

# La Pétrie, une farine qui change tout !

Farine spéciale de qualité, procédé de fabrication innovant, accompagnement technique et marketing... Le groupement La Pétrie aurait-il tout compris ?

Il était une fois dix meuniers. Dix minotiers indépendants, qui voulaient se rassembler pour promouvoir leurs valeurs propres et fournir à leurs clients une farine un peu spéciale. Depuis 2005, leur collectif porte le même nom que ce produit : La Pétrie. Et ils proposent bien plus que de la matière première.

## Un produit phare

Mais commençons par La Pétrie : « C'est une farine de froment haut de gamme, qui donne une mie très crème, un goût prononcé et une bonne conservation », explique Jean-François Goubet, l'un des actionnaires de La Pétrie. Préparée avec la recette inédite des meuniers du groupement, elle permet d'obtenir

« La Pétrisane », décrite comme « une baguette quotidienne d'excellence, au visuel plus traditionnel et au croustillant incomparable. Un pain à la croûte sablée et au sillage du terroir, à l'odeur boisée, aux notes d'amandes et de pignon, à la consistance craquante, soufflée et légère. » Des qualités doublées d'une bonne conservation.

## Des innovations complémentaires

Les détails de la fabrication sont tenus secrets par les meuniers et les artisans de La Pétrie. Mais sa prin-

cipale caractéristique est de fermenter en bac durant au moins 24 heures. C'est cette « infusion » qui donne son nom à la baguette, via l'étonnante contraction de « Pétrie » et « tisane ». Surtout, cette maturation longue durée ouvre pour les boulangers de nouvelles perspectives d'organisation et de flexibilité. Une innovation en accord avec les valeurs du

groupement, notamment celle qui vise l'amélioration de la qualité de vie des artisans.

Outre la farine et son procédé de fabrication, La Pétrie propose depuis l'été des inclusions utiles pour étoffer sa gamme : « graines », « chorizo », « chocolat », « figue-abricot »... ces



Jean-François Goubet, minotier actionnaire de La Pétrie.



Graines ou duo de fruits, variations sur un air de Pétrisane.



Un aménagement de magasin « La Pétrie ».

## L'essentiel des valeurs de La Pétrie :



- ✓ Le **goût** et la **qualité** du pain ;
- ✓ La **promotion** et la **maîtrise** du métier ;
- ✓ Les **méthodes** artisanales et l'**innovation** ;
- ✓ La **proximité**, l'**entraide**, la **formation** et le **conseil** ;
- ✓ La **qualité de vie** de l'artisan boulanger.



Façade aux couleurs vives, mêlant modernité et tradition.

préparations en poudre ou morceaux, à incorporer avant la fermentation de la Pétrisane, permettent de varier les plaisirs sans peser plus encore sur la charge de travail de l'artisan.

Autre avantage : à partir d'une même pétrissée « Pétrisane », le boulanger peut proposer tout un éventail de pains (1 kg, 400 g, pavés, etc).

### Des outils adaptés

Mais La Pétrie ne se contente pas d'un catalogue fourni (farines et mixes). Pour ses clients, le groupement a prévu des formations techniques et un accompagnement commercial étoffé. Un « comité de la marque » complété par des experts met au point les nouveaux produits dans le laboratoire privé du groupement. Et les artisans peuvent y bénéficier de cours particuliers pour exploiter au mieux ces références innovantes. Côté marketing, La Pétrie a fait appel à des spécialistes pour créer une image

de marque appropriée. Le logo en est une bonne illustration : on y retrouve l'image du four et les couleurs de la chaleur et de la pâte, ainsi que la lune, symbole du travail nocturne et le pain, éclatant résultat du jour.

Sans rien laisser au hasard, la griffe est déclinée sur la sacherie, la PLV, les kits d'animation ponctuels, les vêtements et l'habillage des boutiques. Le groupement met même à la disposition de ses clients un concept d'aménagement de magasin qui mêle avec subtilité tradition et modernité.

### Un impact direct sur le C.A.

Au final, ces éléments mis bout à bout ont-ils un impact sur le succès d'une boulangerie ? Plusieurs exemples semblent en attester. A Neuvy-en-Sullias (45), Jérôme Pédrone a décidé, il y a près d'un an, de ne plus vendre

que La Pétrisane en baguette. Un choix gagnant puisque son chiffre d'affaires a bondi de 20 % en huit mois.

« Je suis ravi à plus d'un titre, explique-t-il. J'ai augmenté mon chiffre d'affaires, mais j'ai également amélioré mon organisation car je peux garder ma pâte prête à l'emploi pendant quatre jours. J'ai aussi moins de pertes, parce que je peux sortir une nouvelle fournée en une demi-heure. Et le résultat visuel et gustatif plaît à la clientèle. »

Même satisfaction à Vendôme (41) : la « boulangerie-vitrine » crée il y a

un mois par Jean-François Goubet sort d'ores et déjà 600 baguettes par jour.

« C'est un réel succès, confirme le minotier. Parmi mes clients, ils

sont une dizaine à produire exclusivement des baguettes Pétrisane et leur chiffre d'affaires a augmenté de 10 à 30 %. Le produit est excellent : quand les clients y ont goûté, ils ne veulent plus rien d'autre. » Eh oui : les consommateurs succombent eux aussi à La Pétrie !

Cécile Rudloff



Plus d'informations sur [www.lapetrie.fr](http://www.lapetrie.fr)

## Ce qu'en disent les clients

À Vendôme, Perrine Chartrin et Wilfried Chéreau gèrent la « boulangerie-vitrine »

de la minoterie Goubet. Au-delà du concept inédit de boulangerie ouverte par un meunier pour faire la démonstration de la valeur de ses produits, l'affaire est prospère : la boutique de désemplit pas. « La

Pétrisane plaît beaucoup, affirme Perrine. Les clients la trouvent croustillante et tendre. Ils disent apprécier de pouvoir la garder trois jours, quand les autres baguettes sont dures ou élastiques dès le lendemain. Ils aiment aussi beaucoup les déclinaisons de goûts, qu'ils consomment comme des gâteaux. Certains disent même que depuis qu'ils achètent leur pain chez nous, ils en consomment deux fois plus ! »



Perrine et Wilfried ont compris l'atout de proposer « La Pétrisane » à leurs clients !