

# LE GRAIN A MOUDRE

La lettre des Moulins Bourgeois



Printemps/Été 2018 - N°16

## EDITO

Facebook et Instagram sont de précieux moyens pour vous faire part très régulièrement de la vie du moulin. Cependant, de manière complémentaire, nous souhaitons conserver ce petit journal qu'est le Grain à Moudre. Il est un marqueur temporel, une façon de faire le point sur notre activité en prenant du recul. **Tel est l'objectif de l'article de Une sur la consommation de pain en France et l'évolution des comportements alimentaires\* : Moins de pain, mais « mieux de pain » et plus de valeur peut-on résumer :** les français inquiets pour leur alimentation sont prêts à manger mieux et payer plus pour une garantie de qualité. Pour notre part, il ne suffit pas de constater mais d'être une force de proposition ; vous allez voir que ce Grain à Moudre n'en manque pas. La boulangerie artisanale a un bel avenir, dès lors qu'elle est à la hauteur de la qualité attendue par les consommateurs.

**Europain a été l'occasion pour nous de présenter le savoir-faire que nous mettons en œuvre,** en termes de farines, de recettes exclusives, d'innovation et de services avec au premier chef, les Stages Bourgeois. Vous en avez le résumé page 3. **Un grand bravo aux équipes du moulin mobilisées pour le succès de ces 4 journées ;** nous n'avions jamais accueilli tant de monde sur notre stand.

Ce que nous vous présentons ici, vous le retrouvez également sur notre nouveau site internet inauguré récemment, et bien sûr avec l'échange régulier que vous avez avec nos équipes.

Beau printemps et bel été à tous avec, espérons-le, de belles moissons.

\*Source : enquête barométrique CREDOC 2017 (Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie)

## Comportements alimentaires et consommation du pain en France : des résultats qui stimulent pour agir.

Etude trisannuelle commandée par l'Observatoire du pain

Le pain, nous dit le CREDOC, n'échappe pas aux évolutions des modes de vie : moins consommé au petit déjeuner ou au cours des repas, il l'est de plus en plus sous forme de sandwiches ou de hamburgers, notamment chez les jeunes. **Globalement, il faut être conscient que sa consommation baisse même si l'érosion s'est ralentie depuis 2013.**

### Données clés 2016 :

- **94g** : consommation moyenne de la population totale par jour (-25% en 10 ans, -0,5% ces trois dernières années).
- **25%** : le pain a cessé d'être quotidien pour 1/4 des français. (80% mangeaient du pain tous les jours en 2013, 75% en 2016).
- **97%** : presque tous les français apprécient pourtant de trouver du pain frais sur leur table.
- **24%** : c'est l'apport du pain en glucides et en fibres dans le régime alimentaire des adultes ; son rôle reste essentiel.



Sans multiplier les données chiffrées qui établissent des nuances dans les consommations par jour et par personne, on peut souligner que la consommation de pain augmente à nouveau chez les enfants (3 - 10 ans) en passant de 42 à 44 g, et qu'il demeure une nette différence entre les hommes et les femmes.

### 2 données majeures :

- **71%** des français sont inquiets pour leur alimentation en 2016 contre **55%** en 1995.
- **54%** sont prêts à payer plus pour un produit plus qualitatif contre **43%** en 2010.



David et Julien Bourgeois

# LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES ... (SUITE)

La lettre des **Moulins Bourgeois**

Dans ce contexte de montée des inquiétudes alimentaires, il faut rassurer les clients par la qualité de vos matières premières et par la mise en avant du fait maison.

Comme le souligne Pascale Hébel, Directrice du pôle Consommation du CRÉDOC :

« **Les produits artisanaux, auxquels les consommateurs associent qualités gustatives et nutritionnelles ont de beaux jours devant eux dans un contexte de reprise économique. Les consommateurs sont prêts à payer plus cher pour des signes de réassurance sur la qualité, sur la provenance du produit et le lien social** ».

L'artisanat doit être à l'offensive dans un contexte où les lignes bougent, avec les difficultés des hypermarchés, mais où d'autres acteurs sont menaçants. Face à



Des céréales de France de grande qualité, tout commence là ! (ici du seigle).



Du pain bien cuit, c'est beau, c'est bon, et c'est un argument pour sa digestion.



