MONOGRAPHIE D'ENTREPRISE

Brioche Pasquier

SOMMAIRE

I. Le groupe Brioche Pasquier
   A. Historique de l'entreprise
   B. Les différents secteurs d'activité
      1. Structure par division
      2. Brioche
      3. Pâtisserie
      4. Biscotte
      5. International
   C. Une SAS à forte culture d'entreprise

II. Analyse de l'environnement de l'entreprise
   A. Données actuelles
   B. Analyse macro-économique
   C. Analyse micro-économique

III. L'organisation interne de l'entreprise
   A. Département Ressources Humaines
   B. Département Production
   C. Département Logistique - MP
   D. Département Commercial

IV. Pasquier, une flexibilité et une adaptabilité à toute épreuve
   A. Tourné vers l'écologie
   B. De nouvelles technologies
   C. De nouveaux concepts

V. Fiches métiers
   A. Responsable gestion Méthodes et Projets
   B. Responsable gestion RH
   C. Responsable gestion de Production

VI. Réflexion personnelle
   A. Forces et faiblesses
   B. Impressions générales de la monographie

Avant-Propos

Dans le cadre de nos études, nous devions réaliser un dossier de monographie d'entreprise.

Le but de ce projet est avant tout d'acquérir une première approche de l'entreprise. Pour cela, il nous est proposé d'observer une entreprise et d'étudier son fonctionnement, que ce soit en interne ou en externe. Des groupes d'étudiants (de 5 personnes) sont alors formés et collaborent ensemble dans l'élaboration de ce projet. Ainsi, l'entreprise Brioche Pasquier des Cerqueux nous a donné l'opportunité de réaliser notre étude sur leur société. La visite de l'entreprise des Cerqueux, vivante et dynamique, a été pour nous, gros consommateurs de Pitch, un régal !

Remerciement

Nous voulons remercier l'entreprise Brioche Pasquier des Cerqueux, et tout particulièrement le Directeur du site, Monsieur Pascal Pasquier, qui a donné son accord vis-à-vis de notre demande de monographie.

Nous remercions également les professionnels que nous avons rencontrés, tout particulièrement Monsieur Gouraud, responsable Méthodes et Projets, Madame Suteau, responsable des Ressources Humaines et Madame Bérault, responsable de la gestion de Production, de nous avoir consacré de leur temps et de nous avoir accueilli avec chaleur et enthousiasme à la vue de notre projet. Leurs informations, renseignements et autres conseils nous ont permis d'enrichir notre dossier et de nous apporter un point de vue essentiel sur l'entreprise.

Introduction

En 1974, naissait la société Brioche Pasquier, à partir de la boulangerie familiale. En 35 ans, l'entreprise s'est beaucoup développée, et se place aujourd'hui en tant que leader sur le marché, tout en conservant l'esprit traditionnel adapté à l'industrialisation qui a fait son succès. Pasquier et un groupe très connu et surtout reconnu pour ses inimitables brioches et pâtisseries, qui font le plaisir des petits comme des grands.

Brioche Pasquier, c'est 16 sites de production en France et en Espagne, 1 site aux États-Unis, et 3 filiales commerciales en Europe. Brioche Pasquier, c'est aussi une croissance de 16.93 % entre 2009 et 2013, un chiffre d'affaire de 617 508€, 3167 salariés, et une rentabilité de 4.08% (en 2013).

I. Le groupe Brioche Pasquier

A. Historique de l'entreprise: principales étapes de l'évolution de l'entreprise

1936 Gabriel Pasquier ouvre une boulangerie aux Cerqueux, c'est le point de départ de l'aventure.

1974 Brioche Pasquier voit le jour et se spécialise dans la fabrication de viennoiseries. Comme il était fréquent à l'époque que les boulangeries proposent également la distribution d'aliments pour le bétail, Agri-Pasquier a été créé pour développer cette activité.

1977 Construction de la première usine aux Cerqueux. Les premiers produits fabriqués sont la briochette par 6 et la brioche tressée.

1986 Construction du site de Charencieu. Fabrication de produits frais oblige, un nouveau site de production voit le jour, pour être plus près des consommateurs et des clients. Puis ce sera le site d'Etoile en 1989, Le Châtelet en 1992, puis Aubigny en 2000. Création de la célèbre marque PITCH, cette fameuse brioche fourrée et emballée individuellement qui faisait preuve d'innovation pour l'époque.

1991 Naissance de l'activité Pâtisserie. La production démarre sur le site historique des Cerqueux puis s'étendra à Vron en 1992, Etoile en 1999, puis Saint Valéry en 2006.

1998 L'entreprise veut voir au-delà de ses frontières et déploie son activité en Europe avec la création de filiales commerciales: les produits Brioche Pasquier débarquent en Angleterre, en Belgique, en Espagne et en Italie.

.

2001 Acquisition de l'entreprise Recondo. Brioche Pasquier part à la conquête de l'Espagne avec la Brioche.

2004 après avoir tissé des liens avec Cholet Basket de 1988 à 1998, l'entreprise devient partenaire officiel de la Coupe de France de football et se rapproche du Puy du Fou, deux histoires qui durent depuis plus de 10 ans !

2006 Naissance de l'activité Biscotte. Brioche Pasquier rachète Auga (Andrézieux), SOPAFI (Saint-Herblain) et Albatros (Fontenay). Après la construction d'un site à Irun en 2004, une nouvelle usine voit le jour à Brissac en 2008. L'activité Biscotte se structure, notamment avec la mise en avant de la marque "Les Grilletines".

2008 l'entreprise se structure autour de 5 activités avec la création de l'activité International qui vient s'ajouter à la Brioche, la Pâtisserie, la Biscotte, et Agri.

2012 l'activité internationale prend de l'ampleur avec l'acquisition de Galaxy Desserts en Californie, sans oublier l'Asie avec la création d'un bureau à Séoul en Corée.

2013 les partenaires sportifs poursuivent avec l'arrivée de Teddy Riner. Le champion de Judo est intégré à la communication mise en place autour de PITCH.

B. Les différents secteurs d'activité

UNE STRUCTURE PAR DIVISION

1972: Gabriel Pasquier, boulanger et père de famille de onze enfants, meurt subitement. Les aînés décident alors de reprendre l'affaire familiale. "Nos maîtres mots de l'époque, qui perdurent, reposaient sur qualité et proximité, nous les avons fait conjuguer avec l'industrialisation et la grande distribution en plein essor." explique Pascal, actuel PDG arrivé en 2009. Allier proximité et industrialisation sont les facteurs clés de leur "succes story", ayant amené une petite boulangerie familiale à une firme internationale sans partir des Cerqueux.

Le groupe Brioche Pasquier a opté pour une organisation structurelle par division. C'est une structure adaptée pour l'entreprise du fait de sa présence à l'international et de sa production différenciée (Brioche, Biscotte, Pâtisserie).

Cette organisation lui permet d'avoir un centre de profit autonome pour chaque activité et par-dessus-tout une bonne adaptation du terrain. Avec cette structure, chaque site de production s'occupe de l'activité (ou des activités) qui lui est attribuée, ainsi que de son découpage territorial, et peut ainsi s'adapter à la consommation, la demande, le pouvoir et le vouloir d'achat qui diffèrent selon chaque région.

Le groupe Brioche Pasquier a reçu le prix de l'entrepreneur de l'année, pour sa capacité à allier industrie et proximité (prix organisé par Ersnt & Young)

ACTIVITE BRIOCHE

Pasquier revendique aujourd'hui le rang de premier producteur français de brioches, avec 37% des parts de marché et une production quotidienne d'environ 9 millions d'unité, en passant du Pitch (petite brioche fourrée) à la brioche vendéenne traditionnelle. C'est l'activité au cœur de l'entreprise. Elle représente plus de 50% du chiffre d'affaire et est repartie sur 5 sites de production différents: les Cerqueux, Aubigny, Châtelet, Charancieu, et Étoile sur Rhône.

80% des brioches qui sortent de l'usine sont à marque Pasquier, le reste étant à marque des différents distributeurs (marque Carrefour, Casino, Auchan,...).

ACTIVITE PATISSERIE

Les pâtisseries sont vendues en CHD (consommation hors domicile), c'est à dire aux professionnels de la restauration. Les ventes en CHD représentent 55% des ventes de pâtisseries. Le reste est vendu en GMS (grandes et moyennes surfaces), et représente donc 45% des ventes. L'activité Pâtisserie représente 25% du chiffre d'affaire du groupe et 30% de leur activité. Pour l'activité Pâtisserie, Pasquier est leader en ce qui concerne la production de macarons.

L'activité est présente sur 4 sites de production: les Cerqueux, Saint-Valéry, Vron et Etoile. Les produits de cette activité sont pour la plupart des produits ensuite surgelés.

ACTIVITE BISCOTTE

Cette activité est répartie sur 6 sites de production: Saint Herblain, Brissac, Fontenay, Andrézieux, Recondo et Irùn en Espagne. Ce sont, dans les 6 cas, des rachats d'entreprises. 80% de l'activité Biscotte est à marque distributeur et représente 20% du chiffre d'affaire du groupe.

