



MINOTERIE FOREST

Une entreprise  
qui croit aux  
**femmes**



# Sommaire

Notre défi quotidien	page 3
Une aventure familiale, une passion	page 4
Les mots qui nous guident	page 5

## UNE ENTREPRISE QUI CROIT **AUX FEMMES**

- Karine Forest, dirigeante page 6
- Béatrice, Isabelle, Virginie... un encadrement au féminin page 7
- Magalie, Céline, Marie-Odile... un encadrement au féminin page 8
- Et les hommes dans tout ça ? page 9

La minoterie Forest : des produits...	page 10
...mais aussi (et surtout ) des services, un accompagnement	page 11
Les projets d'avenir	page 12

# Notre défi quotidien



**Aux yeux du monde entier, la France, c'est le pays du pain. La boulangerie française, avec ses baguettes, ses croissants, ses miches croustillantes, est emblématique d'un art de vivre qui ravit ses visiteurs et qui fait la fierté de ses habitants. Être minotier en France - et qui plus est, dans cette belle région de Bourgogne, réputée pour sa gastronomie - c'est un honneur et une responsabilité. Une responsabilité quotidienne.**

Notre entreprise est née en 1921. C'était alors un modeste moulin déjà en avance sur son temps. Aujourd'hui, le Groupe Forest compte 160 salariés et réalise un chiffre d'affaire des 42 M€ (année 2013) qui le place au 11<sup>e</sup> rang des minoteries françaises. Forest est toujours une entreprise familiale. C'est aussi le premier moulin indépendant de France. Son siège social est basé à Bray, en Saône-et-Loire, tout près de Cluny (petite ville au passé prestigieux qui fut un haut-lieu de renouveau spirituel au cours du Moyen Âge).

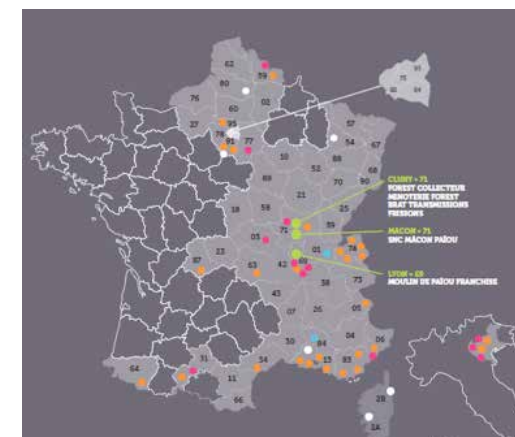
Nous transformons plus de 60 000 tonnes de blé par an et commercialisons plus de 80 variétés de farines. Celles-ci sont distribuées dans plus de 1 800 boulangeries, sur la grande moitié Est de la France, de Lille à Ajaccio. L'une des grandes forces de notre entreprise, c'est cette créativité, cette capacité à innover, à proposer des produits de qualité toujours mieux adaptés aux besoins des boulangers. Mais ça n'est pas que cela.

Le monde de la boulangerie a connu une mutation profonde au cours des dernières décennies.

Après une longue période où le pain a connu une standardisation appauvrissante sous l'influence de la grande distribution, les Français ont redécouvert le plaisir de la qualité et de la diversité. Ils ont retrouvé le chemin de leur boulangerie. Le métier s'est régénéré, a trouvé son second souffle. Cet élan collectif (des consommateurs et des mitrons) a avivé la concurrence dans un secteur d'activité qui, dans le même temps, devenait plus technique, plus complexe, et subissait un flot continu de contraintes réglementaires.

Notre rôle s'est alors transformé. Nous avons mis en place, dès 2009, un important dispositif de conseil et d'accompagnement au profit de nos boulangers. L'entreprise a constitué un large pôle de compétences en gestion, finances, marketing, management, communication. Aujourd'hui, les conseillers et les formateurs Forest sont à même de guider le boulanger dans toutes les phases de son activité, depuis le financement et l'acquisition jusqu'à la formation de ses salariés en passant par l'aménagement du lieu de vente et le suivi des relations clients.

C'est cela l'autre grande force de Forest : cette présence attentive, quotidienne, auprès des boulangers. Notre volonté et notre capacité à leur donner les meilleures armes pour assurer leur avenir.



