



[Editorial...]



Karine Forest

Chères Clientes, Chers Clients, Chers Partenaires,

J'espère que les fêtes de fin d'année ont été un moment particulièrement actif pour vos entreprises et ont laissé place à des temps de convivialité avec vos proches. La famille Forest et l'ensemble des équipes s'associent à moi pour vous souhaiter une très belle année. Nous adressons d'abord à chacun d'entre vous, tous nos vœux de bonne santé, à toute épreuve, la concrétisation de vos projets en retrouvant de la sérénité, de la passion, du plaisir et de la gourmandise au quotidien... Nous ouvrons les premières pages de 2022 dans un contexte sanitaire et alimentaire toujours préoccupant. Nous faisons face à des augmentations importantes mais restons convaincus que nos métiers de Meunier et de Boulanger Pâtissier peuvent et doivent sortir par le haut malgré ce contexte exigeant.

Dans cette revue, nous allons vous partager notre vision de la boulangerie et les principaux enjeux auxquels nous devons faire face. Plus que jamais les valeurs artisanales sont mises aux défis et constituent un véritable levier de croissance et de succès.

Nous profitons également de ce 4 h du Mat pour vous remercier pour votre fidélité et apprécions chaque jour l'importance de la relation partenariale que nous avons construite au fil du temps.

J'en termine en espérant vivement pouvoir tous nous retrouver courant septembre 2022 autour des 100 ans de la Minoterie. 100 ans d'histoire, 100 ans de courage et 100 ans de passion... C'est grâce à vous si nous sommes ce que nous sommes et c'est avec vous que nous continuerons de bâtir l'avenir. Cultivons ensemble nos succès de demain.

Bonne lecture.
Bien à vous tous.

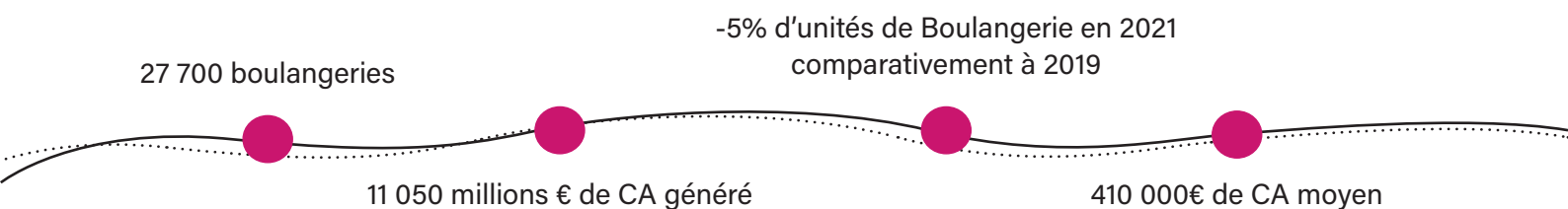


MINOTERIE FOREST
Depuis 1921

4h du Mat
- n°45 Janvier 2022

[Chiffres clés...]

Focus sur le marché français de la boulangerie pâtisserie en 2021



En 2021, le chiffre d'affaires moyen déclaré en boulangerie pâtisserie s'élève à 410 000 €.
L'activité est repartie à la hausse et revient à son niveau de 2019 en terme de chiffre d'affaires.

RÉPARTITION DU CA MOYEN PAR ACTIVITÉ



Pain 46%



Viennoiserie 17%



Pâtisserie 18%



Snacking 12%



Boissons chaudes/froides 5%

Autres ventes 2%

À travers ces chiffres, on constate la résilience du secteur d'activité de boulangerie pâtisserie à travers cette crise du Covid. Les tendances de fond se sont accélérées : la qualité des produits, la digitalisation, le snacking, l'éco responsabilité sont autant d'enjeux auxquels le boulanger doit répondre.

[Les tendances...]

chdexpert
DATA INGREDIENTS • GROWTH SERVED

Lors de la C.I.B.M (Convention Internationale de la Boulangerie Moderne) nous avons assisté à l'analyse du marché de la Boulangerie Pâtisserie en 2021, réalisée par CHD Expert, nous re prenons ci dessous les 10 challenges clés.

1. CONSERVER SON «BLASE» D'ARTISAN

Maintenir une atmosphère authentique qui véhicule le statut d'artisan et ses principes mais en même temps une dynamique moderne qui propose des innovations, réinvente certaines propositions, toujours rattachées à sa personnalité.

[Les tendances...]

2. EXPLORER SON «MOI» DIGITAL

Fonction de sa localisation, de son type de clientèle, l'accélération générée par la crise sanitaire, le digital devient légitime dans une boulangerie. Il est temps de faire un arrêt sur image pour évaluer les outils digitaux indispensables : carte de fidélité, livraison, boutique en ligne...