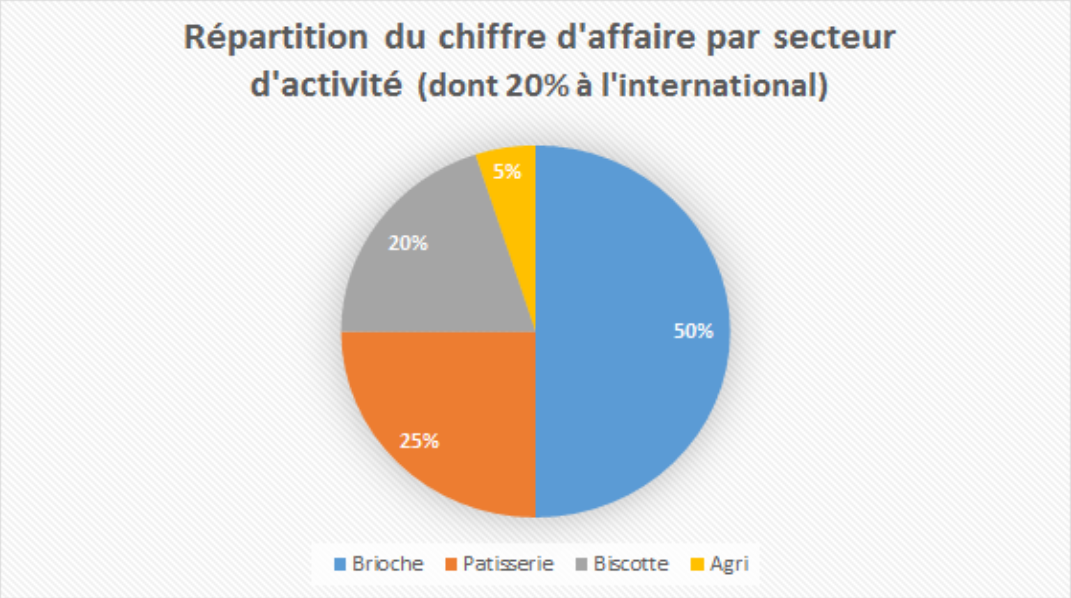
Brioche Pasquier à conscience que le groupe ne pourra pas concurrencer sur le marché, du fait des leaders déjà bien implantés sur ce segment. Cependant, elle souhaite tout de même développer cette activité, qui représente 20% du chiffre d'affaire de la compagnie. La stratégie d'innovation adoptée pour amener de nouveaux produits sur le marché et essayer de se différencier des produits de base (ex: les Grilletines) fait de Pasquier un challenger sur le marché de la biscotte avec près de 8% des parts de marché.

ACTIVITE INTERNATIONAL

L'activité internationale s'entend sur 5 sites différents.
Les ventes à l'international représentent 20% du chiffre d'affaire commercial global. Il y a 1 site de production aux États-Unis, qui est un rachat d'entreprise (Galaxy Desserts) et 4 filiales commerciales en Belgique, Allemagne, États-Unis et Corée. De plus, un site est en pleine construction en Angleterre.

Pascal Pasquier, actuel Président du groupe, a dit "La proximité, l'ancrage territorial, est déterminant. Surtout à l'international pour saisir la complexité culturelle d'un pays."

Du fait de la mondialisation, les entreprises doivent adopter un management interculturel. En effet, leurs produits vendus à l'international n'ont pas le même usage dans chaque pays. Aux Etats-Unis, par exemple, les brioches sont utilisées comme pain de hamburger, en Espagne, ils servent à faire des Tapas, et en Angleterre, il existe un Pitch saveur Citron.



C. Pasquier: une SA à forte culture d'entreprise

UNE VALEUR FONDATRICE : l'authenticité

Brioche Pasquier dispose d'un savoir-faire: des recettes simples et authentiques garanties par des matières premières sélectionnées avec soin, tout en respectant les méthodes traditionnelles et une démarche écoresponsable. L'entreprise Brioche Pasquier tient à garder l'authenticité qui lui a valu son succès.

UNE RELATION DE RECONNAISSANCE

Ensuite, nous pouvons dire que Pasquier a une culture d'entreprise très forte et tient avant tout à garder sa dimension familiale d'antan. Elle a préservé des valeurs comme la reconnaissance de ses salariés et la proximité constante avec eux, une relation de confiance entre ses clients et ses fournisseurs, une valorisation des compétences de chacun et la recherche commune de l'excellence.
Sa devise est « La réussite passe par l'Homme ».

UNE CULTURE FONDEE SUR LA RESPONSABILITE

Pour accompagner cette politique managériale, chaque personne est responsable de ce qu'il fait, de ses actions au sein de l'entreprise. La responsabilisation est une valeur forte au sein du groupe. Pasquier mise également sur la formation de ses salariés et le développement de leurs compétences. Durant les formations, ils intègrent les règles sociales de l'entreprise et les compétences nécessaires aux individus qui le souhaitent pour " s'élever dans les échelons" de l'entreprise. Ceci n'est possible que si le comportement de l'individu en question est adapté : Brioche Pasquier donne plus d'importance au comportement qu'aux compétences en elles-mêmes.

40 ANS DU GROUPE : UNE SORTIE AU PUY DU FOU A L'AMBIANCE FAMILIALE

On peut citer pour exemple l'anniversaire des 40 ans de l'entreprise, où les 5 frères fondateurs du groupe ont invité tous les salariés de la SA pour une sortie au Puy du Fou. Mme Isabelle SUTEAU, la DRH que nous avons rencontré, en garde un très bon souvenir. Ceci démontre une volonté de proximité entre les salariés et leurs responsables, et ainsi la conservation d'une valeur familiale forte au sein de l'entreprise.

LIMITES A UNE TROP FORTE CULTURE

Cependant, une trop forte culture d'entreprise peut présenter des inconvénients. Pour la DRH du groupe des Cerqueux, la principale difficulté qui s'en dégage est l'intégration des entreprises rachetées, comme Productos Recondos en Espagne. Il leur a semblé contraignant de faire comprendre l'état d'esprit de l'entreprise, et les différentes valeurs de celle-ci n'étaient pas évidentes à mettre en place.

LE BULLETIN D'INFORMATION PASQUIER : le BIP

Il existe un journal interne au sein de l'entreprise appelé le "B.I.P" (le Bulletin d'Information Pasquier).
Il appuie les valeurs de l'entreprise : il permet à chacun de s'informer continuellement sur l'entreprise et de s'y sentir acteur et responsable. Ce bulletin, sous forme de magazine mensuel, regroupe l'ensemble des actualités, des évènements, des projets futurs, des nouveaux produits, des nouveaux concepts de l'entreprise, que ce soit en interne, ou à travers le monde.

On peut y lire toutes les nouveautés concernant les projets et réalisations de Pasquier. Par exemple, on y apprend que prochainement, une académie va être créée par le groupe Brioche Pasquier. Le concept est simple: une école qui intègre les potentiels de demain par une immersion totale dans l'univers Pasquier. Un nouveau métier apparaît alors au sein de la société: celui de Professeur. L'établissement de Fontenay Le Comte est nommé site pilote. En effet, cet établissement est reconnu pour sa flexibilité, ce qui permet aux étudiants d'être confrontés aux situations les plus atypiques grâce à ses lignes pilotes. Les "Professeurs" sont des salariés de l'entreprise qui consacrent une journée par semaine à former leurs élèves dans leur discipline. Ses étudiants seront sensibilisés à l'ensemble des domaines, allant de la production au commercial.

II. L'analyse de l'environnement de l'entreprise

A. Données actuelles

Statut: SAS
Siège social: 49360 LES CERQUEUX
Forme juridique: Société par actions simplifiées
Activité principale: fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche 1071A (agro-alimentaire)
Capital social: 8 619 628,00 EURO
Immatriculation: 18-02-1974
Actionnaires: 1
Filiales directes: 9
Filiales directes et indirectes: 11
Dirigeants:

- Président Directeur Général: M. Pascal PASQUIER
- DG: M. Freddy ALLAIRE
- DG délégué: M. Fabrice SCIUMBATA
- DG délégué: M. Eric DANIAU
- DG délégué M. Laurent MAUFROY
- DG délégué: M. Bruno POUESSEL

Bilan 2012 (dernier gratuit)

ACTIF	
Actif immobilisé	19 982 K€
Actif circulant	12 884 K€
Total actif	**32 866 K€**

PASSIF	
Capitaux propres	19 590 K€
Autres fonds propres	0 K€
Provisions pour risques et charges	0 K€
Dettes	13 276 K€
Total passif	**32 866 K€**

COMPTES DE RESULTAT	
Chiffre d'affaires	64 848 K€
Total des produits d'exploitation	65 409 K€
Résultat d'exploitation	3 006 K€
Résultat financier	(-) 24 K€
Résultat courant avant impôts	2 937 K€
Résultat exceptionnel	(-) 80 K€
Résultat net	**1 776 K€**

