

GMSA

INFO

Le Journal des
clients Groupe
Minoteries SA

Avril 2019

Editorial

**FBK: le rendez-vous
incontournable des artisans
boulangers**

**GMSA permet d'allier
création de valeur et
plaisir gustatif**

GMSA 
MÜHLEN • MOULINS • MULINI

Editorial



Sans trop y réfléchir, nous utilisons dans la vie quotidienne quantité d'abréviations pour désigner des entreprises ou des organisations. Le nom in extenso d'une société apparaît rarement. En effet, soit il est trop long – et peut-être un peu «encombrant» – soit il est quasiment impropre s'il est formulé dans l'une des autres langues nationales. Le voyageur se souvient-il qu'en prenant un train «CFF», il est propulsé par les «Chemins de fer fédéraux»? Et le lecteur des nouvelles économiques d'«ABB», sait-il qu'il consulte en réalité les informations d'«Asea Brown Boveri»? Chez nous, pour se faciliter la vie, on préfère parler tout simplement, dans le langage courant, de la «BCS» (Association suisse des patrons boulangers-confiseurs) et de la FMS (Fédération des meuniers suisses). Cependant, les noms d'entreprises, autrement dit les désignations officielles des organisations ou associations, restent inchangés, car ils fournissent souvent une indication très claire et univoque de l'historique de la société et/ou du secteur économique concerné.

Notre maison mère (Groupe Minoteries SA), avec ses moulins et ses marques connues et réputées (Bruggmühle Goldach, Bonvita, Grands Moulins de Cossonay, Intermill, Mino-Farine, Steiner

Mühle), qui a pour mission de faire face aux exigences du marché en regroupant judicieusement les intérêts communs et les tâches des sociétés filles (p. ex. logistique, marketing, informatique, assurance qualité, ressources humaines, comptabilité, etc.), est connue depuis longtemps sous le terme «GMSA» à l'interne mais aussi, et de plus en plus souvent, à l'externe. Dans cet ordre d'idées, nous avons baptisé «GMSAinfo» le bulletin de nouvelles publié trois fois par an à l'intention de nos clients, car cette simplification issue du langage quotidien s'est établie naturellement. Dans notre rapport de gestion, nous parlons donc, depuis un certain temps, presque exclusivement de «GMSA» et non plus de Groupe Minoteries SA, qui s'avère un peu plus compliqué pour la diction. Nous ne voyons cependant aucune raison de modifier en quoi que ce soit le nom de notre société mère – pas plus que celui des différentes sociétés filles d'ailleurs – car ces désignations font partie intégrante de notre identité distinctive et unique.

Néanmoins, afin de donner à notre entreprise, vis-à-vis du public, l'image d'une grande «famille», il nous a paru opportun d'assurer une présence plus claire, plus simple et immédiatement compréhensible

sans trahir l'héritage du passé qui compte tout de même quelques siècles pour certaines de nos sociétés. À l'avenir, nous privilégierons donc l'utilisation du sigle «GMSA» dans nos communications. À cette appellation s'ajoute tout simplement la déclinaison en trois langues de ce qu'est véritablement notre signature et qui qualifie de manière claire et complète le cœur de notre activité et la nature de nos compétences: Mühlen, Moulins, Mulini.

En revanche, la personne morale (Moulins) ou la marque comporte une autre facette de l'identité. Pour tenir compte de cet aspect – qui révèle notamment la fascinante diversité et la riche tradition de la culture d'entreprise suisse – nous continuerons bien entendu à mentionner le nom de nos entreprises dans nos communications. Nous entendons ainsi montrer que nous sommes solidaires et que notre force tient à notre union sous l'enseigne commune «GMSA».



Les changements visuels introduits en raison du positionnement différencié de notre identité seront mis en œuvre sur une période prolongée en fonction des domaines d'activité concernés, ceci afin d'éviter autant que possible d'éventuels coûts additionnels.

Marc Müller

FBK: le rendez-vous incontournable des artisans boulangers

Le 34^{ème} Foire qui s'est déroulée du 17 au 20 mars dernier aura été une édition mémorable pour tout le team de vente GMSA.

En effet, elle a été l'occasion de présenter notre nouvelle identité visuelle qui unifie notre communication au niveau national. GMSA sera la nouvelle marque de notre société mère, bien que nos unités d'affaires continuent à nous représenter au niveau régional comme par le passé.

Les visiteurs ont également pu découvrir toutes nos nouveautés, à savoir le Pain Alpin aux céréales torréfiées des montagnes et le Pain Antique à base de PurEpeautre et d'amidonnié qui s'inscrivent tous deux dans le partenariat étroit que nous avons avec IP-Suisse et Naturel, présents cette année sur notre stand.

