

La maison Hoffmann, au pas de course

Issu d'une dynastie de charcutiers, Jean-Luc Hoffmann a hérité de son arrière-grand-père, de son grand-père et de son père, le goût du travail à l'ancienne, des recettes que l'on se transmet au fil du temps, élaborées avec des produits de qualité et le respect absolu de la clientèle. Il n'a qu'une devise : dire « non » le moins souvent possible !

Chez les Hoffmann, la couleur dominante est le orange. « Nous voulions une ambiance chaleureuse et joyeuse, explique Jean-Luc Hoffmann. Nous attachons de l'importance au design, à la clarté des lieux, à la propreté. Tout doit être net. » Pascale et Jean-Luc Hoffmann sont à la tête de deux points de vente, d'une boutique située à Haguenau en Alsace et d'un camion-magasin qui fait les marchés des environs. Ils emploient 23 salariés. C'est en 1998 que Jean-Luc Hoffmann et sa femme reprennent la boutique familiale créée par l'arrière-grand-père, agrandie par le grand-père et le père. Dès lors, ils n'ont qu'un objectif, moderniser le magasin et le mettre aux normes européennes, particulièrement à celles qu'impose la loi du 11 février 2005 relative à l'égalité des droits et des chances des handicapés. Nouvelles devantures, laboratoire ultramoderne, larges vitrines qui rendent l'espace plus lumineux, une rampe d'accès en Z de 25 m de long, des bandes podotactiles, une rampe de sécurité, des places réservées aux handicapés et un éclairage adapté (20 lux minimum). À l'intérieur, poussettes et fauteuils roulants circulent aisément et, sur la caisse, une tablette en décroché facilite les paiements. « Les travaux ont coûté 100 000 euros, mais je ne regrette rien, explique Jean-Luc Hoffmann. Mon chiffre d'affaires a augmenté de 20 %. Et puis j'ai anticipé la mise aux normes obligatoire de 2015. Tout le monde devrait y penser dès maintenant parce que ce n'est pas une mince affaire. »

L'art de communiquer

Quand Jean-Luc prend la succession de son père, on est en pleine crise de la « vache folle ». Il décide alors d'abandonner l'activité de traiteur événementiel pour recentrer toute son énergie sur la boutique. « Les clients boudaient la viande. Nous avons dû les convaincre de la qualité irréprochable de nos produits. À partir de ce moment, nous avons décidé de communiquer au maximum avec notre clientèle. Nous avons mis au point une newsletter, aujourd'hui téléchargeable sur le site Internet, qui est distribuée aux clients. Elle les renseigne sur la traçabilité des matières premières, leur propose des recettes, les informe sur les activités de la boutique... Des journées à thèmes sont organisées, la quinzaine bavaroise durant la fête de la Bière de Munich, la quinzaine italienne, la quinzaine du Sud-Ouest... Une dizaine de jours avant chaque manifestation, nous distribuons des flyers qui décrivent l'événement et annoncent les plats. » La boutique est décorée en conséquence et les séances de dégustation multipliées. « Nous faisons également souvent des journées portes ouvertes, précise Jean-



La maison Hoffmann a fait installer une rampe d'accès en Z, des bandes podotactiles, une rampe de sécurité et des places réservées aux handicapés.

Luc Hoffmann. C'est important pour la clientèle de voir l'envers du décor, de découvrir comment est travaillée la viande. De même, chaque année, vers Noël, je donne des cours de préparation de foie gras à 150 de mes clients. Ils repartent du cours avec un kilo de leur préparation. C'est un sympathique moment de convivialité et ça tisse des liens ! » Ils ont également mis en place le système de carte de fidélité ; quand elle est remplie, les clients gagnent un repas festif pour 5 ou 6 personnes. Le site



Jean-Luc Hoffmann et son équipe misent sur la propreté et l'aspect chaleureux de la boutique.

a été choisie « Le split, c'est le nom du temps intermédiaire dans une spéciale. C'est pour ça que nous l'avons nommée ainsi. C'est une saucisse à griller ou à faire dans une choucroute, à base de jambonneau et de munster. Je l'ai fait goûter à Sébastien Loeb que je connais bien et il a particulièrement aimé. Nous en vendons beaucoup au moment du rallye. »

Des procédures de fabrication bien rôdées

Toujours dans le même esprit d'efficacité, Jean-Luc Hoffmann consigne scrupuleusement tous ses procédés de fabrication afin que ses employés puissent les reproduire aisément. En particulier quand il s'absente. Il collabore également depuis très longtemps avec les mêmes fournisseurs, ce qui lui permet de travailler des produits de nature identique, assurant à sa clientèle une qualité gustative constante. « J'ai repris et modernisé plusieurs recettes de mon père et je crée régulièrement de nouvelles spécialités. On fait plusieurs essais et quand on est satisfait, on les fait goûter à nos habitués. »

L'avenir s'organise

Jean-Luc Hoffmann, membre de la Fédération des bouchers charcutiers-traiteurs d'Alsace, corporation du Bas-Rhin, élu de la chambre des métiers, jury pour

les CAP, s'implique pleinement dans la profession. En ce moment, il s'occupe de trois apprentis. Il attache une grande importance à la formation des plus jeunes, dont il assure l'enseignement tant sur le plan technique que sur le plan psychologique, car pour lui, c'est un élément essentiel de réussite. « Je suis un adepte des marathons, explique Jean-Luc Hoffmann. Ça me permet, entre autres, d'évacuer mon stress. J'ai fait celui de New York, de Londres, de Paris. C'est une discipline exigeante et dure. Il faut beaucoup s'entraîner. Même quand on est en super-forme, dans les dix derniers kilomètres, c'est le mental qui fait tenir. En 2000, à la fin du marathon de New York, qui a été mon premier, j'ai compris comment je devais gérer mon entreprise. En fait, la recette est simple, il suffit en toutes choses de se donner les moyens de réussir. J'applique ce principe dans tous les actes de ma vie. »

Il n'y a pas d'héritier Hoffmann, la dynastie s'arrêtera après lui mais qu'importe, d'ici quatre à cinq ans, il préparera la reprise de son entreprise. « Mon but, affirme Jean-Luc Hoffmann, est d'assurer la continuité de la tradition en vendant la boutique à un passionné. Je suis prêt à l'accompagner dans l'aventure durant quelques années pour lui transmettre mon savoir-faire. » ■

Internet, aux couleurs de la maison, propose les plats du jour, les produits en promotion, une série de recettes, des fiches techniques de chaque viande, répertorie le prix de tous les produits et permet de passer des commandes en ligne. Il est également possible de contacter la boutique par mail. Chez les Hoffmann, le client est roi. « Il ne faut jamais dire "non" à quiconque, rappelle Jean-Luc Hoffmann, mais toujours proposer une solution alternative pertinente. »

Le split

Jean-Luc Hoffmann aime tout particulièrement confectionner les knacks, ces saucisses fumées strasbourgeoises qui tiennent leur nom du verbe allemand *knacken*, ce dernier évoquant le bruit que fait leur chair lorsqu'elle éclate sous la dent. Aussi, lorsqu'il est demandé aux charcutiers-traiteurs locaux de créer une saucisse dédiée au Rallye de France, qui se tient en Alsace, Jean-Luc se lance dans l'aventure... et c'est sa préparation qui



Les travaux de rénovation ont coûté 100 000 euros mais le charcutier ne le regrette pas car son chiffre d'affaires a augmenté de 20%.