# Une aventure familiale, une passion



Tout a commencé sur les bords de la Grosne, un petit affluent de la Saône. La première mention du Moulin de Coureau, propriété de l'abbaye de Cluny, date de 1627. On imagine, à cette époque, le grincement régulier des pales dans la brise campagnarde.

C'est en **1921** que Benoît FOREST et son épouse rachètent et modernisent la petite minoterie. Deux appareils à cylindres et deux paires de meules écrasent alors 2 tonnes de blé par 24 heures (300 tonnes aujourd'hui !).

En **1943**, Claudius et Émile Forest prennent la succession de leur père et agrandissent le moulin.

En **1960**, les dernières meules sont remplacées par six appareils à cylindres pour un écrasement de 50 tonnes par 24 heures. Jacques Forest, fils de Claudius, entre dans l'entreprise en 1968, bientôt suivi par ses frères André et Alain.

En **1973** le vieux moulin s'arrête. Un nouveau moulin est construit à Bray, sur le site actuel de l'entreprise. On écrase alors 120 tonnes par 24 heures.

Dans la nuit du 17 janvier **1987**, un incendie ravage le site. Une nouvelle unité de fabrication est reconstruite en trois mois. Les nouveaux équipements permettent d'écraser 200 tonnes de blé par 24 heures.

En **2000**, Karine Forest intègre l'entreprise dirigée par Alain Forest (son père). André, frère d'Alain, est directeur de production.

Depuis **2013**, l'entreprise est dirigée par Karine Forest. Alain Forest préside aux destinées du groupe. Nicolas Forest, cousin de Karine, est responsable commercial. Damien Forest, autre cousin de Karine, seconde la responsable d'exploitation.

Le moulin écrase 65 000 tonnes de blé par an. L'entreprise est toujours indépendante.

Elle livre plus de 1 800 boulangeries dans 54 départements dans la grande moitié Est de la France.

En **2009**, l'entreprise a racheté la franchise Moulin de Païou. L'enseigne compte à ce jour 25 boulangeries inscrites dans un positionnement haut de gamme. Un objectif d'une centaine de boulangeries Moulin de Païou est envisagé pour 2020.

# Les mots qui nous guident



## ■ audace

L'audace s'incarne parfaitement dans cette jeune femme dont l'image orne nos véhicules et même la façade de notre entreprise. Ce visuel ne parle pas seulement de la féminisation de notre encadrement. Laura (c'est ainsi qu'on l'appelle) symbolise une modernité décomplexée, libre et franche. Il faut de l'audace pour affirmer ses valeurs. Il faut de l'audace pour faire le pari que ce métier traditionnel de meunier est prêt à entendre un discours différent. Ce marketing décalé nous le revendiquons. Il signe notre confiance en l'avenir. Il nous ressemble.

## ■ créativité

Forest a presque un siècle d'existence. Aucune entreprise ne peut durer sans se réinventer en permanence. Bien sûr, il faut toujours écraser le blé pour faire de la farine. Pourtant, ce métier ne cesse de réclamer de l'imagination. Elle s'exprime chaque jour dans la relation entre Forest et ses clients. La boulangerie est devenue l'un des secteurs les plus concurrentiels.

Accompagner un boulanger, ça n'est pas seulement répondre à ses demandes ; c'est anticiper ses besoins et imaginer des solutions qui lui permettront - à lui aussi - de durer et de progresser.

## ■ responsabilité

Un monde dans lequel l'entreprise aurait le profit pour unique horizon serait un monde en danger. Pour Forest, la performance économique est indissociable de la performance sociale et environnementale. Notre croissance, nous la voulons responsable. L'entreprise doit être un lieu où toutes les compétences, tous les talents peuvent s'épanouir au bénéfice du collectif. Nous avons le souci de notre empreinte écologique, au-delà de ce que les normes nous dictent. Nous sommes convaincus que cette exigence sera de plus en plus un facteur de réussite et de pérennité.

## ■ confiance

« Elle se gagne par gouttes et elle se perd par litres » disait Valéry. Pour une entreprise, la confiance est un capital. Elle libère l'esprit et elle fluidifie toutes les relations. Elle permet d'avancer plus vite et de réparer plus facilement les erreurs. Nos clients boulangers sont des entrepreneurs qui gèrent quotidiennement des contraintes multiples. Le premier service que nous pouvons leur rendre, c'est l'assurance de notre écoute, de notre disponibilité et de notre capacité à apporter rapidement la solution espérée.