Une autre nouveauté de caractère, le Paillasse Celtic, a été proposée par notre partenaire de longue date, Paillasse Marketing.

Notre nouvelle application GMSapp a été présentée à nos clients pour leur permettre de commander leurs farines de manière interactive, simple et efficace.

Enfin, notre assortiment de pains Premium et de pains sous licences, de même que notre gamme Edelvita Bio Bourgeon Suisse, qui s'est à nouveau distinguée en 2018 avec deux pains primés Bio Gourmet, ont également trouvé une place de choix dans notre exposition.

Merci à tous nos visiteurs qui se sont intéressés à nos produits et nos nouveautés. Chaque FBK est une occasion particulière de partage convivial et d'échanges chaleureux qui nous confirment que la branche des boulangers-pâtisseries-confiseurs, grâce aux compétences et aux professionnels actifs et dynamiques qu'elle regroupe, peut envisager un avenir positif.



GMSA permet d'allier création de valeur et plaisir gustatif

Pour que le consommateur puisse savourer un bon pain, un muesli Bio ou une escalope panée, il faut une chaîne de valeur qui fonctionne. Nous sommes fiers d'en faire partie et d'y apporter notre contribution.

Industrie traditionnelle, la meunerie a subi de grands changements ces dernières décennies. Les exigences et les attentes de nos clients ne cessent en effet d'augmenter.

Partenaire de l'industrie boulangère et du commerce de détail

La qualité des produits de meunerie est définie pour l'essentiel par leur constance en matière de propriétés physiques de la pâte, de microbiologie et d'analyse des résidus ainsi que par la garantie de la déclaration de l'origine de la matière première. Pour répondre aux exigences élevées à juste titre et changeantes du marché, nous sommes tenus de combiner les facteurs humains et techniques et de les assortir d'une assurance qualité applicable de haut niveau. Afin de satisfaire ces conditions pour la totalité de l'assortiment, l'achat des matières premières et leur stockage exigeant jouent un rôle essentiel.

Partenaire de la boulangerie artisanale

Comme l'ensemble de la chaîne de valeur agricole, la boulangerie artisanale n'échappe pas au vent du changement. Notre tâche est de, si possible, soutenir nos clients et partenaires, d'autant que nous formons ensemble une communauté de destin. En l'occurrence, les actes valent mieux que les mots. GMSA développe donc, en partenariat avec la boulangerie artisanale, des concepts complets de pains marketés, pour enrichir et compléter l'assortiment de spécialités maison de chaque boulanger. Il faut y ajouter un conseil technique qui ne se limite pas uniquement aux produits finaux, mais englobe aussi, sur demande, les aspects économiques et financiers. Nous sommes



le seul moulin de Suisse proposant à ses clients une option de facturation avec le modèle «Pistor Plus», qui porte le même nom que la coopérative propriété des boulangers. Nous soutenons par ailleurs la renommée Ecole professionnelle Richemont, à Lucerne, ainsi que Proback AG, qui jouent toutes deux un rôle essentiel dans le domaine de la formation.

Partenaire de l'industrie alimentaire

La croissance du marché des aliments prêts à consommer demande des composants/ingrédients de haute qualité constante, transformés spécifiquement pour chaque client, traçables sans interruption jusqu'à leur origine et répondant par ailleurs aux exigences les plus sévères de la sécurité alimentaire. Notre longue expérience dans la transformation des céréales de toutes sortes, des fruits à coque, des graines oléagineuses et dans la transformation secondaire des farines de céréales panifiables (chapelures, panades), nous permet de transmettre de précieuses impulsions au 2^{ème} échelon de transformation.

Partenaire de l'agriculture

La meunerie est un maillon important de la chaîne de valeur agricole. C'est pourquoi nous travaillons en étroite collaboration avec les producteurs, les centres collecteurs de céréales, la société coopérative agricole fenaco et les négociants céréaliers indépendants. De plus, nous entretenons une intense collaboration avec les stations de recherches agronomiques, l'accent étant mis sur la sélection de variétés de céréales panifiables. Nous sommes par ailleurs régulièrement en contact avec les organisations des divers labels (FiBL, IP-Suisse, Demeter, AOP, etc.). Nous sommes un important acheteur de matières premières agricoles de provenance suisse et nous nous engageons à ce titre pour une agriculture autonome et indépendante. Nous ne craignons pas, de ce fait, de donner très clairement notre avis sur la politique agricole dans nos rapports de gestion et rapports intermédiaires, afin de maintenir au minimum le niveau d'autosuffisance alimentaire de la Suisse à son niveau actuel.

Marcel Wächter