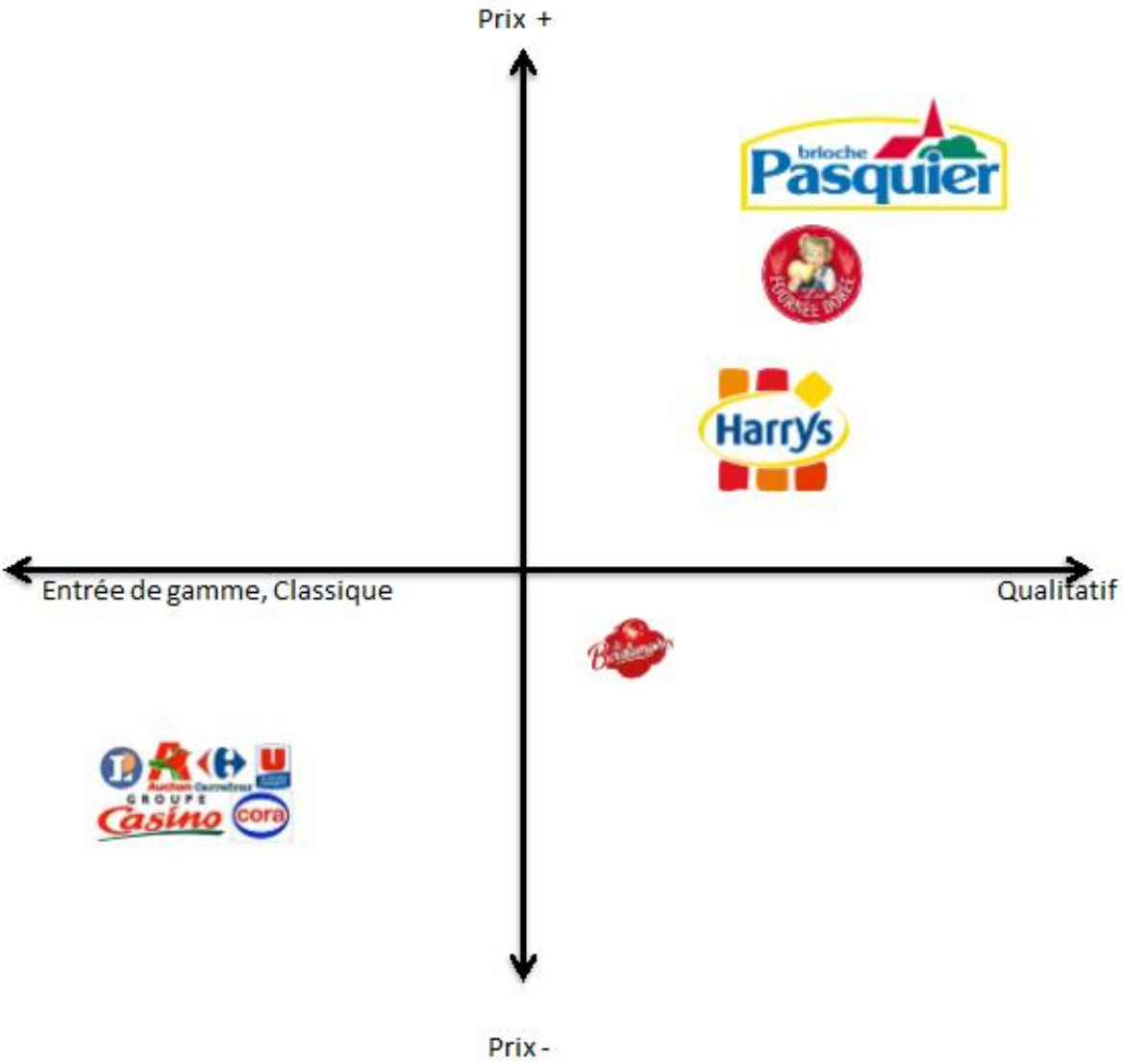
A. Macro-économique

Menaces	Opportunités
➢ Actuellement, la santé et l'équilibre alimentaire sont des préoccupations qui prennent de plus en plus de place dans la société. ➢ Le marché de la fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche est très concurrentiel. ➢ Il y a beaucoup de normes environnementales à connaître et respecter. ➢ Mentalités de plus en plus tournée vers l'apparence. ➢ Evolution du prix des matières premières.	➢ Les français sont friands de viennoiseries, produits ancrés dans les traditions du pays. ➢ Le mode de vie des Français permet une consommation dense des produits (petit-jeuner, goûter,….) ; c'est un produit de consommation facile ➢ Forte notoriété du groupe ➢ Département R&D très actif ➢ Goût des consommateurs qui évoluent, ils sont prêts à mettre un peu plus d'argent pour des produits de qualité

- **Les acteurs industriels de la viennoiserie : La part du marché en France :**

	PDM	Innovant	Présence	Performance compétitivité
Les Leaders :				
Pasquier :	38.1%	✚	✚	✚
Harry's	16.3%	✚	✚	✚
Les MDD : (Carrefour,Auchan…)	29%	✚	✚	✚
Les Poursuiveurs : Fournée Dorée :	5.7%	✚	✚	
La Boulangère :	1.00%		✚	
Les 1er prix :	4.9%		✚	
Les autres :	5.00%		✚	✚

Mapping viennoiseries Pasquier



B. MICROECONOMIQUE

LA CIBLE, LES CLIENTS

La famille est la principale cible des produits Brioche Pasquier. Essentiellement destinés aux enfants, ce sont des produits sous forme de « snack » que l'on consomme généralement en tant que petit déjeuner, ou goûter. Les enfants représentent 53% du chiffre d'affaire du groupe, avec une évolution de la demande de 2.6% par an. Les adultes, eux, sont moins demandeurs, ils ne constituent que 36% du chiffre d'affaire, avec une baisse prévue de 4,0%. D'après les études de l'entreprise, les jeunes consommateurs ont une nette préférence pour les formats individuels (43,2 %), plus pratiques dans leur activité quotidienne.

LA CONCURRENCE

Le marché de la viennoiserie est en perpétuelle évolution depuis de nombreuses années. La production industrielle dans la viennoiserie, la boulangerie, et la pâtisserie se développe de plus en plus. Aujourd'hui, un tiers des consommations de viennoiseries en France sont issues d'une production industrielle. Cette augmentation n'est pas anodine, puisqu'elle suit l'innovation, l'évolution de la demande, et les exigences du marché.

Sur ce marché, l'offre est nettement supérieure à la demande: il y a un nombre important de producteurs. Cette supériorité entraîne une forte concurrence. Brioche Pasquier est le leader sur le marché national, possédant 38% des parts de marché et plus de 8 millions de brioches vendues en seulement une journée.

Cependant, la concurrence est plus accrue en ce qui concerne les activités Pâtisserie et Biscotte. Il y déjà de nombreux producteurs sur le segment de marché, et l'apparition de nouvelles marques de distributeurs s'intensifie. Le hard-discount prend également de plus en plus de place dans les choix des consommateurs. De nombreux distributeurs arrivent à se frayer une place face aux entreprises comme Brioche Pasquier et gagnent de plus en plus de parts de marché.

PRINCIPAUX CONCURRENTS

Harry's, la Fournée Dorée et Heudebert sont les principaux concurrents directs de Brioche Pasquier, qui s'imposent notamment grâce à leur excellent rapport qualité-prix dans le domaine. Brioche Pasquier est nettement dominé dans le domaine de la biscotte, et le sait. L'objectif du groupe n'est pas de rivaliser avec l'indétrônable Heudebert (52% des parts de marché), mais plutôt de se frayer une place discrète mais assurée grâce à des produits plus innovateurs (comme avec les Grilletines, produit phare de Pasquier dans l'activité Biscotte).

LES PARTENARIATS

Teddy Riner est l'ambassadeur de la marque Pitch jusqu'aux JO de Rio en 2016. Le but de l'entreprise est de transmettre un message par le sport (elle a aussi un partenariat avec la Fédération Française de Football pour la Coupe de France). Elle s'investit également dans des associations sportives locales, comme Cholet Basket dans la Région Choletaise. Brioche Pasquier a choisi le sport car la brioche a souvent une connotation négative pour l'équilibre alimentaire, l'entreprise veut donc mettre en lumière le fait que manger "gras" n'est pas un problème si on pratique un exercice physique régulier à côté.

En dehors du sport, Brioche Pasquier à un partenariat avec le Puy du Fou, parc d'attraction culturel internationalement connu.

III. L'organisation interne de l'entreprise

A. Département RH

Comme nous l'avons mentionné auparavant, chez Brioche Pasquier, la politique managériale a pour finalité de rendre responsable celui qui commet l'acte. Le contrat d'amélioration Pasquier (CAP) a été développé dans ce sens. Véritable socle de la politique managériale des entreprises du groupe Brioche Pasquier, le CAP formalise les objectifs individuels et collectifs à réaliser au cours du semestre. Il encourage les initiatives et permet à chaque salarié de devenir acteur.

Au niveau des Cerqueux, l'effectif de l'entreprise se composait de 317 employés à la clôture du dernier exercice connu, en 2013.

Au niveau du groupe en général, Brioche Pasquier comptabilise à peu près 3 000 personnes en CDI. Le principal objectif de ce département est la gestion du personnel de l'entreprise, il s'occupe de toute la partie recrutement, du pointage, des payes des salariés ainsi que la paye de tous les organismes. Au sein de l'entreprise des Cerqueux, une infirmière a été intégrée dans le service des Ressources Humaines, pour s'occuper de la santé morale et physique des salariés, mais aussi pour diminuer la pénibilité des postes.

B. Département Production

Le département Production est un des départements le plus important au sein de l'entreprise.
Le Département Production de Brioche Pasquier est appelé le service GESTPROD.
Au sein de Pasquier, le pôle GESTPROD est sous-divisé en 2 parties : la première étant le service acheteur et la seconde le service comptabilité :

- Au sein du service acheteur, il y a une personne qui s'occupe des machines, une autre qui s'occupe des matières premières (choix des fournisseurs, sélection de la qualité et de la quantité des matières premières,. . .)

- Au sein du service comptable, il y a deux comptables (un contrôle de gestion et un comptabilité pure) et un dernier qui s'occupe de l'ordonnancement.