3. FAIRE ÉVOLUER SON MERCHANDISING AU FIL DE LA JOURNÉE

La disposition des produits dans une boulangerie est une vraie stratégie appliquée par les enseignes. La plupart des établissements suivent cette tendance de réviser la place des produits en fonction de la journée car le consommateur ne fait le focus que sur certains supports. Il y a donc une bonne alchimie à trouver.

4. TOUJOURS PLUS DE TRANSPARENCE

Au delà des mesures d'hygiène et de la premiumisation, la transparence est également connectée à plus de messages sur les origines, plus de local, plus d'informations sur les processus de fabrication pour un client plus rassuré et loyal.

5. PREMIUMISATION ET SATURATION

La quête vers plus de qualité se poursuit avec ou sans Covid. La différence fondamentale repose sur les opportunités de saturation avec un consommateur qui rentre avec une planification de son panier moyen de dépense supérieure à la moyenne.

6. REVOIR SA STRATÉGIE POUR UNE ORIENTATION PAIN

Il est indéniable que la crise sanitaire a favorisé un retour du consommateur vers les commerces alimentaires de proximité. Cela a favorisé une sur-consommation de tous les pains (de la tradition aux pains spéciaux). Il faut impérativement tout mettre en oeuvre pour maintenir le développement de cette tendance.

7. PARTICIPER À LA RECONQUÊTE DU PETIT DÉJEUNER HORS DOMICILE

Confinement et télétravail aidant, notre consommateur a pris le pli de reprendre son petit déjeuner à la maison. La reprise devrait redistribuer les cartes du petit déjeuner mais va prendre du temps. Toutes les actions menées par le professionnel (nouvelle machine, promotions,...) auront vocation à booster ce redémarrage.

[Les tendances...]

8. ENTREVOIR UN NOUVEL ESPACE POUR LE DINER ET LES REPAS CUISINÉS

Nous avons déjà évoqué l'importance d'avoir une formule pour tous les instants et pour tous les repas. La crise sanitaire a potentiellement réouvert des opportunités pour des plats cuisinés à emporter en boulangerie et/ou pour un dîner à réchauffer à la maison.

9. VOIR S'IL Y A DES OPPORTUNITÉS DU CÔTÉ DE L'ENTREPRISE

La crise sanitaire a accéléré la perception de l'offre alimentaire proposée par l'entreprise dans son enceinte. Le modèle dans chaque entreprise est progressivement en train de changer. Au delà de l'offre déjeuner disponible en boulangerie, il y a potentiellement des propositions à étudier : abonnement repas, offre traiteur, corner boulanger...

10. RÉCONFORTER UN STAFF «TRAUMATISÉ»

Les mesures de restriction dans le point de vente vont s'alléger au fil du temps. Le staff a été affecté par ces règles à appliquer dans le point de vente. Il faut accompagner avec une dynamique positive ce retour à la normale.

Notre vision : Il est clé de rester connecté aux challenges de la profession et aux tendances tout en vous adaptant à votre clientèle, votre localisation. En un mot développer et premiumiser votre Boulangerie Pâtisserie selon vos marqueurs d'identité.

Toute l'équipe de la Minoterie est à votre service pour vous accompagner dans ce développement à travers :



La communication, du marketing, de la digitalisation : Premiumiser les points de vente et l'offre produits grâce au savoir-faire des artisans boulangers pâtisseries.
Notre équipe For'Créativ et nos partenaires peuvent vous accompagner tout au long de l'année.



La formation, le levier fondamental de la montée en compétence pour faire grandir vos équipes : De la production à la vente en passant par la gestion, le management...
L'équipe For'Académie se tient à votre disposition pour déployer avec vous un programme de formation à la carte.



Un nouveau projet d'acquisition ?
L'équipe For'Transmission est à votre écoute pour la réflexion autour de votre projet de croissance.

[De vous à nous...]



Christophe Secondi – Boulangerie Le Moulin de Lecci

Située en Corse du sud, Lecci est une petite commune non loin de **Porto Vecchio**. C'est dans ce lieu paisible, il y a maintenant 15 ans, que Mr Et Mme Secondi ont décidé de s'installer et d'y créer leur boulangerie-pâtisserie, **le Moulin de Lecci**.

A 14 ans, Christophe Secondi effectue son **stage découverte** de 3e dans une boulangerie. La vocation de devenir boulanger germe dans sa tête et effectue un apprentissage en boulangerie à Marseille. 36 ans après, il ne regrette rien de son parcours professionnel, bien au contraire !