## Une entreprise qui croit **aux femmes**

### **Karine Forest, dirigeante**

Karine Forest dirige l'entreprise familiale depuis 2103. La farine, elle connaît depuis qu'elle sait marcher. À 6 ans, elle accompagnait son père, Alain, le dimanche matin lorsque celui-ci descendait au moulin rajouter une commande urgente de farine. La minoterie n'était pas un destin joué d'avance. Après des études de BTS commerce international, Karine a intégré la Minoterie au service transaction de fonds.

Elle est aujourd'hui à la tête du premier moulin indépendant de France, une entreprise de 160 salariés dont la majorité des postes d'encadrement sont tenus par des femmes. Elle est aussi la maman d'une petite fille de 12 ans.

**59 % des cadres de Forest sont des femmes, dans un métier traditionnellement très masculin. Cette féminisation procède-t-elle d'une intention ?**

Pas du tout. Quand un poste est à pourvoir, je raisonne en terme de compétences et de personnalité. Pour les postes d'encadrement, les candidats hommes sont majoritaires, et l'on reçoit donc plus d'hommes que de femmes. Si celles-ci retiennent davantage mon attention, c'est parce que j'attribue autant d'importance aux qualités relationnelles qu'au savoir-faire professionnel.

**Et dans ce registre, vous trouvez les femmes plus capables que les hommes ?**

Une généralité est toujours abusive. Disons que, dans la grande majorité des cas, elles sont moins encombrées par leur ego. Un homme aura plus souvent le souci de briller. Je trouve les femmes

plus à l'écoute des besoins du groupe. Si une femme doit accueillir un nouveau salarié, elle l'accompagnera avec plus d'attention, et ce nouveau venu sera plus rapidement efficace. C'est cette attitude qui m'intéresse. Je veux une équipe d'encadrement qui sache révéler le meilleur de chacun.

***Mais le désir de briller, c'est aussi le goût de la performance.***

Peut-être, mais la performance qui compte, à mes yeux, c'est celle du collectif. Surtout à notre époque, où l'on doit s'adapter en permanence, et très vite. La clé de l'innovation, c'est le partage et la transversalité. Les femmes se barricadent rarement dans leurs prérogatives. Elles ont moins peur de perdre leur parcelle de pouvoir. Nous avons besoin de cet esprit d'écoute et d'ouverture.

***Mais vos clients boulangers sont des hommes, majoritairement...***

Ce sont des entrepreneurs. Et un entrepreneur, il a besoin de fiabilité. Surtout dans un monde où rien n'est jamais stable. Il veut se sentir en confiance, savoir qu'on entend vraiment ses demandes, et être certain que l'on œuvre sincèrement pour lui. Je suis persuadée qu'ils savent que ces qualités, l'écoute, l'attention, la générosité, sont plus naturellement féminines. Les hommes sont capables de la même générosité, mais pour l'obtenir, la présence des femmes n'est pas inutile. Elles créent un climat qui fertilise ce type de valeurs.

## Beatrice Deflandre

### Directrice d'exploitation



Le poste de direction d'exploitation est sans conteste celui où l'on s'attend le moins à voir une femme. Mais le CV de Béatrice avait de quoi retenir l'attention de Karine Forest. Après un Bac scientifique, un BTS de meunerie, un certificat d'assurance qualité en industrie céréalière, et un diplôme d'État d'Artisan Boulanger, cette parisienne d'origine a fait ses armes dans l'alimentation animale, puis la meunerie en tant que responsable qualité, avant de devenir chef d'entreprise en boulangerie pâtisserie, et enfin responsable de production en boulangerie industrielle.