Le département production est organisée de façon très précise et dans un ordre très important ; chaque salarié se voit désigner une tâche précise à réaliser, et contrôle le maintien et la cohérence de la production.

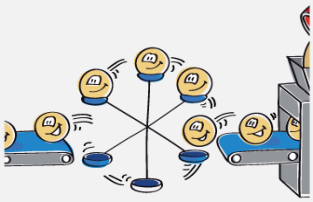
ETAPES DE PRODUCTION D'UN PAIN AU LAIT

1. Contrôle des matières premières: chaque produit fait l'objet d'un contrôle fastidieux dès son entrée chez Brioche Pasquier. Un laboratoire spécial s'occupe du respect des normes en vigueur de qualité et d'hygiène.

2. Pétrissage: ensuite, une partie des ingrédients sont pesés au "pétrisseur", puis versés dans une cuve de préparation avec le reste des ingrédients (pétrissage: 20 min). La pâte se repose (30 min) avant d'être montée en élévateur puis vidée dans une "trémie".

3. Contrôle de la pâte : à la fin du pétrissage, un morceau de pâte est alors prélevé pour être contrôlé. Le contrôle de la qualité de la pâte est régulier.

4. Division et repos de la pâte: la pâte tombe ensuite dans une "diviseuse-bouleuse" qui la découpe en morceaux de même poids. Ces morceaux sont ensuite acheminés vers la "balancelle de repos".



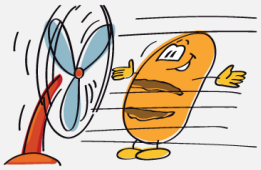
5. Façonnage: cette étape permet de donner la forme et la longueur souhaitées aux morceaux (disposés sur une plaque), puis ils rentrent dans l'étuve.

6. Étuvage: étape qui permet de faire fermenter de la pâte (climat tropical assuré dans l'étuve, à la sortie de celle-ci, la pâte a triplé de volume).

7. Dorure et grigne: vaporisation d'un liquide (mélange de poudre de lait et d'eau) sur la pâte afin de donner un teint doré au produit, puis des incisions très fines sont effectuées pour créer un contraste de couleur.

8. Cuisson: dans un four (appelé "four tunnel") composé de plusieurs caissons avec des températures différentes.

9. Refroidissement: les produits sont ensuite stockés dans un local propre (avec l'air filtrée et conditionnée) afin de les laisser refroidir.



10. Démoulage: à l'aide d'aiguilles fines qui traversent légèrement les produits puis les soulèvent pour les déposer sur un "tapis-grillagé".

11. Contrôle du produit fini: toutes les 30 minutes, un prélèvement de 4 produits finis est réalisé. Il permet de contrôler leurs poids, longueur, couleur et volume.

12. Emballage: Produits emballés dans un sachet (10 unités par sachets) daté et clipsé avant d'être conditionné en "Plato" de 10 unités. Une fois 60 Plato empilés sur une palette, ils sont envoyés au quai d'expédition.

C. Département Logistique — Méthodes et projets

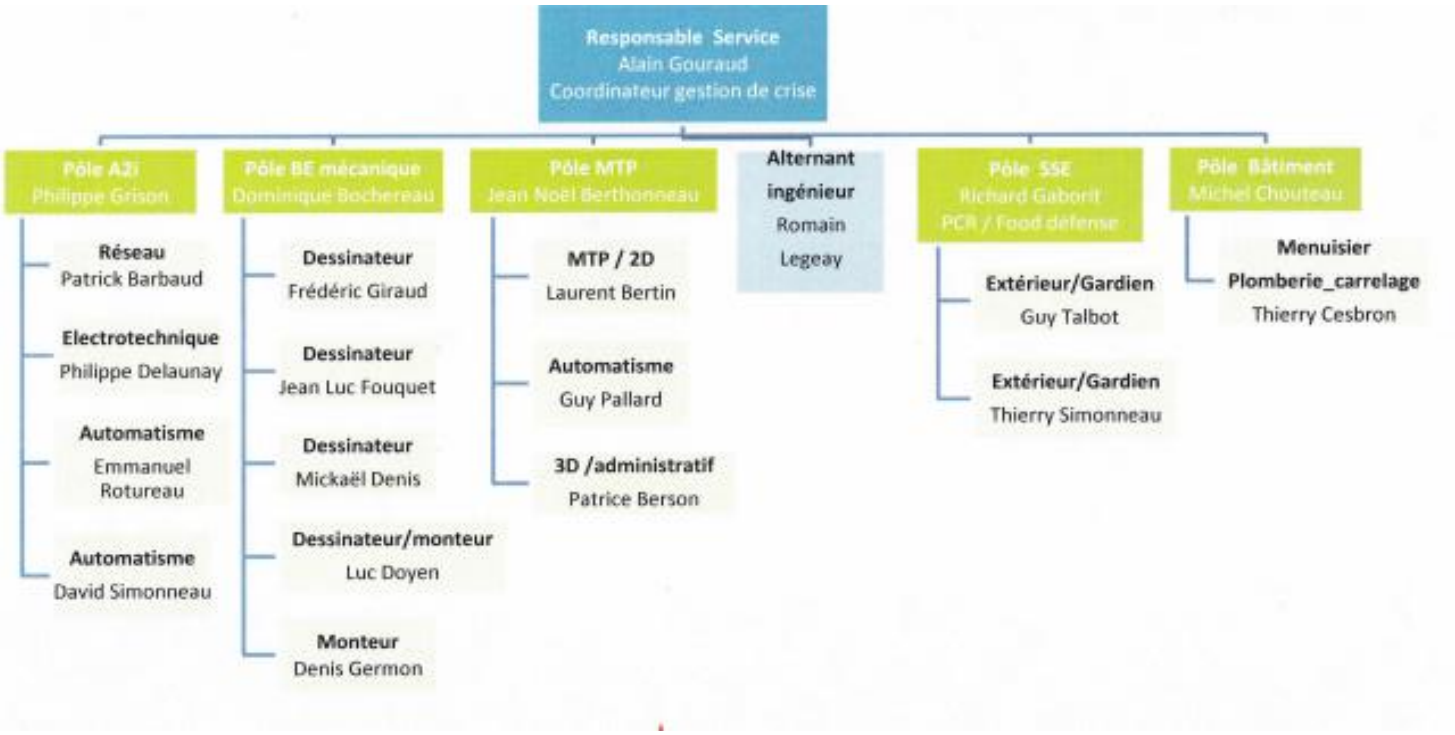
UN POUVOIR DE NEGOCIATION

Le département Logistique gère un grand nombre de services au sein du groupe, ce qui fait de lui un département essentiel pour le bon fonctionnement de Brioche Pasquier. Ce département s'occupe notamment d'une fonction primordiale : celle de maintenir une relation de proximité avec le fournisseur. En effet, il a pour objectif de maintenir une relation pérenne avec lui tout en essayant d'obtenir les meilleurs prix du marché. Tout ceci implique qu'il faut dans un premier temps chercher un fournisseur en adéquation avec les valeurs de l'entreprise, des matières premières de bonne qualité par exemple, pour ensuite négocier de la meilleure façon avec lui.

Le département logistique des Cerqueux, dans une logique économique, effectue les commandes de matières premières pour toutes les entreprises du groupe Brioche Pasquier, ce qui permet ainsi de bénéficier d'avantages au niveau des fournisseurs. Le département des Cerqueux commande ce qui est nécessaire à sa production et à la production des autres entreprises pour ensuite le lui distribuer. Son pouvoir de négociation est en effet plus grand et il est alors plus facile de négocier les prix : commander en grande quantité permet d'avoir une pression plus forte sur les fournisseurs et donc un poids plus important pour discuter des prix d'achats. Par exemple, l'entreprise des Cerqueux est chargée de commander le beurre, les œufs et la farine. Les quantités sont très importantes, elle reçoit 6500kg de beurre par jour ainsi que 6000 œufs, arrivant en conteneurs d'une tonne, et 3500kg de farine (3-4 camions) par jours également. Les produits utilisés dans chaque entreprise Française (ou étrangère) de Pasquier proviennent alors du même fournisseur.

Le département Logistique de Pasquier s'occupe également de monter des bâtiments, de créer de nouvelles lignes, et d'en démonter. Par exemple, il s'occupe en ce moment des nouvelles lignes de production en Angleterre. La gestion méthodes et projets des Cerqueux représente le plus gros service de méthode et projets de toutes les entreprises Pasquier réunit. Ce département manage les différents services pour répondre aux demandes des lignes. Ils sont également responsables de l'achat et de l'entretien des fours afin de garantir une efficacité optimale.

Département Logistique (méthodes & projets) des Cerqueux :



D. Département Commercial

L'ETAT D'ESPRT MARKETING « BRIOCHE PASQUIER »

Le consommateur, c'est la base du marketing. Selon l'américain Sam Walton, ancien homme d'affaire et fondateur des centres commerciaux "Wal-Mart", "le seul vrai patron dans l'entreprise est le client". Le marketing est un état d'esprit visant à adapter les produits et services de l'organisation aux besoins du marché dans un contexte très concurrentiel.

L'état d'esprit de Brioche Pasquier semble avant tout de proposer des recettes traditionnelles, adaptées aux modes de consommation actuels. C'est cet état d'esprit qui fait la force du groupe. Proposer des recettes traditionnelles, adaptées aux modes de consommations actuels, c'est ce qui fait la force des produits Brioche Pasquier.

