

Commission Boulangerie Pâtisserie Vendredi 6 Novembre 2020

Etaient présents :

(Voir liste cf slides)

Ordre du jour

-Mot du Président Laurent Repelin

-Présentation des deux co-présidents et copilotage GECO Food service

Véronique Racine Directrice Food service France SAVENCIA Fromages&dairy

Olivier Cannic Directeur Gourmet France Barry Callebaut

Laurence Vigné GECO Food service en appui Frédérique Lehoux

-Tour de table pour chaque entreprise :

Les besoins pour mieux appréhender le marché de la Boulangerie Pâtisserie

Les attentes par rapport à la Commission

-Relevés de Décision

-Prochaine réunion (voir Doodle)

Objectif de la réunion :

Dans le contexte de la crise sanitaire qui frappe nos marchés, un des segments d'activité qui semble avoir le mieux résisté aux restrictions d'ouverture et confinements « serait » le segment des Boulangeries - pâtisseries. Les adhérents du GECO Food service ne sont pas tous investis sur ce segment, il a donc semblé opportun de créer une commission ad hoc qui pourrait à terme aboutir à :

- Elaborer des outils, des études pour mieux comprendre l'activité, la place des marques, le poids de ce segment ...
- Inviter des acteurs pour mieux comprendre leurs stratégies et modes d'organisation
- Mutualiser des données
- Se nourrir des Bonnes pratiques des membres de la Commission

Relevés des principaux besoins /attentes des membres présents

- Définir le périmètre de la Boulangerie (Viennoiserie) Pâtisserie (coffee shops ? Labos GMS ,)
- Comprendre l'écosystème entre les réseaux de meunerie (fromenteries), les boulangeries indépendantes et les réseaux structurés comme Louise, Ange ,Marie Blachère. Le rôle et poids des associations (FEB, CNBP ..)
- Synthétiser les données essentielles CA, ticket moyen, différenciation villes, périphéries et zones plus rurales, typologies (Formation, âge, investisseurs,)
- Quels sont les besoins des « utilisateurs boulangers » en termes de produits, de marques, de matériels, quelles sensibilités aux emballages, en produits de snacking, en assortiments, digitalisation, sensibilité aux innovations, la sécurité sanitaire ?
- La diversification des offres (petit -déjeuner, Livraison à domicile...)
- Communication : Comment s'informent-ils ? presse salons ?
- Commercialisation : Quelle(s) route(s) to market ?
- Quelles attentes des shoppers ? leurs motivations ?

Les besoins et attentes sont importants. Plusieurs niveaux d'attentes se dégagent versus

- Des entreprises présentes historiquement sur ce marché qui cherchent des données plus fines
- Des entreprises qui cherchent à appréhender ce marché avec des attentes différentes selon qu'elles commercialisent des produits ingrédients ou des produits marquetés ? en recherche de données macro ;

Relevés de décision pour la prochaine réunion :

Définir le périmètre et les prochaines étapes :

- Organisation d'interventions, tables rondes
- Etudes ad hoc, achats mutualisés de données,
- Presse professionnelle, cabinets experts : Utiliser les enquêtes omnibus ?

Dans l'intervalle LV envoi :

-Une revue des informations déjà existantes au niveau du Panorama et études en possession du GECCO Food service pour aboutir à un 1^{er} inventaire des datas connues sous format Word : Les entreprises peuvent rajouter directement leurs commentaires /inputs.

- Un tableau que chaque entreprise remplit avec le type de produits commercialisés et les besoins exprimés, classés sur les thématiques principales :

Entreprise :	Produits «individuels» marquetés	Purs Produits snacking	Produits ingrédients	Produits ingrédients spécifique Boul pat	Matériels Equipements	Autres
Types de produits						
Les besoins	Datas marché Compréhension de l'écosystème	Route(s) to market	Compréhension des besoins et attentes des boulangers	Consommateur Shopper Attentes offres drivers de choix	Com-marketing Presse, salons, experts	Digital et digitalisation du PDV Boulangerie Contenu et réseaux sociaux digitalisation du point de vente (commande en ligne...).
Votre maturité (de + à +++)						
Vos besoins à prioriser (de 1 moins prioritaire à 5 prioritaire)						