



Fromentiers de France

Intervention CEBP du jeudi 20 juin 2019

Présentation rapide de la société



LES FROMENTIERS

IFS



INDUSTRIEL DE
LA BOLLANGERIE
16,5M€ CA

INDUSTRIEL
FEUILLETE & SNACK
14,5M€ CA

RÉSEAU DE MAGASIN
SOUS ENSEIGNE
25M€ CA
À L'ENSEIGNE



UNE ETHIQUE TRACABLE

Nous maîtrisons l'intégralité de la chaîne de production, pour garantir une alimentation saine, contrôlée à chaque étape, qui conserve tout son potentiel gustatif & nutritionnel.

UNE ENTREPRISE RESPONSABLE

Nous avons le potentiel industriel pour une distribution nationale et la culture d'un groupe indépendant familial : nous construisons notre développement sur l'écoute, le savoir-faire et la capacité à apporter des solutions concrètes sur le développement commercial de nos partenaires.

Nous concilions le meilleur
de la tradition
et une recherche constante
d'innovation
pour offrir des solutions
conçues
pour les professionnels et
adaptées
aux attentes des
consommateurs

*B. Monginoux
www.Photo-Paysage.com*

Notre actionnaire : le groupe familial Vilgrain



Sucre, farine et nutrition animale :

Gestion de complexes agro industriels
dans la partie francophone de l'Afrique
sub-Saharienne.



Expertise et production sous vides

Création et commercialisation de
gammes sous vide premium à destination
des hôtels, chaînes de restaurants,
compagnies aériennes notamment pour
le marché américain



Produits de boulangerie & restauration rapide

Création et le développement des
réseaux Délifrance en Asie (cédé en
2000) et de la Fromenterie en France
devenue depuis les Fromentiers



Notre expérience du « virage » vers le clean

- ❑ Pourquoi ? : demande faite par les distributeurs d'aller le plus loin possible dans la mise au point de gammes pains & snacking offrant la garantie de produits naturels
- ❑ Comment ? : en identifiant les intervenants amonts capables de répondre à un cahier des charges très strict (voir plus loin) et les intégrer dans le processus de la chaîne de production
- ❑ Obstacles à franchir : rester dans la maîtrise de la transparence, de la qualité gustative et du prix...

Ainsi un travail a été fait sur une gamme de pains Bio dit filière et de snacking identifiée « clean label »



Une définition du label

Clean Label : pour une alimentation de meilleure qualité, visant à remplacer les ingrédients dénaturés par des ingrédients naturels ; supprimer les additifs « à risques » ; être transparent avec le consommateur en réduisant la liste des ingrédients au strict minimum et lisible.

Le cahier des charges du pain Bio filière

Blé & Farine

1) Respect et travail du sol

- Rotation des cultures
- Engrais verts
- Respect de la nature

2) Mélange de blés régionaux et de blés anciens

- Blé venant exclusivement du sud-ouest français
- Mélange de blés bio standard et de blés « anciens »

3) Moulins à meule de pierre en granit

- Meules pierre extraite du massif du Sidobre (Tarn)
- L'écrasement lent du grain permet de conserver l'ensemble des valeurs nutritives et organoleptiques des semences

4) Farine authentique, sans produit ajouté

- Obtention d'une farine BIO « pure » exempte de toute agent de traitement, sans rajout de gluten et/ou d'acide ascorbique
- Pas de trace de produits phytosanitaires

Fabrication des pains

1) Tradition boulangère : le respect du temps

- Des procédés de fabrication de la pâte qui respecte les principes de la tradition boulangère (temps de pointage et de repos, fermentation longue, levain naturel).
- Une cuisson sur sole de pierre.

2) Levain « maison » Europe des Pains

- Levain pâteux, élaboré et élevé par Europe des pains dans sa propre chambre à levain.
- Donne une typicité au pain, améliore sa conservation, développe des arômes spécifiques et un apport en vitamines et minéraux

3) Farine authentique, sans améliorant

- Pas d'acide ascorbique
- Pas d'ajout de gluten

4) Un goût unique, pour un pain qui a du caractère

- Croustillance, couleur de la mie, texture et arômes.

Concrétisation de la gamme pain Bio

- Signature d'un partenariat avec un agriculteur & meunier régional
- Mise au point d'une gamme de 6 formats différents
- Lancement réussi de la gamme dans une centaine de magasins pilotes et extension en cours sur plus de 300 magasins
- Travail en cours avec une société de développement d'une « blockchain » pour info consommateur via QR code par exemple



Extension de la démarche à une gamme snacking « clean »

Pour nos clients historiques et nouveaux, la filiale de produits snacking a engagé une démarche de mise au point de nouveaux produits et/ou duplication de produits existants dans une version dite clean qui garantie au consommateur à l'exemple du croque monsieur :

- ✓ un jambon sans sels nitrites et conservateurs
- ✓ Un emmental AOP en tranches
- ✓ Une béchamel nature faite dans nos ateliers de façon traditionnelle et sans aditifs

Cobral Traiteur
SOLUTIONS SNACKING

NOTRE SAVOIR FAIRE

Notre gamme **Clean Label**

Parce que nous sommes convaincus que proposer à nos clients des produits sains est un devoir, nous nous engageons à supprimer tous les additifs de nos recettes lorsque cela est possible : de cette volonté est née notre gamme « **Snack Clean** ».

Nos solutions snacking Clean Label

Les tartes salées individuelles



Tarte aux « 2 saumons / épinards »



Tarte « Poulet curry »



Tarte « thon / tomates »



Tarte « légumes grillés »

Le Croque Clean



clean label

SNACKING DOR 2019

Les gratins façon « Mac and Cheese »



Gratin « Légumes / pâtes »



Gratin « Jambon / pâtes »

Europe des Pains

Europe des Pains
Z.I. Galligues - 12200 Villefranche-de-Rouergue
Tél. +33 5 65 45 82 20 - Email : europedespains@fromentiers.fr
www.europedespains.com

Cobral Traiteur

Cobral Traiteur
Rue Hélène & Victor Basch - CS 90 159
56304 Penryh Cedex - Tél : +33 2 97 07 07 01
Email : contact@cobral.fr - www.cobral.fr



Quelques difficultés rencontrées

- Sourcing matières premières parfois difficile (insuffisance de l'offre, manque de transparence...)
- Mise au point des produits parfois longue et difficile (aucun adjuvants facilitateurs...) et procédés de fabrication à réajuster régulièrement
- Marché certes demandeur mais pas forcément prêt à en accepter le prix...