Crédit photo : Régis Dalcour

des modèles fondés uniquement sur la consommation, voire la surconsommation, **chaque artisan doit être convaincu qu'il donne du sens plus que tout autre à ce qu'il crée. Nous contribuons pour notre part à nourrir la valeur de votre travail.** Vous connaissez de nombreux aspects de notre action, mais il faut toujours aller plus loin.

**L'une des pistes sur lesquelles nous travaillons tient à l'idée que les gens se font de la digestibilité du pain** avec des questions liées à des ballonnements ou même parfois à des douleurs. Les freins liés à ce sujet expliquent pour une part l'écart de consommation entre les hommes et les femmes. Le moyen d'y répondre en boulangerie peut être de **développer une argumentation sur les qualités du pain bien cuit.** Trop souvent une boulangerie manque de bons arguments pour parler des qualités d'un pain

ou d'une baguette bien cuite. Nous mettons en forme un argumentaire dédié à ce sujet qui sera opérationnel au 2<sup>ème</sup> semestre, en intégrant des points spécifiques aux pains au levain pour lesquels une bonne cuisson est essentielle.

Dans ce cadre, **nous avons eu un échange intéressant avec Ariane Grumbach, diététicienne-nutritionniste.** Il en ressort que la mastication est un élément important. Selon Ariane, **la bonne digestion tient notamment à la façon de consommer : un pain bien cuit sera plus et mieux mâché qu'un pain peu cuit** et par conséquent plus mou. Nous reparlerons sûrement en cours d'année de ce sujet qui a trait également aux qualités gustatives du pain. Le fait est que l'analyse des comportements alimentaires est d'une grande richesse pour nous inciter tous à agir.

## Plus grand, plus beau, plus bio !

Il se passe toujours quelque chose à Verdolot et ceux qui connaissent les lieux ne seront pas surpris de trouver un chantier en cours d'achèvement. Celui-ci concerne les capacités de stockage de notre moulin bio, en amont pour les cellules accueillant les céréales bio et en aval pour nos farines. Sur un marché où la demande est très soutenue avec une croissance à deux chiffres, ces transformations étaient indispensables. De plus, ces investissements consolident le travail sur la qualité de nos farines. Depuis plus de 10 ans, nous

améliorons chaque année nos farines par la sélection de plus en plus pointue de nos céréales et par les travaux dans l'outil de production.

Plus épurée et en harmonie avec les valeurs de simplicité du bio nous avons également revu toute notre identité. Les nouveaux sacs de farine seront dans vos fournils d'ici l'été avec également une nouvelle sacherie pour les pains.

Chacun sait que le bio constitue un véritable engagement même s'il n'est au départ qu'une petite part de votre activité.



Nouvelle sacherie très claire pour le consommateur.



## Retour sur notre plus bel Européain et merci d'avoir été si nombreux !



Pain d'antan produit sur place.



Bonheur et bonne humeur sont dans le pain !



Un bel espace d'accueil.



Une de nos stars du salon (recette des Ambassadeurs du Pain).

Europain a montré pendant 4 jours la force de l'engagement de toute une équipe pour présenter la très large palette de nos activités dans un espace repensé et accueillant.

Chacun de nos clients a pu repartir avec deux livrets de recettes très complets. Tous ceux qui sont venus nous voir ont eu accès à des dégustations et des fiches recettes. Nos boulangers ont fait des merveilles et l'objectif de faire de notre stand un lieu d'échanges entre professionnels a été atteint. Merci à tous pour votre venue. Retrouvez ici l'essentiel en images et découvrez sur notre site internet le film tourné à cette occasion.



Edition «Spécial Européain», deux livrets recettes très appréciés.



Du bon pain et le sourire qui va avec.



Prix du public du Salon pour l'innovation des Carrés !



Julien et nos importateurs japonais (Pacific Yoko)

## Se former, progresser, c'est essentiel, et toujours dans la bonne humeur !

### STAGES Bourgeois

En peu d'années la formation a pris une place centrale parmi les services dédiés à nos clients. Nous avons accueilli en 2017 près de 450 stagiaires. En 2018, rejoignez-les et n'hésitez pas à en parler avec votre commercial. Le programme complet de l'année est sur internet. Nos 7 boulangers, qui ont à la fois un rôle de conseil et de formateur, seront les premiers à vous dire que l'on n'a jamais fini d'apprendre. Au delà des apprentissages, ce sont de bons souvenirs d'échanges et de convivialité.