UN MARKETING SOCIETAL

Le marketing sociétal à une place prépondérante au sein du groupe.
Pascal Pasquier défend l'importance de l'engagement environnemental et sociétal dans la production. "Le marketing sociétal permet de nous différencier, améliore notre image. C'est pour nous un outil de fidélisation, d'innovation", "On travaille dans le temps. Je pense qu'une entreprise familiale n'est pas là pour voir le résultat demain matin, le résultat est à 5 ans, 6 ans. Pour les aspects sociétaux, c'est exactement pareil. Ils sont complètement intégrés à une stratégie globale, et non déconnectés du reste. Il n'y a pas un système de management et puis l'environnement, c'est un ensemble ». Il cite en exemple l'eau qui est consommée par l'entreprise: elle est ensuite réutilisée pour arroser les champs des agriculteurs environnants. Il énonce également l'exemple des stations d'épuration, présentes pratiquement sur les sites où les entreprises sont implantées. Tout cela semble faire partie des valeurs de l'entreprise.

L'entreprise a mis en place des projets sociétaux, que nous allons développer plus loin, comme:

- Pasquier devient écoresponsable avec sa ferme labélisée (voir p.)
- Pasquier se met à l'écosystème, ils vont de plus en plus loin dans leurs recherches et la création du recyclage. (voir p.)

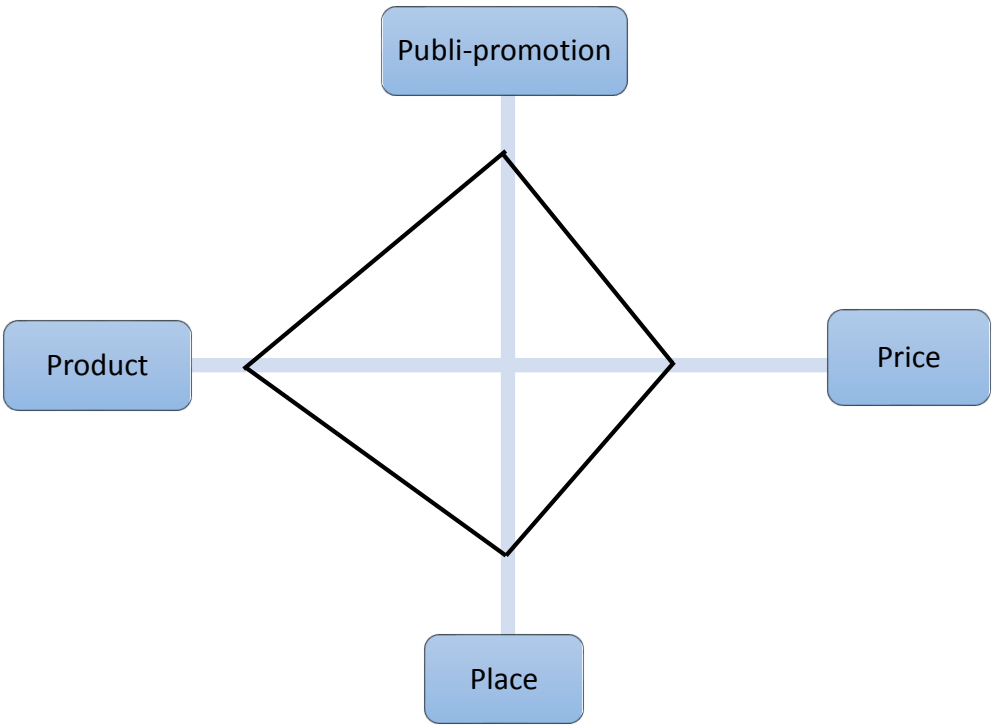
LA BOUTIQUE PASQUIER et son système de points

L'entreprise joue sur un facteur psychologique qui est la motivation. L'entreprise, pour motiver l'acheteur et l'inciter à la consommation, renforce chez lui un besoin auquel va répondre leurs produits. Pour cela, Brioche Pasquier organise notamment des jeux concours, avec sa boutique Pasquier (il relance d'ailleurs, du 1er octobre 2014 au 31 aout 2015, une nouvelle édition phare). Le concept est très simple: basé sur un système de points, les clients achètent les produits Pasquier qui font partie de l'opération, collectent les points sur les différents emballages et peuvent ensuite s'offrir des lots proposés en fonction du nombre de points collectés.

Cela va permettre à l'entreprise, d'une part, d'amener une certaine actualité à ses produits, et d'autre part, de fidéliser ses clients. De plus, même si les taux de participation aux jeux ne sont pas optimaux, le concours touche tous les clients et permet certaine visibilité des produits.

Cette année encore, Pasquier à soigner la valeur de ses lots et fait un packaging lisible. Les lots à gagner sont pour la plupart du même type que la cession précédente, mais sont revisités. Voici quelques exemples des lots à gagner :

MARKETING MIX : les 4 « P »



IV. Pasquier une flexibilité et une adaptabilité à toute épreuve

A. Tourné vers l'écologie

En réponse à la flambée des matières premières liée au troisième choc pétrolier, Brioche Pasquier joue la carte de l'intégration pour mieux absorber ses coûts de production, mais également pour mieux répondre à ses consommateurs. Ceci a donc donné naissance au projet innovant Eco Responsable, à Charancieu, où des poules ont été installées, fournissant environ 700 litres d'œufs par jour. C'est poules viennent en substitution des réceptions de matières habituelles pour un but précis : « une gamme de produits aux œufs extra frais ».

Le projet de ferme labellisée Pasquier apporte aussi une innovation en termes de traitement des déchets avec l'aide de cochons en pension sur le site industriel. Cela permet de mieux gérer ses déchets en limitant les relevages de bennes grâce au travail de recyclage qu'effectuent les cochons.

On peut noter aussi un développement en termes de panneaux solaires.

En Isère, Pasquier se tourne depuis quelques années vers le « vert », par exemple cette année dans l'usine de Brissac-Quincé où a été installée une micro-ferme au sein des bâtiments afin de se débarrasser de la chapelure qui s'amasse sur le sol. Dorénavant, des lapins ou encore des poules vont remplacer des ustensiles de nettoyage comme des aspirateurs. Le but est simple : les animaux mangent tout ce qui est chapelure ou encore biscotte qui jonchent le sol. Ce nouveau dispositif a permis une grande rentabilité et a quasiment supprimé le temps de nettoyage auparavant consacré par l'entreprise : Pasquier bénéficie alors d'une plus grande productivité dans l'activité Biscotte. Pasquier nous démontre bien qu'il est possible d'allier écologie et efficacité.

Enfin, à l'occasion du 50ème anniversaire du siège des Cerqueux, Brioche Pasquier a évoqué une optique de faire de nombreuses innovations au sein de cette infrastructure, comme par exemple l'utilisation d'énergies renouvelables ou encore la production de leurs propres matières premières. Tout ceci va s'inscrire dans une volonté de modernité, de respect des produits et de l'environnement.
Tout d'abord Brioche Pasquier souhaiterait mettre en place une turbine bioélectrique qui serait alimentée par les déchets industriels et agricoles issus de leur ferme. Cette turbine servira à fournir au site tout entier l'énergie nécessaire pour son bon fonctionnement, mais aussi l'énergie qui servira à alimenter leurs « camions Electrik ».

B. De nouvelles technologies

Pasquier, depuis des années, essaye d'innover pour rester leader sur le marché. C"est pourquoi le groupe fait preuve d'imagination et fonde de grands espoirs dans le domaine technologique. Voici quelques-unes de leurs nouvelles technologies:

Brioche Pasquier A PORTEE DE MAIN !

Brioche Pasquier, en collaboration avec ses équipes marketing, est en train de mettre au point une application nommé « PASQ' appetite detector ». Cette application va permettre à Pasquier d'entretenir une certaine proximité avec ses consommateurs. L'idée est de pouvoir répondre directement aux attentes, aux envies (mêmes inconscientes) des consommateurs. En effet, à l'aide de capteurs dernier cris, cette montre va détecter « instantanément, au travers des influx nerveux une sensation de faim », ce qui va automatiquement diffuser une odeur de brioche ainsi que la mise en route d'une publicité de la marque en hologramme avec les coordonnées GPS du distributeur le plus proche ou le consommateur peut acheter le produit.

PASQUIER ET

En terme de technologie Brioche Pasquier Etoile, en 2024, va lancer son nouveau logiciel de travail surnommé « Visual Matrice ». Ce sera le centre névralgique de l'usine car il pilotera l'intégralité des machines et des hommes présents sur le site en temps réel mais surtout par anticipation. L'objectif optimal de ce logiciel sera de rendre inexistants les pannes intempestives, les arrêts de ligne improductifs et les changements de pièces dans l'urgence. Visual Matrice préviendra le TL (technicien de ligne), établira le diagnostic de la panne et décrira plusieurs méthodes de préventions, ce qui en amont optimisera la cadence de la ligne et augmentera la productivité. Selon les calculs, le taux d'intervention sera diminué par 5 (12 minutes contre 1h).

PPET RECRUTE : ROMEO INTEGRE L'EQUIPE

Pour continuer dans cette lancée Pasquier à créer « Roméo » pour assister les opérateurs dans les tâches répétitives. « Roméo » est un robot nouvelle génération que les pâtissiers, munis de manettes « joysticks », pourront programmer et ainsi contrôler les gestes que celui-ci réalisera. Cela peut aller du dépose de décors jusqu'à l'assemblage de choux. Le site de PPET à également en termes de robotique installé des logiciels de supervision modernes. Cette innovation permet au pilote de machine, directement depuis le poste de pilotage de vérifier tout le paramètres de process en temps réel et de pouvoir des réajuster en cas de besoin à l'aide d'écran tactile.