En 2000, il s'installe pour la première fois à son compte à Bandol, puis 6 ans après, concrétise son projet sur l'île de beauté.

Aujourd'hui, Mr et Mme Secondi sont **à la tête d'une boutique « premium »**. Mais pour en arriver là, ils ont dû prendre des risques et être téméraires.

Tout a commencé quand Mr secondi a voulu vendre sa boutique en Corse, estimant qu'il ne pouvait plus se développer et progresser dans cette affaire. Au lieu de cela, **il rachète la brasserie mitoyenne à sa boulangerie et décide de s'agrandir, se moderniser et se développer**. Il se crée une véritable identité en se personnalisant et abandonne l'enseigne de son ancien meunier avec qui il était lié.

Epaulé par les différents services de la Minoterie et l'équipe commerciale qui l'entourent dans son nouveau projet, il monte en qualité et en gamme. **La création de son logo** par le service Marketing, lui a permis de **développer et décliner toute une panoplie de supports, comme les sachets de la boutique, les boîtes pâtisseries, les bagues à sandwiches, des serviettes en papier, les vêtements de travail pour ses salariés...** Son logo rose surmonté de ses initiales, SC, est reconnaissable entre 1000 ! **Une façon audacieuse de se démarquer !**

Concernant les produits que le couple Secondi commercialise, **le choix des matières premières de haute qualité**, est devenu primordial pour produire le pain, les viennoiseries, le snacking ou des pâtisseries d'exception.

Christophe Secondi a une devise : **« Au lieu de regarder ce que ça coûte, il faut regarder ce que ça rapporte en image de marque et en chiffre d'affaires ! »**. **Le couple Secondi a quasiment triplé son chiffre d'affaires avec ces méthodes.**

Ces épicuriens aiment les belles choses qualitatives. Ils n'ont pas hésité à se laisser guider par Frédéric, leur conseiller vendeur, afin de **continuer à se former à tous les niveaux**, grâce au service formation de la Minoterie Forest : For'Academie. Ils ont ainsi pu **continuer leur montée en gamme et peaufiner leur savoir-faire**.

Ils sont **friands et à l'affût de toutes les nouveautés** et n'hésitent pas à **alimenter leurs réseaux sociaux** de manière à mettre tous leurs produits en avant et donner l'eau à la bouche à leurs abonnés.

« C'est un métier passionnant ! La Minoterie Forest m'a toujours aidé et soutenu pour réaliser mes projets. J'apprécie de savoir que je peux compter sur eux quand j'en ai besoin que ce soit sur le plan technique, conseils produits ou formations.

Il y a un an, lors d'une formation avec le Meilleur Ouvrier de France, Amandio Pimanta, j'ai appris à façonner la tourte de seigle. Ça a été une révélation pour moi et c'est devenu depuis, mon produit préféré ! Je mange du pain à tous les repas, c'est essentiel pour moi.

J'encourage vivement la nouvelle génération à se tourner vers notre beau métier et pour conclure, l'amour du pain se révèle être la meilleure raison pour exercer cette profession ! »

4h du Mat
- n°45 Janvier 2022



[Soyez au rendez-vous...]



RENDEZ-VOUS SUR LES SALONS

- **FOOD IN SUD** 23 – 25 janvier 2022 Marseille (Parc Chanot)
Salon professionnel développé autour de la pizza, du snacking et de l'épicerie fine.
- **EUROPAIN** 26 – 29 mars 2022 Porte de Versailles
L'un des salons référents en France pour tous les entrepreneurs de Boulangerie et Pâtisserie. C'est à cette occasion que La Coupe du Monde de la Boulangerie, la Coupe Europe de la Pâtisserie et la Coupe de France des écoles seront organisées.
- **Sandwich & snack show** 30 – 31 mars 2022 Paris Expo Porte de Versailles
Événement référent pour tous les acteurs du secteur du snacking. Il rassemble les professionnels de la restauration hors domicile et nomade qui souhaitent développer, premiumiser ou relancer leur activité grâce aux nouvelles tendances et aux nouveaux concepts de snacking.
- **SIAL** 15 – 19 octobre 2022 Paris Nord Villepinte
Le plus grand salon du secteur alimentaire (produits bio, locaux, emballages, produits diététiques...)
- **Salon de la pâtisserie** Juin 2022 Porte de Versailles.
Le Salon de la Pâtisserie a pour objectif de mettre en lumière les talents de nos artisans et les saveurs de nos terroirs.

RENDEZ-VOUS SUR LES RÉSEAUX

N'oubliez pas, vous avez la possibilité de partager avec nous toutes vos actualités via Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram.

Nouveauté !

Depuis ce début d'année, retrouvez également notre service de formation For'Académie sur Facebook et Instagram.

