

# Carte de visite à jouer

Dans le commerce — c'est bien connu —, la prudence est de mise. La neutralité, pratiquée dans maint domaine pour ne pas heurter la clientèle, empêche généralement l'engagement des négociants, lesquels préfèrent user d'une politique de soutien financier pour marquer leur appui aux activités locales. Cette façon de faire est aussi celle de M. Raymond Paratte, boucher à Saignelégier, mais, à la différence de la plupart de ses pairs, il n'hésite toutefois pas à payer de sa personne, à la présidence ou au comité d'associations qui défendent les intérêts spécifiques de sa profession ou ceux du commerce en général. Avec Raymond Paratte, c'est en effet plus d'une douzaine d'années passées à la tête de l'Association jurassienne des bouchers (canton du Jura sans l'Ajoie et districts méridionaux de Courtelary et Moutier) et, simultanément, deux autres à celle de la section de district de l'USAM (Union suisse des arts et métiers), avec présence au comité central de l'UJAM.

Se mettre à son compte est le rêve de la plupart de ceux qui ont fait un apprentissage dans l'artisanat ou le commerce de détail. Un désir qu'il faut caresser parfois longtemps, non seulement pour des questions de disponibilités financières mais également parce que la remise d'un commerce sait souvent se faire attendre.

## Des renommées en jeu

Ainsi, Raymond Paratte, né aux Emibois voilà cinquante-cinq ans, après avoir patienté un an pour trouver une place d'apprenti boucher, a dû ronger son frein durant sept ans et demi avant de

pouvoir reprendre l'ancienne boucherie Bärtschi de Saignelégier.

Dans les années soixante, c'était l'époque où les bouchers vendaient principalement le rôti du dimanche, le pot-au-feu et la saucisse en semaine. Les préparations, sur lesquelles se fondent aujourd'hui des réputations que la clientèle se refille comme un signe d'amitié partagée, n'avaient pas pris les proportions actuelles. On faisait encore la toilette du cochon dans la maie...

L'évolution des mœurs et des goûts a contraint le boucher à adapter ses installations aux exigences nouvelles. Raymond Paratte, qui a la chance d'avoir un fils marchant sur ses traces — alors que lui-même a toujours été attiré par la boucherie parce que son père, qui le seconde encore le samedi, allait bouchoyer de ferme en ferme — n'a pas hésité à investir pour équiper son laboratoire de machines aussi étonnantes que performantes. Sa dernière acquisition, qui permet de conserver la viande sous vide, fait notamment merveille dans la vente des spécialités locales.

Le succès d'un boucher dépend actuellement non seulement de ses capacités à venir au secours des ménagères en préparant des plats (comme les fondues), en disposant des produits propres aux saisons, en variant son offre par la remise au goût d'anciennes recettes, mais bien aussi par la vente de produits — les salaisons notamment — qui faisaient jadis la renommée de certaines voûtes de fermes. Et sur ce point, M. Paratte est formel: contrairement à tout ce qui se dit et s'écrit, les résidents secondaires soutien-



Raymond Paratte. Savoir s'adapter. (fx)

nent très activement le commerce franc-montagnard. Sinon comment expliquer les achats faits non seulement pour les week-ends et les périodes de vacances, mais également ceux réalisés avant les retours en ville? Beaucoup de ceux qui apprécient le Haut-Plateau, qu'ils ont d'ailleurs souvent appris à connaître par le truchement du Marché-Concours de chevaux — décidément meilleur élément de publicité pour les Franches-Montagnes — ne rentrent quasiment jamais chez eux sans emporter de ce qu'ils ont apprécié et dont ils tiennent à faire bénéficier leurs amis ou leurs voisins.

## Des efforts communs

Pour Raymond Paratte, il ne fait aucun doute que les qualités du commerce local, lequel peut offrir des services méconnus dans les grands magasins, sont une remarquable carte de visite pour la région et le Jura. S'il a accepté de travailler bénévolement dans les milieux qui défendent le commerce et l'artisanat, c'est bien parce qu'il lui tient à cœur de mieux la jouer et de mieux la faire connaître.

Il y a là non seulement matière à réflexion, mais sujet à planification et coordination entre tous ceux qui, à des degrés divers, sont à même de profiter de l'apport des visiteurs de l'extérieur. Mais, pour cela, faudrait-il encore que le marché puisse être approvisionné de manière suffisante par les éleveurs eux-mêmes! S'il est de grande qualité, le porc franc-montagnard est rare.

Dans les efforts de promotion auxquels il se livre, Raymond Paratte souhaite que la construction d'une fromagerie pour têtes de moine à Saignelégier puisse favoriser la création d'un certain nombre d'unités, de trente à cinquante porcs, susceptibles d'apporter l'échelonnement de livraison espéré par les bouchers de la région. Quand on s'évertue à promouvoir le commerce régional, l'on ne peut en effet que se réjouir de l'arrivée de moyens nouveaux, susceptibles de répondre à des besoins qui exigeraient la multiplication par vingt au moins le nombre des éleveurs porcins actuels pour être suffisante.