C. De nouveaux concepts

LES AMERICAINS RE-DEBARQUENT… avec Brioche Pasquier

Il y a un peu plus de 10 ans, Brioche Pasquier partait à la conquête des Etats-Unis. Depuis, les américains n'ont pas seulement adopté nos brioches, ils ont été créatifs et ont su accorder à leurs produits préférés.

C'est ainsi que depuis 4 ans, la gamme des produits américains au bon goût Pasquier connait un succès sans précédent dans toute l'Amérique du Nord. L'idée de tenter le « rapatriement » de cette gamme cousine en France était une évidence.

C'est ainsi qu'en Juin prochain, 80 ans après de D-Day, Brioche Pasquier crée l'évènement avec la gamme « L'Amérique re-débarque ! » (Avec Pasquier Burger, Pasquier Burger Bio,…) avec dans chaque pack une nouvelle innovation : un chewing-gum goût Brioche Pasquier.

L'INDUSTRIE DU FUTUR EST EN MARCHE !

Brioche Pasquier ETOILE a toujours été le pionner de la technologie Pasquier. En cette année 2014, BPET lance son nouveau logiciel de travail : « VISUAL MATRICE ». Véritable centre névralgique de l'usine, il pilote l'intégralité des machines et des hommes présents sur le site en temps réel et surtout par anticipation. Depuis Septembre, tous les métiers de la technique fonctionnent avec cette technologie : le service MP, les Techniciens de Ligne et le Quai Expédition « stockware ».

Cet outil permet de prévenir le Technicien de Ligne lorsqu'une pièce devient défaillante ou quand une machine est sur le point de tombe en panne. Il rétablit le diagnostic de la panne et décrit plusieurs méthodes de prévention ce qui permet d'optimiser la cadence de la ligne, offre un gain de productivité inégalable et améliore la stratégie de maintenance préventive. Le TL est à présent capable de lire dans l'avenir de chaque machine.

DE NOUVEAUX PRODUITS LANCES EN PERMANENCE

- La dernière folie : les « MACFOU »
  C'est un produit innovant développé par le service R&D, au concept et à la fabrication unique. C'est une friandise personnalisable à l'extrême avec un choix de couleurs à l'infini. La commande du client et les process sont alors envoyés à la pesée. Le robot est programmé en fonction de celles-ci et prépare le MACFOU. Les préparations sont ensuite envoyées sur des tapis anti gravité, puis sont assemblés et personnalisées par des bras robotisés sous la surveillance d'opérateurs, selon les différentes commandes.
- Le SPYFRUIT : le rayon biscuits en pleine redéfinition depuis quelques temps vient de voir arriver dans ses rayons un tourbillon de nouveauté pour le moins surprenant. SPYFRUIT est destiné à être consommer pour le petit-déjeuner, les encas ou encore le goûter.

V. Fiches métiers

Fiche Emploi : Responsable gestion de production

Finalité de l'emploi : Garantir la rentabilité du site et mettre en production le bon produit au bon moment au moindre coût.

Activités principales de l'emploi :

- Être le gardien de la gestion et de l'organisation de la production (ordonnancements produit, approvisionnement en matières premières et constitution des équipes de travail).
- Former les techniciens de gestion de production et les responsables de ligne et évaluer le degré d'intégration en matière de gestion de production.
- Dynamiser, animer son équipe et créer du potentiel : recrutement, formation, montage des objectifs collectif et individuels, réunion de service, entretiens individuels…
- Être gardien de la comptabilité et du contrôle de gestion du site par l'analyse mensuelle en prenant en compte les tableaux de bord du site et des lignes, des prix de revient, des budgets, des soldes intermédiaire de gestion et des bilans trimestriels.
- Proposer le plan de réduction des coûts du site et assurer sa mise en œuvre.
- Analyser les indicateurs et alerter en cas d'écart, proposer avec les lignes la méthode et les plan d'action, synchroniser leur mise en œuvre.
- Participer à des projets communs au service du site ou de l'activité.
- Être l'interlocuteur pour l'entreprise vis à vis de l'extérieur (client/fournisseur) dans son domaine de compétence.

Compétence requise (=capacité à)

- Organiser la production et maîtriser le flux.
- Développer un management de proximité (dimensionner, décider, s'entourer, déléguer et communiquer).
- Analyser et synthétiser des informations.
- Transmettre des connaissances (méthodes pédagogiques).
- Se conformer à des processus méthodologiques rigoureux de traitement de données chiffrées.
- Définir et formaliser des méthodes, des normes, des processus.

Prérequis : Maîtriser un ou plusieurs domaines de la fonction (achat, ordonnancement…), posséder des connaissances en contrôle de gestion en milieu industriel, formation supérieure ou expérience réussie dans la filière professionnelle.

Lien hiérarchique: Il est sous la responsabilité du Responsable industriel et travaille au quotidien avec les assistants en gestion de production, les services fonctionnels et opérationnels du site et de l'activité (Lignes, Ressources humaines, Assurances qualité, Logistique,…)

Horaires de travail : variables en fonction des nécessités de la production/déplacements éventuels

RESPONSABLE GESTPROD RENCONTREE : Mme Nadège BERAULT

Parcours :

Mme X a effectué un DUT en Génie Chimique après le baccalauréat, puis a poursuivi ces études par une licence professionnelle agro-alimentaire. Par la suite, elle a intégré un IUP (Institut Universitaire Professionnalisé) et fait son apprentissage dans une laiterie en Bourgogne, sa première expérience en contrôle de gestion.
En 2006, elle intègre Brioche Pasquier en tant que stagiaire dans le service Production. Elle est ensuite embauchée en CDI dans ce service en tant qu'assistance GestProd. Au bout de 5 ans, elle passe Responsable.

Qualités requises :

Pour Mme X, il faut être autonome et savoir fonctionner en transversalité.

Avantages du métier :

Selon elle, le principal avantage est le travail au quotidien avec des profils très différents (techniciens, laborantins, logisticiens,…), et donc d'avoir des relations très variées avec de nombreux métiers. Il y a également une grosse diversité des projets (pilotage au quotidien, avec le projet ROI par exemple). Ce métier peut également impliquer des déplacements à l'étranger (elle a notamment dû se déplacer en Angleterre sur le nouveau site de production en construction). Ces déplacements peuvent aussi être perçus comme une contrainte.

Inconvénients du métier :

Cependant, pour Mme X, comme tout métier, il possède quelques contraintes. La principale est de se mettre au service de toutes les lignes, ce qui implique d'être très souvent « dérangé » dans son travail. Elle nuance tout de même en ajoutant qu'une contrainte peut aussi être un avantage : en effet, aucune journée ne se ressemble.

Fiche Emploi: Responsable Ressources Humaines

Finalité de l'emploi: gestion du personnel et application de la règlementation sociale en intégrant les règles et les procédures du droit du travail et en faisant vivre la politique de management de l'entreprise.

Activités principales de l'emploi :

- Participer activement, avec la direction, à la mise en œuvre de la politique de management du groupe du groupe et au développement de l'information et de la communication dans l'entreprise.
- Veiller aux conditions générales de travail et d'application de la législation sociale.
- Participer si besoin au recrutement puis au suivi de l'accueil des nouveaux salariés et assurer la gestion des compétences (polyvalence interlignes) avec les responsables de service et de lignes.
- Élaborer le bilan social et assurer au quotidien le suivi et l'analyse des tableaux de bord sociaux (effectifs, absentéisme, précarité…)
- Gérer les aspects légaux/disciplinaires: contrats de travail, suivi et gestion des procédures disciplinaires et les relations avec les partenaires sociaux.
- Assister la direction du site dans le cadre des relations avec les instances représentatives du personnel, les syndicats ou avec les institutionnels, (DDTTEFP, CRAM…)
- Réaliser ponctuellement la paie en autonomie, établir les déclarations associées…
- Superviser, conduire, contrôler la gestion administrative du personnel (effectif, mouvements de personnel, temps de travail, dossiers individuels, rémunérations et charges sociales).
- Gérer la formation: élaborer le plan de formation avec les responsables de services et le piloter.
- S'assurer de l'existence et de la mise en œuvre de la politique d'hygiène et sécurité, piloter le suivi et le traitement des accidents de travail avec le coordonnateurs sécurité.
- Accompagner et former les responsables de service sur certaines règles sociales et sur la politique de l'entreprise.

Compétences requises (capacité à) :

- Établir une relation et un dialogue permanent avec la hiérarchie, les salariés, les organisations représentatives
- Avoir une bonne connaissance de l'entreprise, du personnel et des postes
- Être capable de dimensionner les sujets importants, de décider et de bien s'entourer
- Encadrer
- Être rigoureux dans le processus de gestion du personnel
- Respecter la confidentialité des informations traitées

Liens hiérarchiques : Il est sous la responsabilité du directeur du site et travaille au quotidien avec tous les services de l'entreprise et plus particulièrement avec les responsables de ligne.

Horaires de travail : Variables en fonction des nécessités de la production

Responsable RH rencontrée : Mme Isabelle SUTEAU.

