



## Jean-Pierre Crouzet : le lien entre Univers Boulangerie... et la Confédération

acteurs de la filière et de nos essentiels partenaires sociaux.

### Le management

Pour répondre à vos souhaits exprimés dans l'enquête de satisfaction d'Univers 2009, « le management des entreprises », nous avons choisi Lionel Bellanger, professeur associé à HEC ainsi que des témoins professionnels de grandes entreprises : Kraft Food, Métro et GDF - Suez.

### Diversité des pains et tendances

Nous devons connaître les nouvelles de la consommation, observer la montée du street food, connaître la vision des acteurs tendances et celles des autres pays. Gérard Brochoire, Directeur de l'INBP, viendra nous en parler et je remercie chaleureusement celles et ceux qui participent à cette table ronde.

### Comprendre, maîtriser, anticiper les évolutions

Lors de ce débat très attendu, nous accueillons d'éminents observateurs de la vie politique et économique : Claude Allègre et Luc Ferry. A lui seul, ce débat est un événement qui fera date, sur l'innovation et l'évolution... C'est aussi, nous l'espérons, un débat entre eux, avec nous, un vrai moment fort de portée nationale.

### Les temps forts de notre confédération

Je manquerais à mon devoir et à ma fonction de Président si je n'évoquais pas l'action de notre Confédération et les temps forts de l'année écoulée.

Notre Confédération est un lieu d'échanges permanents entre ses instances statutaires (Bureau, Conseil d'Administration, Assemblée Générale, Commissions), pour la représentation, la convergence des problèmes à résoudre, la négociation, la réflexion, l'anticipation, la mise en place des stratégies.

C'est aussi un lieu d'expertise juridique et économique, de communication et de stratégie d'influence à la disposition de l'ensemble de la profession.

### Négociation sociale et formation

Négociation et évolution de la convention collective, suivi de la gestion de notre prévoyance et de la complémentaire santé, sont au cœur de nos préoccupations quotidiennes.

La qualité et la diversité de la formation, sa modernisation, c'est notamment le rôle de notre INBP qui travaille actuellement à la mise en place d'une formation destinée à préparer l'installation, à devenir chef d'entreprise en boulangerie.

L'INBP, c'est aussi un hébergement de plus de 70 chambres, mises à la disposition des stagiaires.

### Le financement de la formation professionnelle

Avec nos partenaires sociaux, nous suivons attentivement la réforme des OPCA (Organismes paritaires collecteurs agréés). Nous avons le devoir d'anticiper sur les années à venir et de réfléchir sur les meilleures conditions du regroupement afin de défendre les intérêts de nos entreprises et de leurs salariés qui financent la formation.

### Les relations institutionnelles

Notre présence est constante auprès de l'administration, du gouvernement, des élus, parlementaires et collectivités locales.

C'est aussi notre participation au salon Européen et la visite à notre invitation du Professeur Houssin, Directeur Général de la Santé avec qui nous préparons une charte d'engagement collective sur le sel, qui nous évite une réglementation et ses conséquences...

C'est encore le cahier des charges des produits utilisés en boulangerie. Les travaux devraient être rendus en début d'année 2011, pour aboutir à ce que les matières premières que nous utilisons soient de qualité irréprochable, démarche préalable à une communication sur les produits signés « Maison ». C'est aussi notre participation à l'interprofession. Président de la Confédération Générale de l'Alimentation de Détail, vice-président de la Confédération Européenne de la Boulangerie Pâtisserie, mon ambition est de promouvoir l'économie de proximité alimentaire qui représente 330 000 entreprises réparties sur 18 branches professionnelles et génèrent près de 100 milliards de chiffre d'affaires, soit 25% de la distribution alimentaire en France.

A la vice-présidence de la CEBP, je salue ici son président, mon ami Henri Wagnier du Luxembourg et lui assure mon soutien au Comité Économique et Social Européen où je représente tout l'artisanat français.

### Une nouvelle identité visuelle

C'est un dossier clé pour le positionnement de notre métier. L'Assemblée Générale du 2 décembre 2009, sur proposition du Bureau de la Confédération, a adopté le changement d'identité visuelle de notre métier.