*« J'avais une solide expérience mais j'ai du faire mes preuves à nouveau, ce qui est normal. S'il y a eu un peu gêne, au début, elle n'a jamais été de mon côté. J'ai toujours travaillé avec des hommes, et toujours en bonne intelligence. Je pense avoir l'émotionnel qu'il faut pour cela. La crédibilité technique fait le reste. Je pense même qu'une femme, une fois qu'elle a prouvé ses compétences, bénéficie d'un respect supplémentaire. Et s'il se produit des frictions, parfois, ce qui est inévitable, tout se règle par le dialogue et la raison. La fermeté est toujours acceptée quand elle repose sur le respect. C'est en tout cas la façon dont j'incite les chefs de services à manager leurs équipes. En réalité, je nous crois tous capables, hommes et femmes, de faire la même chose ».*

## Isabelle Laveille

### Directrice du marketing et des systèmes d'information



Lorsqu'elle se mit à chercher un poste dans le marketing, en sortant de l'Ecole Supérieure de Commerce de la Rochelle, Isabelle n'imaginait pas retourner en Saône-et-Loire, sa région d'origine.

*« C'est l'APEC qui a envoyé mon CV à FOREST, sans même me le dire. J'y suis maintenant depuis 17 ans. Mon poste a beaucoup évolué, surtout depuis l'arrivée de Karine Forest. Nous avons mis en place un marketing décalé, qui détonne dans l'univers un peu traditionnel - et même un peu macho - des moulins.*

*La féminisation de l'encadrement ? Je l'ai vu se mettre en place, au fil des ans. Je pense que l'entreprise y a gagné une certaine sensibilité créative et esthétique, qui se voit dans notre communication. Et peut-être, aussi, une approche plus consensuelle des décisions. »*

*Isabelle est mariée. La famille vit dans un petit village de la proche campagne. C'est son mari qui s'occupe de leurs jumelles de 11 ans. « Nous avons inversé les rôles. Et tout le monde s'y retrouve. »*

## Virginie Moulinier

### Responsable service comptabilité



Virginie est attachée à sa région. Elle a fait ses études de comptabilité à Mâcon, sa ville d'origine, et elle vit avec ses deux petites filles à Cluny, célèbre cité médiévale du Mâconnais.

Elle est entrée à la minoterie Forest en 1999. Elle a « fait son chemin », elle aussi, dans l'entreprise. Elle est aujourd'hui responsable du pôle comptable.

La féminisation de l'encadrement ? Elle dit que ce n'est rien d'autre qu'un principe d'égalité, et que c'est encourageant pour toutes les femmes de l'entreprise.

Chacune a la preuve que les efforts seront justement récompensés. La différence au quotidien ? Sur le fond, hommes et femmes poursuivent des objectifs communs. Tout au plus Virginie reconnaît-elle aux femmes une tendance à davantage concilier les points de vue au moment de prendre des décisions. Mais tout le monde est sur le même navire.

## Magali Gatinet

Responsable service administration  
des ventes



C'est par une petite annonce que Magali est entrée en contact avec l'entreprise. Forest cherchait une standardiste pour un remplacement. Dix-sept ans plus tard, la jeune femme coordonne et accompagne une équipe de télévendeuses en relation avec les boulangeries.

La place des femmes dans l'encadrement, Magali y est sensible. C'est pour elle un symbole de modernité. « Ça procure une certaine fierté ; savoir que l'on appartient à une entreprise qui est un peu en avance sur son temps. Quant à notre relation quotidienne avec les artisans boulangers, elle est à la fois rigoureuse et surtout basée sur l'écoute. Je pense qu'ils apprécient ce mélange de sérieux et de gentillesse de la part de leurs interlocutrices ».

## Céline Michaud

Responsable qualité, sécurité et  
environnement et responsable achats



Céline ressemble à l'idée que l'on se fait d'un responsable achats. Quand on aborde avec elle la question de la féminisation de l'entreprise, elle écoute, sans ciller. Elle laisse venir. Oui, elle sait, Forest se distingue par le nombre de femmes à des postes clés. So what ? Sa placidité désarçonne un peu son interlocuteur, forcé de préciser ses questions. « Vous êtes sensible à cette particularité ? » Sa réponse est économe. « Non ». En plus de ses fonctions de responsable achats, Céline Michaud dirige l'équipe « QHSE » depuis 2014. Sécurité, gestion des risques... on comprend que son rôle dans l'entreprise induit un solide sang-froid et une grande maîtrise de soi. On tente tout de même de revenir au sujet de l'interview. « Pensez-vous que cette prééminence des femmes encadrantes change quelque chose au quotidien ? ». Réponse tout aussi claire. « Non ». Puis elle regarde sa montre.