Parcours :
Mme SUTEAU a effectué un master en Sciences Economiques. Elle a ensuite intégré le groupe Brioche Pasquier dans l'entreprise des Cerqueux en tant que stagiaire. Suite à ce stage (de 3 mois), elle a été embauchée en tant qu'assistance Gestion de Production au sein de l'entreprise. Quelques années plus tard, elle est devenue Responsable GestProd, et est restée 10 ans à ce poste. Poussée par une volonté de changement, elle est ensuite devenue responsable Gestion Commerciale, toujours au sein de l'entreprise des Cerqueux. Cependant, cela ne lui a pas vraiment plu. Elle a donc demandé un changement de poste, et est responsable RH depuis maintenant 3 ans.

Qualités requises :
Selon Mme SUTEAU, les qualités requises pour être responsable RH sont avant tout d'avoir une bonne connaissance de l'entreprise, et de ces salariés. Il faut par ailleurs être rigoureux, savoir conserver la confidentialité de tous et posséder la confiance des salariés. De plus, il est nécessaire de s'intéresser à la législation.

Avantages du métier :
Pour Mme SUTEAU, ce métier est intéressant car il est en relation avec l'Homme en général, les relations humaines. Il possède, en plus de cela, de nombreuses facettes : gérer la GPEC (Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences) en projetant à moyen ou long terme les besoins quantitatifs et qualitatifs en ressources humaines, s'intéresser aux nouvelles législations (du droit du travail, etc),...

Contraintes du métier :
Cependant, Mme SUTEAU nous explique que ce métier amène quelques contraintes, la plus grosse est de licencier. Devoir se séparer de quelqu'un dans l'entreprise n'est jamais chose facile et n'est pas toujours évident à annoncer. De plus, il faut également négocier avec les différents syndicats, négociations qui sont parfois longues et difficiles.

Fiche Emploi: Responsable méthodes et projets

Finalité de l'emploi : Le responsable méthodes et projets est gardien du bon fonctionnement de l'outil de production au quotidien et à long terme d'un point de vue technique. Il est aussi le garant des innovations technologiques de l'entreprise permettant de rester leader sur leur marché (création de richesse).

Activité principales de l'emploi :

- Piloter la mise en œuvre des concepts techniques (maintenance, intégration par la formation) dans l'usine afin de garantir le bon fonctionnement de l'outil de production en toute sécurité.
- Piloter la mise en œuvre des travaux techniques dans le respect des règles définies par l'entreprise.
- Piloter l'ensemble du service MP par l'intermédiaire des coordinateurs de pôle et créer du potentiel: recrutement, formation, montagne des objectifs collectifs et individuels, réunion de service, entretien d'analyse de travail, pilotage mensuel des coordinateurs de pôle.

Compétences requises :

- Organiser le travail réalisé par le service MP
- Intervenir en expertise sur un ou plusieurs domaines de compétences (technique, pilotage de projet…)
- Manager
- Dimensionner, décider, s'entourer et déléguer.

Contexte d'exercice:

- Il est sous la responsabilité du Responsable industriel
- Il travaille au quotidien avec les autres services fonctionnels et les responsables de ligne.

Horaire de travail : Variables en fonction des besoins de la production et des chantiers.

RESPONSABLE METHODES ET PROJETS RENCONTRE : Mr Alain GOURAUD

Parcours :

Mr GOURAUD a suivi une formation de boulanger. Il a exercé ce métier pendant plusieurs années puis il est rentré chez Brioche Pasquier des Cerqueux dans le service Recherche et Développement pendant 1 an. En 1986, il devient responsable de ligne de production. Il a dit avoir été principalement intéressé par la création de nouvelles lignes. En tant que responsable, il en a créé 6. En 2000, il a eu l'opportunité de passer adjoint responsable Méthodes et Projets par volonté de changement. Puis il est devenu le responsable. Son travail consiste à être garant de la bonne marche de l'entreprise à court et moyen terme. Il s'occupe également de la sécurité de celle-ci. Sa fonction principale est de manager les différents services vus précédemment en fonction des demandes de lignes.

Difficulté du métier :

Pour Mr GOURAUD, la principale difficulté est de répondre aux demandes des lignes. Il est difficile de répondre à tous, en développant les activités des autres services.

Qualités requises :

Selon lui, la qualité principale pour exercer ce métier est qu'il faut avoir une vision globale de l'entreprise car en plus de "parler produit", il faut également prendre en compte le côté financier. Il faut donc bien connaître son métier. Il impose des rendez-vous tous les 6 mois et une synchronisation mensuelle en interne ou en externe avec les coordinateurs, des recommandations mensuelles en individuel avec le coordinateur afin de fixer des objectifs mais aussi de voir quelles sont les difficultés éventuelles rencontrées.
Chaque métier du service à une implantation, c'est à dire qu'il a une marche à suivre durant les 6 mois, 1 an, 4 ans à suivre.

VI. Impressions générales

A. Forces et faiblesses

Forces	Faiblesses
➢ Signature (culture) d'entreprise très présente, bonne cohésion de groupe ressentie lors de notre visite ➢ Niveau hiérarchique faible donc réactivité très rapide ainsi qu'une capacité de pouvoir se faire «entendre » car direction à l'écoute (« Contrat d'Amélioration Pasquier ») ➢ Secteur d'activité abordable, produit de consommation facile ➢ Leader sur le marché de la Brioche ➢ Fort pouvoir de négociation ➢ Un suivi des salariés important (3% du CA attribué à la formation).	➢ Marché très concurrentiel, très forte - compétitivité. ➢ Un devoir d'innovation constant (R&D intensifié) ➢ Coordination ralentie entre les différents sites causée par une grande structure du faite de la diversification des activités de Pasquier. ➢ Difficulté d'imprégner aux nouveaux partenaires la forte culture d'entreprise Pasquier. ➢ Se mettre à niveau par rapport au rachat de société (ex: Biscotte racheté avec son matériel obsolète). ➢ Pas de produit phare depuis « Pitch »

B. Impression générales

La réalisation d'une monographie d'entreprise est une expérience enrichissante, et apprend, avant tout, à travailler en groupe sur un projet concret. C'est un projet qui nécessite de la motivation, de la cohésion, et surtout de l'intérêt pour le sujet. Brioche Pasquier est une entreprise qui nous a tout de suite intéressée, il a donc été agréable de passer du temps sur cette étude. Certes, c'est un travail qui demande beaucoup d'investissement, autant individuel que collectif, mais cet investissement est un réel atout dans nos études, et nous apporte notre première approche concrète de l'entreprise au sein de ce DUT.

La cohésion de groupe est primordiale dans ce type d'étude. Il n'est pas toujours évident de s'entendre sur tous les points, mais nous nous sommes aperçus que ces mésententes ont principalement été productives : il faut savoir s'écouter les uns les autres, prendre en compte le point de vue de chacun et apporter son avis pour enrichir le travail.

Nous avons tous apprécié le concept de la « monographie », puisqu'il nous a permis également de pouvoir découvrir le monde de l'entreprise en profondeur, son fonctionnement, et les différentes relations au sein de celle-ci Cette entreprise dynamique et vivante nous a entrainé dans son monde et a su attiser notre curiosité. Nous avons vraiment découvert des choses passionnantes et surprenantes, notamment sur toutes les innovations qu'ils proposent chaque année, comme la montre holographique qui détecte les envies de chacun, ou le MACFOU personnalisable à l'infini,. . . De plus, en tant que gros consommateurs de leurs produits, nous nous sommes sentis encore plus concernés dans ce projet.

Nous avons cependant rencontré des difficultés dans la réalisation de ce projet. Tout d'abord, Brioche Pasquier est un très grand groupe, la réactivité et la circulation de l'information a donc été difficile dans un premier temps. Nous étions un des derniers groupes à avoir une confirmation de l'entreprise pour la réalisation de la monographie. Il a donc fallu que nous envisagions des solutions de secours au cas où. En plus de cela, le siège social du groupe se trouve à plus d'une heure de Nantes (aux Cerqueux), il a donc été nécessaire de trouver une seule date pour rencontrer les trois professionnels afin de satisfaire tout le monde. Une fois ces dates fixées, tout s'est déroulé très vite. Les professionnels nous ont accueilli très chaleureusement, et ont montré un réel intérêt dans notre projet. Ils nous ont d'abord présenté l'entreprise, sa culture, son fonctionnement, puis les postes de chacun ; nous avons ensuite eu l'opportunité de visiter les lignes de production du Pitch, des brioches tressées, et des pains au chocolat.

.

L'immersion au sein de l'univers Pasquier restera pour nous un agréable souvenir

ANNEXES

Les Cerqueux, siège social Pasquier, hier. *Pascal Pasquier dirige depuis le siège historique des Cerqueux le groupe familial de 3 500 salariés répartis dans quinze sites de production en France, deux en Espagne et un aux Etats-Unis.*

Pasquier, champion du monde

Avec le champion Teddy Riner, Pasquier soigne son image et part à la conquête de nouveaux marchés.

Xavier MAUDET
xavier.maudet@courrier-ouest.com

Le groupe Pasquier basé aux Cerqueux est un spécialiste des goûters, des brioches, des pâtisseries, viennoiseries et autres régals des papilles. Pilotée par Pascal Pasquier, l'entreprise familiale vient de *signer un partenariat avec le champion* olympique de judo, Teddy Riner. Le dirigeant choletais dévoile les motivations qui l'ont conduit à choisir ce sportif pour porter les couleurs du village des Mauges dans le monde entier.