Ce nouveau signe visuel nous permet de marquer notre identité de métier dans un univers où la marque est devenue un signe de ralliement pour le consommateur et où notre métier est de plus en plus attaqué sinon singé de toutes parts, industriels comme terminaux de cuisson.

Curieusement, alors que nous avons fait reconnaître notre métier par la loi du 25 mai 1998, nous n'avons pas su profiter de cette différenciation qui nous était reconnue à l'unanimité des parlementaires.

En associant cette disposition de la loi avec notre identité visuelle, sans sectarisme vis-à-vis des adhérents ou non adhérents, nous nous réapproprions clairement notre métier dont l'image s'était diluée, y compris dans l'esprit du consommateur.

Ainsi la création de cette nouvelle enseigne, générique et institutionnelle, met en avant notre métier et son produit phare, le pain. Elle est un signe de ralliement pour le consommateur vers le professionnalisme et la qualité, à l'instar de la croix verte du pharmacien ou de la carotte du débitant de tabac. Elle nous installe comme référent de la proximité. Nous devons désormais tous nous approprier collectivement notre nouvelle identité et marquer ainsi concrètement notre attachement aux valeurs que nous partageons, l'enjeu étant notre propre existence.

### Faire valoir notre différence

Grâce à nos efforts de créativité et à la qualité nos produits, nous avons fixé le décor et limité l'impact de la concurrence, en maintenant notre part de marché à un taux élevé. Nos entreprises sont perçues comme des entreprises à taille humaine, pleines de chaleur et d'accueil. Nous devons sans cesse ré-enchanter les clients en leur donnant des raisons de préférer venir chez nous et d'y revenir. L'appropriation de la proximité est à la portée de nos mains vis-à-vis de la grande distribution.

L'appropriation du conseil de santé l'est aussi, c'est une de nos responsabilités. La transparence est le lien direct entre celui qui fabrique et celui qui conseille.

### Montrer notre unité

On nous attend, on nous observe, je dirais même on nous cherche...sur le sel, sur les allergies, sur la qualité et la diversité de nos produits, sur la pertinence des allégations, sur le prix du pain et j'en passe...cette liste n'est pas exhaustive.

C'est très bien puisque cela témoigne de notre existence, de notre autorité, mais aussi de notre capacité à nous engager collectivement sur tous ces sujets, tout en conservant notre individualité créatrice. J'ai confiance en l'avenir si non restons mobilisés, tous ensemble.

En avant la Boulangerie Française ! ● >>>

« Bienvenue à la 5<sup>e</sup> édition d'Univers Boulangerie, le rendez-vous de la profession maintenant bien installé, preuve de sa valeur ajoutée et l'intérêt de son existence.

Dès à présent, je voudrais remercier nos partenaires sans qui cette manifestation ne pourrait avoir lieu : l'Association nationale de la meunerie française, Passion Céréales, la Chambre syndicale française de la levure, Ekip l'association des équipementiers, AG2R-La Mondiale, GDF Suez, MAPA, RCBF, Banque Populaire, ainsi que les prestataires et conseils qui ont participé à la mise en place du programme, à son marketing, à sa communication et à sa réalisation.

### Pourquoi Univers Boulangerie

Dans un monde du commerce en pleine mutation, dans notre métier qui l'est aussi, il m'est apparu essentiel qu'ensemble, une fois par an, nous prenions un temps de réflexion. C'est cela Univers Boulangerie.

Pour se rencontrer, échanger, partager entre boulangers, acteurs de la filière, partenaires, fournisseurs. Nous devons nous parler, échanger, partager nos idées, nos expériences, nos savoir-faire et aussi nos interrogations.

Pour écouter les experts, ceux qui du dehors ou à l'intérieur de notre métier, ont un regard qui nous intéresse.

Pour comprendre et réfléchir avec eux les mutations et les nouveaux enjeux de la société et du commerce moderne.

Pour maîtriser et anticiper les évolutions et fixer nos propres objectifs d'adaptation et de progression.

### Les moments forts d'Univers Boulangerie 2010

Cette année encore, nous avons souhaité un programme riche, éclectique et plein de diversité.

### L'économie du pain

Le débat sur l'économie et le prix du pain que nous avons eu hier soir, a été un vrai moment de vérité et de transparence, en présence des ténors de la défense des consommateurs, des