## Marie-Odile Picard

Responsable analyse financière



Lorsqu'elle intègre Forest en 2011, Marie-Odile a déjà une solide expérience des milieux professionnels où les hommes dominent, notamment le secteur agricole. Ingénieure agricole elle-même, armée d'un DESS en gestion et administration des entreprises, elle a conseillé des dirigeants qui n'ont pas toujours l'habitude d'écouter les femmes. « Ça s'est pourtant toujours bien passé, même s'il faut doublement faire la preuve de ses compétences quand on est une femme. En arrivant chez Forest, dans cet univers un peu macho - osons le dire - de la boulangerie, j'ai eu la surprise de découvrir une entreprise où personne, ni chez les clients, ni en interne, ne discute la légitimité des femmes qui exercent des postes de direction. Le bénéfice le plus notable de cet état d'esprit, c'est que toutes les femmes de l'entreprise savent que leurs efforts ne se heurteront jamais à des questions de genre ».



# Et les hommes

dans tout ça ?



Les hommes ? Ils sont 83 à la maison mère, soit 79 % de l'effectif, et 41 % du personnel d'encadrement. Ils n'ont pas le sentiment de faire partie d'une entreprise dont les postes clés seraient réservés aux femmes (une sorte de « *plafond de verre* » d'un genre inhabituel). La patronne est une femme. Soit. La responsable de production aussi. Ça, c'est un peu plus rare, ils en conviennent. Quand on se promène dans les ateliers et les labos, on recueille des commentaires (faussement ?) blasés, ou étonnés. « *Vous venez de quelle planète ? C'est un sujet, ça, en 2015, les femmes aux commandes ? Vous pensiez peut-être qu'une entreprise de province est forcément moyenâgeuse ?* » On sent poindre parfois une certaine fierté, comme si cette prééminence féminine, vécue comme parfaitement normale, prouvait la modernité de ces messieurs. Si certains se sentent moins à l'aise, ils l'expriment avec humour. « *On aura toujours besoin de nos bras pour porter les sacs de farine.* »

Et puis il reste des bastions masculins. Enfin, un bastion masculin. Ou plutôt : il restait. L'équipe commerciale, masculine de toute éternité, vient d'intégrer une jeune recrue, Camille Hassan. Quand les 25 commerciaux ont appris la nouvelle, un mois avant l'arrivée de la jeune femme, des sourires ont été échangés. Ça devait arriver un jour. Alors on pose innocemment la question à Nicolas Forest, le responsable commercial. « *Vous pensez que ça peut avoir une influence positive sur l'équipe* ». Lui aussi sourit, comme s'il savait déjà : « *Très certainement* ».

Camille a pris ses fonctions le 2 février. Visites clients, dès le premier jour. Le soir, son superviseur a rendu compte à Karine Forest. « *Elle est à l'aise, et elle a de la répartie. Mais elle écoute, elle pose beaucoup de questions.* » Karine Forest a hoché la tête. « *C'est bien.* ».



## La minoterie Forest : des produits ...

### Pas de bonne farine sans blé de qualité



Elles s'appellent Florentine, L'Originale, L'Antik, Kraken, Patois, Grainette...

Nos boulangers ont le choix entre 80 références ! Toutes nos farines sont fabriquées dans le moulin familial de Bray à partir de blés 100 % français pour nos farines haut de gamme.

Nous demandons à chacun de nos fournisseurs de répondre à un cahier des charges très strict en termes de qualité et de sécurité. Ainsi, nous excluons systématiquement tout approvisionnement OGM (Organismes Génétiquement Modifiés).

Dans un souci de respect du développement durable, le moulin favorise les achats locaux. C'est ainsi que nos blés proviennent majoritairement de producteurs de la région Bourgogne et des proches départements.

L'utilisation d'insecticides de stockage est limité pour la conservation des blés en silos.

### Innover, toujours et encore

Rien n'est plus délicat et subtil qu'une farine. Telle mouture donnera des propriétés fabuleuses pour un usage bien précis. Mais très vite, le boulanger, toujours en quête de perfection, souhaitera un peu plus de couleur, une meilleure hydratation ou un meilleur développement.

Chaque jour nos techniciens expérimentent de nouvelles moutures, dans un dialogue permanent avec les boulangers. Ce perpétuel retour d'expérience, ajouté à l'instinct de nos concepteurs, ajouté aux progrès des équipements... nous permet, depuis presque un siècle, d'offrir aux boulangers des farines toujours plus performantes.