Depuis toujours, l'entreprise Pasquier est très présente dans le monde du sport. Quelle en est la raison ?

Pascal Pasquier : « Nous sommes des passionnés de sport. Nous avons pratiqué le football aux Cerqueux. Le sport, c'est quelque chose que j'apprécie, que j'aime regarder, aller voir. Beaucoup de salariés pratiquent un activité sportive. Je suis convaincu qu'il y a une analogie entre le sport et une entreprise. Dans une équipe, il faut de bons joueurs, des attaquants, des défenseurs, un tas de compétences, comme dans l'entreprise. »

Pourquoi avoir choisi le judoka Teddy Riner ?

« Nous recherchions un athlète car depuis sa création en 1986, la marque Pitch est associée au monde du sport. Il y a le basket, le foot, des partenariats locaux pour divers événements. Nous avons pu contacter le judoka Teddy Riner. Je l'ai rencontré. Je connaissais le sportif et ses exploits aux Jeux Olympiques, mais l'homme m'a aussi fasciné. De son côté, il a été séduit par l'histoire de l'entreprise. Il m'a même avoué que Pitch l'avait accompagné quand il était enfant. Sa maman en mettait toujours dans son sac. »

Pasquier revient donc sur les écrans ?

« Cela faisait dix ans que nous n'avions pas communiqué de manière institutionnelle sur la marque Pitch. Avec son emballage individuel, propre et facile à ouvrir, le pitch fait partie des produits phare de l'entreprise. Il représente 20 % de l'activité brioche. Avec Teddy Riner, nous avons établi un programme et choisi le slogan : être un enfant, c'est du sport !

Il y a d'abord la campagne de spots télévisés qui vient d'être lancée qui durera jusqu'au mois d'octobre prochain et un film sur le web. Un dispositif terrain prolongera cette campagne avec des actions en magasin et sur les plages cet été. Teddy Riner va également venir à la rencontre des salariés à l'occasion de grands événements. Nous voulons qu'il sente l'adhésion de tous les salariés derrière lui. Notre partenariat est signé pour quatre ans, jusqu'aux JO de Rio au Brésil. »

Quels sont les projets industriels du groupe Pasquier ?

« En 2012, nous avons racheté une entreprise aux Etats-Unis, Galaxy Desserts. Grâce à elle, nous allons commercialiser à partir du mois de mai, notre gamme brioches, pains au lait, Pitch en Californie, dans la baie de San Francisco. Les Américains sont friands de tels produits. Pour eux, la brioche, c'est forcément français. Nous y allons avec conviction car nous avons aussi l'expérience du marché anglais depuis 10 ans. Et ça marche très bien en Grande-Bretagne. Nous envisageons d'y construire en 2015 une usine de fabrication de brioches. En Espagne aussi, à l'horizon 2014-2015, nous allons installer une nouvelle ligne pour produire du pain au lait dans l'une de nos unités de fabrication. Nous avons aussi des ambitions en Chine, en Corée, etc... »

Y aura-t-il également des investissements en France prochainement ?

« En France, nous avons doublé la surface du site brioches à Etoile sur Rhône en 2012. Nous terminons l'installation d'une nouvelle chaîne de macarons à Saint-Valery-en-Caux en Normandie pour répondre à une très forte progression. Nous allons installer une nouvelle ligne dans notre usine du Nord pour les tartelettes à la pomme, citron, framboise. »

Brioche Pasquier réalise son rêve américain

Le groupe, basé dans le Maine-et-Loire, vient de racheter Galaxy Desserts, une entreprise de San Francisco. Une tête de pont qui servira à commercialiser les produits français aux Etats-Unis.

Une acquisition stratégique

Aux Cerqueux, petite commune du Maine-et-Loire située près de Cholet, l'american dream (le « rêve américain ») devient une réalité. En prenant une participation majoritaire dans le capital de la société Galaxy Desserts, le groupe Brioche Pasquier réalise une « **acquisition stratégique** » aux États-Unis, explique le directeur, Pascal Pasquier. L'entreprise servira de « **tête de pont** » au groupe français, pour commercialiser toute la gamme de produits fabriquée par Pasquier.

« **Être présent à l'international, c'est être présent physiquement, pour mieux comprendre le marché et ses consommateurs** », argumente le patron. Mais le leader du marché de la brioche en France n'arrive pas aux USA sans expérience. Au milieu des années 2000, Pasquier a racheté les sociétés Albatros (Vendée) et Symphonie (Seine-Maritime), et depuis, commercialise aux États-Unis des produits de panification sèche (croûtons et mini-toasts) et des pâtisseries fines surgelées (macarons, mirlitons et petits fours sucrés)

« Marché cosmopolite »

« **Le marché américain est assez perméable à nos traditions gastronomiques**, analyse le directeur. **C'est un marché cosmopolite. Des gens d'origines très diverses qui, d'une manière générale, sont réceptifs à la nouveauté.** » Et, pour mieux appréhender ce nouveau territoire, Pascal Pasquier a tenu à conserver la « **double culture des dirigeants actuels** », le président Paul Levitan et le chef pâtissier français Jean-Yves Charon. Le duo continuera à diriger Galaxy Desserts, avec l'aide de Fabrice Sciumbata, directeur international de Pasquier.

Installée sur la baie de San Francisco, cette PME de 164 salariés (15,6 millions d'euros de chiffre d'affaires) est spécialisée dans la fabrication de croissants, de pains au chocolat et de pâtisseries surgelées d'inspiration française (tartelettes, entremets, verrines). Pasquier, également présent en Espagne, au Benelux, en Angleterre et en Italie, emploie 3 000 salariés travaillant dans 17 usines, en France et en Espagne. Il a enregistré un chiffre d'affaires de 550 millions d'euros.

Christian MEAS.

Brioche Pasquier: partenaire officiel de la Coupe de France

La Lettre du Sport n°299

Brioche Pasquier vient de nouer une convention avec la Fédération française de football (FFF) en devenant "Partenaire officiel de la Coupe de France" pour les trois prochaines saisons. Cette opération a été montée par Carat Sport en liaison avec Sportfive.

Le groupe Pasquier est en France le leader de la viennoiserie préemballée, son métier historique, et s'est depuis 1989 diversifié sur le secteur de la pâtisserie industrielle. L'entreprise affirme son leadership par une stratégie d'innovation et d'investissements permanents. La collaboration engagée auprès de la Fédération française de football se traduira pour Brioche Pasquier par une présence sur le dos des maillots de chacune des équipes en compétition, et offrira à l'entreprise la possibilité d'organiser des opérations de marketing promotionnel, événementiel et relationnel. Le choix de la Coupe de France ne relève pas du hasard. "Epreuve populaire où se rencontrent football amateur et football professionnel, la Coupe de France offre à tous les clubs engagés, petits et grands, une chance de se distinguer et d'afficher leurs talents. S'associer à une compétition de cette nature exprime la volonté du groupe Pasquier de répondre aux besoins de tous et d'accompagner chacun dans ses loisirs et ses plaisirs quotidiens."

Brioches Pasquier. Le four de la galette des rois prend feu

Les Cerqueux - 30 Novembre

écouter

L'incendie s'est déclaré à 6h dans les usines du groupe Pasquier, aux Cerqueux. Près de 30 pompiers ont été mobilisés. Le sinistre ne devrait pas causer de chômage technique.

SUR LE MÊME SUJET

25/05 2012 **Un immense four prend feu aux Brioches Pasquier : 70 employés évacués**

04/04 2012 **Les Cerqueux. Brioche Pasquier reprend l'américain Galaxy desserts**

20/09 2012 **Brioche Pasquier : une nouvelle ligne de production**

10/04 2012 **Brioche Pasquier veut croquer l'Amérique**

Impressionnant déploiement de sapeurs-pompiers, ce dimanche matin aux Cerqueux, dans les Mauges. L'un des fours de l'usine Pasquier, destinée à la production de galettes des rois, a pris feu vers 6h. Un incendie sans doute dû aux matières graisseuses qui se sont enflammées, et qui se sont propagées dans le four.

Protection respiratoire

Vingt-huit pompiers, de Cholet, Bressuire et de Nueil-les-Aubiers, ont été mobilisés. Dont la cellule d'assistance respiratoire du centre de secours de Cholet. Le four, cloisonné au coeur d'un bâtiment, est difficilement accessible. **« Nous sommes dans un espace confiné, il a fallu assurer une protection respiratoire et effectuer un turn-over important »** au cours de l'intervention, explique le lieutenant Jean-Michel Guillet, chef de groupe des pompiers.

Selon Laurent Maufroy, directeur général du site, il ne devrait pas y avoir de chômage technique. **« La laine de roche qui entoure le four sera remplacé. On devrait pouvoir redémarrer la production au cours de la semaine prochaine. »** Pas de panique pour les amateurs de galettes des rois en attendant la remise en route, la production sera transférée sur un autre four. Brioches Pasquier fabrique plusieurs millions de galettes par an.

Brioche Pasquier

B.I.P le Bulletin d'Infos Pasquier

Numéro spécial - Hors série - Sept. 2014

40 ANS DE RÉUSSITES GOURMANDES !

ACTUALITÉ BRIOCHE p. 4
ACTUALITÉ BISCOTTE p. 7
ACTUALITÉ PÂTISSERIE p. 10
ACTUALITÉ AGRI p. 13
ACTUALITÉ GROUPE p. 17
ACTUALITÉ INTERNATIONAL p. 24