# LES NEWS

La lettre des Moulins Bourgeois

## La baguette de tradition française, notre cheval de bataille !

En 25 ans, la baguette de tradition française s'est imposée dans la consommation de pain des français ; c'est encore plus net en Ile de France, région où historiquement la baguette a vu le jour. Il y a selon nous 4 points majeurs dans ce succès :

- **Le goût** : quand un produit alimentaire délivre un goût clairement perçu comme meilleur, avec de bonnes qualités de conservation, on a là une première condition du succès.
- **Le prix** : la tradition française est « La Qualité » accessible au plus grand nombre. Nous observons que son succès est pratiquement identique dans les quartiers populaires que dans ceux plus favorisés.
- **Le savoir-faire** : c'est la signature de l'artisan, la baguette d'excellence qui contribue à la fidélité de votre clientèle.
- **Des farines de haute qualité** : comme vous le savez nous y travaillons chaque jour.

Pour notre part, nous l'aimons triplement la tradition française ! Dans l'univers de la boulangerie artisanale, dont la richesse repose sur sa diversité, nous avons l'offre parmi la plus importante et nous y travaillons sans cesse : En 2017 nous avons refait l'identité de la Reine des Blés et en fin d'année La Sauvage est devenue également Label Rouge avec un assemblage de blés spécifiques. Cette année nous avons estimé qu'il fallait un nom pour notre farine de tradition française qui n'en avait pas, voici La Marcelle. Elle est accompagnée pour tous ceux qui le souhaitent d'une sacherie spécifique et d'un kit de communication bien dans l'air du temps.



## La Marcelle

La Marcelle a une image jeune et moderne mais son nom s'inscrit bien dans la tradition, assortie de toutes les qualités d'une grande baguette de tradition française.



**Directeur de la publication** : David Bourgeois ;

**Comité de rédaction** : David Bourgeois, Julien Bourgeois, François Dumoulin ;

**Crédits photos** : François Dumoulin, Nathalie Carnet ;

**Conception / Mise en page** : Virginie Ollivier.

Moulins Bourgeois - 77510 Verdelot - [moulins-bourgeois.com](http://moulins-bourgeois.com) f @

## La finalité du numérique : être plus efficace à chaque instant auprès de vous.

Beaucoup le connaissent déjà, notre nouveau site internet complètement remanié est en ligne. Plus clair, plus visuel, il est bien adapté à l'usage majoritaire de sa consultation sur smartphone.



Plus facile d'accès pour tous nos clients, nous avons désormais plus de 400 recettes en ligne. L'accès a été simplifié, faites-en largement usage. Toutes les recettes sont classées par type de produit ou bien par livret.



Facebook et maintenant Instagram, nous tenons à être présents sur les réseaux sociaux, lien précieux avec les professionnels et tous les amoureux du bon pain.



Depuis mars, 4000 followers nous suivent.

## Ils ont rejoint le moulin depuis un an

Ils contribuent à notre dynamisme, nous sommes heureux qu'ils fassent partie du moulin.

**Ludovic LHOMME** : ripper chauffeur – Entré en juin 2017

**Laura BUISSON** : chargée de communication et marketing – Entrée en juillet 2017

**Jeasons SCIANCALEPORE** : ripper chauffeur – Entré en septembre 2017

**William LIES** : boulanger démonstrateur (aspirant compagnon faisant son Tour de France) – Entré en septembre 2017

**Danielle BENARD** : personnel d'entretien – Entrée en octobre 2017

**Fabien RATON** : ripper – Entré en novembre 2017

**Jonathan HORNECK** : ripper – Entré en novembre 2017

**Luc MAFFLARD** : ripper – Entré en novembre 2017

**Juliette POMMIER** : attachée commerciale – Entrée en novembre 2017

**Maximilien TETARD** : boulanger démonstrateur – Entré en novembre 2017

**Sébastien LEBLOND** : attaché commercial – Entré en décembre 2017

**Damien HERVY** : conducteur de moulin – Entré en janvier 2018

**Johnny ENGUIX CERCOS** : chef de quai – Entré en janvier 2018

**Adrien DUBOIS** : conducteur de moulin – Entré en janvier 2018

**Steven ROUSSEL** : chargeur – Entré en janvier 2018