### Une entreprise amicale avec son environnement

Dans la famille Forest, Marie-Louise, dite Lisette, épouse de Claudius et grand-mère de Karine Forest est restée illustre pour son éternel « Faut pas gâcher ! ».

Alors on ne gâche pas. On recycle avec rigueur tout ce qui peut être recyclé. On mesure tous les rejets et on s'efforce de les réduire, année après année. Les tournées des camions sont optimisées par un logiciel qui supprime les kilomètres inutiles.

L'approche environnementale de l'entreprise balaie l'intégralité de ses activités, depuis l'amont (la limitation des insecticides de stockage des blés), jusqu'au l'aval (recherche de diminution des gaz CO2 par les véhicules de livraison, usage de produits de nettoyage soucieux de l'environnement, ...).

# ...mais aussi des services, un accompagnement

## Toujours plus proches des boulangers

Année après année, Forest étend et perfectionne la gamme de ses services aux boulangeries.

Le boulanger entrepreneur ou investisseur peut être accompagné dans toutes les fonctions de son entreprise, à toutes les phases de son projet :

### - FINANCES ET GESTION

Analyse financière, transaction de fond, Forest accompagne le boulanger pour l'aider à préparer son entreprise de demain à travers des audits financiers, des formations, la mise en place de plan de financement, des conseils sur la structure de sa prochaine création...

### - MARKETING ET COMMUNICATION

L'équipe marketing Forest intervient auprès de la boulangerie comme une agence de communication. Forest encourage le boulanger à développer sa propre identité et à ne pas disparaître sous une marque meunier. Il propose d'étudier la problématique de chaque cas et de mettre en face un plan d'actions marketing répondant au budget et aux attentes des boulangers : création d'un logo, campagne de communication, mise en place de PLV propre au magasin..

### - FORMATION

Forest est organisme de formation et développe les contenus de ses formations avec l'Institut National de la Boulangerie Pâtisserie à Rouen. Forest propose également des ateliers et des cycles de conférences. Des formations ainsi que du management, de la gestion, des techniques boulangères ou encore de la vente, sont proposés aux boulangers.

### - APPUI TECHNIQUE

Des techniciens de panification assurent à la fois le service avant-vente et après-vente : démonstration de nouveaux produits, réglage par rapport à un nouveau matériel, recherche d'optimisation de l'organisation du fournil.

### - APPUI JURIDIQUE

Le service QSHE est présent pour répondre aux questions d'ordre réglementaire telles que par exemple : comment mettre en place la nouvelle législation concernant l'étiquetage des allergènes en boulangerie ?

### - APPUI COMMERCIAL

Le service relation client est à l'écoute au quotidien. Il est un atout fort dans l'organisation du client en terme d'approvisionnement

# Les projets d'avenir

## Un nouvel OPTIMATIN !

FOREST a lancé OPTIMATIN avec succès en 2005.

En 2015, OPTIMATIN revient dans une formule encore plus savoureuse !

OPTIMATIN est un pain spécialement conçu pour une alimentation équilibrée. Développé avec le nutritionniste Claude Godard, OPTIMATIN est un pain de consommation courante, riche en fibres et pauvre en sel. Il apporte à l'organisme un concentré alimentaire efficace pour être en forme pour la journée. C'est le pain idéal des sportifs, des enfants et de tous ceux qui veulent maîtriser leurs apports journaliers.

OPTIMATIN se présente sous forme de baguette segmentée en vue de répartir au mieux la consommation de pain pour la journée.



## Bientôt de nouveaux locaux !

Plus spacieux, plus beaux, plus confortables...

L'année 2016 sera à marquer d'une pierre blanche. Le site historique de Bray va se transformer. Des nouveaux locaux, destinés à accueillir de nombreux collaborateurs, seront conçus dans un esprit architectural moderne : showroom pour les clients, salles de réunion...



## MINOTERIE FOREST

Moulin de Coureau, 71250 Bray

N'hésitez pas à nous contacter :

**[isabelle@minoterie-forest.com.fr](mailto:isabelle@minoterie-forest.com.fr)**

Tél. : **03 85 50 37 60**

ou : **06 71 11 90 68**