du saucisson au piment d'Espelette AOC, etc. L'entreprise adapte également ses produits aux modes gastronomiques du moment en développant, par exemple, des gammes d'extra-maigre. En outre, elle s'oriente vers des gammes plus cuisinées en fusionnant divers ingrédients. Ainsi, le traditionnel pâté de campagne cède-t-il la place à la terrine de blanc de poulet à l'estragon ou à la mousse de foie de volaille aux figues et châtaignes, des mélanges sucré/salé sont développés, etc. Une émulation qui fait la force de ce *« petit parmi les grands »* : *« C'est nous qui innovons. Ensuite, les plus grandes enseignes nous copient. C'est notre seul terrain de bataille »*.

Embossage et tressage des boudins blancs.

Parage des viandes fraîches.

Autre évolution majeure : la société a diversifié ses marchés. Elle a créé une activité export – Allemagne, Angleterre, Benelux, Scandinavie, toujours dans l'épicerie fine –, qui compte pour 5 à 8 % du chiffre d'affaires. Depuis une dizaine d'années, elle s'est aussi lancée dans une activité de comité d'entreprise. En partenariat avec une vingtaine de fabricants de produits traditionnels ardéchois, elle propose aux directions commerciales, aux comités d'entreprises et aux collectivités de leur concocter des paniers cadeaux – des colis de Noël par exemple – qui rapportent également entre 5 et 8 % du chiffre d'affaires.

Pour ce qui est des projets, Stéphane Teyssier préfère taire pour l'instant *« les deux ou trois idées qui pourraient faire mouche à la fois dans les formes et les saveurs »*. D'ailleurs, il s'interroge toujours sur l'avenir : *« Pourrons-nous encore vivre*

en dehors du monopole dans dix ou vingt ans ? C'est bien sûr notre souhait, mais est-ce réalisable ? Aujourd'hui, tout va très vite. L'entreprise se vit à plus court terme et il est difficile de faire des projections ». Les inquiétudes de Stéphane Teyssier ne se limitent pas au seul sort de cet héritage familial. Il déplore cette *« France schizophrène qui est scandalisée par les délocalisations, mais ne se soucie guère de l'origine des produits quand elle les achète ».* Il reste pantois devant *« les gens et les responsables politiques qui n'ont toujours pas pris conscience des dangers qui guettent le patrimoine de nos régions françaises. Ce patrimoine, ce n'est pas seulement les pierres et les paysages. C'est aussi le savoir-faire des entreprises ».*

Pommadage manuel des jambons secs avec du saindoux et de la farine de châtaigne AOC d'Ardèche.

La plus haute salaison de France

Teyssier salaisons dispose d'un atout de taille : sa localisation. Sise à plus de 1 130 mètres d'altitude, elle est la plus haute salaison de France et d'Europe. De même, sa situation au cœur du parc régional des Monts d'Ardèche présente un avantage notable.
Ce positionnement lui permet de bénéficier « d'un air vif, parfumé, sain et très peu pollué » qui circule dans ses séchoirs, et produit un affinage homogène – surface et cœur – avec développement d'une fleur blanche naturelle sélectionnée.
S'il est certain que l'air ne contribue pas pour 90 % à la saveur des produits, son influence, même ténue, apporte une saveur particulière aux salaisons de la maison Teyssier. « Si nous utilisions les mêmes recettes et fabriquions nos produits à partir des mêmes méthodes, deux cents mètres plus bas et à vingt kilomètres de là, nos productions seraient différentes », affirme Stéphane Teyssier.

forme juridique	S.A.	site Web	en cours de réalisation
date de création	1871	capital social	2 millions 600 000 euros
adresse	Clavière - BP 1 - 07320 Saint-Agrève	chiffre d'affaires	9 millions 150 000 euros
téléphone	04 75 30 10 33	effectif	80 personnes
fax	04 75 30 20 23		