

COMMISSION BOULANGERIE PATISSERIE

vendredi 6 Novembre



ORDRE DU JOUR

Présentation

Des 2 co-présidents

Des objectifs de la Commission (LV)

Tour de table pour chaque **entreprise (5')**

Vos besoins pour mieux appréhender le marché de la Boulangerie Pâtisserie

Vos attentes par rapport à la Commission

Fin de réunion Conclusion

Organiser les sujets – les prioriser- Calendrier 2021

ANIMATION DE LA COMMISSION

Co-Présidents

Véronique Racine Directrice Food service France Savencia Fromage&dairy

Olivier Cannic Directeur gourmet France Barry Caillebaut

Pilotes GECO Food service

Laurence Vigné (En appui Frédérique Lehoux et notre président Laurent Repelin)

LISTE DES ADHERENTS PRÉSENTS

ANDROS Chef	POLLET VIGUIER	Valérie	Marketing & Relations Partenaires
ANDROS Restauration	BRIQUET	Marie	Directrice Marketing
ANDROS Restauration	MALEKZADEH	Virginie	Business Unit Manager
BOLTON SOLITAIRE	BOAL	Sandrine	Marketing Solipro
DANONE	IRIGOYEN	Rhiannon	Directrice Développement Catégorie Impulse
DANONE EAUX France	FERRIN	Laurent	Channel Developer OTG
EBERHARDT	VILLERET	Jérôme	Directeur Commercial National
EUREDEN - D'AUCY Foodservice	JULOT	Pierre-Yves	Directeur Commercial
FLORETTE Food Service	DELEUZE	Caroline	Responsable Marketing
FRIESLANDCAMPINA France	PAYO	Anne-Claire	Marketing Manager Foodservice France
GASTRONOME Professionnels	VIAUD	Ludivine	Responsable Grands Comptes Circuits Spécialisés
GEL MANCHE	LE MOING	Florence	Responsable Comptes Clés Food Service
HILCONA Foodservice	CASSIER	Claire	Responsable Trade Marketing France
HILCONA Foodservice	RITZMANN	Olivier	Directeur Foodservice France
LDC	HARNIECH	Loic	Marketing
LDC	BESNARD	Samuel	Commerce
LE MONDE DES CREPES	JEGOU	Régis	Directeur Commercial
McCAIN Alimentaire	BOULLOT	Justine	Marketing Manager Food Service France
MEIKO France	BIDEAU	Jean-Luc	Directeur des Ventes Réseau
PANZANI Food Service	PACCARD	Victoria	Category Manager
PIERRE MARTINET Food Service	DELGADO	Olivier	Responsable Compte-Clé RHD
SAVENCIA Fromage & Dairy	MEUNIER-SPITZ	Dorothee	Directrice Développement des Ventes et Marketing Marché France
SAVENCIA Fromage & Dairy	FTERRE	Sana	Responsable DDV BP
St MICHEL Biscuits	GOURTAY	Hervé	Directeur St Michel Professionnel
St MICHEL Biscuits	NOIRET	Catherine	Directrice Marketing CHD
VANDEMOORTELE Bakery Products FR	RINGUEDE	Cédric	Directeur Commercial Food Service France

OBJECTIFS DE LA COMMISSION

Faire un FOCUS

- les sujets centrés sur le marché Boulangerie Pâtisserie non traités dans d'autres commissions .
- Recenser vos besoins -vos attentes



Trouver des réponses à travers des outils existants ou à créer en utilisant votre association comme outil de mutualisation

- Auditionner , inviter des experts , des clients
- Construire des outils Ah Hoc (Etudes)
- Utiliser les ressources en interne :

-avec la plateforme www.datagecofoodservice.com programme informatique appartenant au GECO permettant de développer des outils ad Hoc sur des mesures de ventes (CA , volume) sur du déclaratif industriel

- avec le [Panorama de la Chf notre étude en ligne](#) qui traite des CVA en focusant sur les Boulangeries Pâtisseries



TOUR DE TABLE DES BESOINS

TOUR DE TABLE DES BESOINS

NON EXHAUSTIF

• **Vos besoins** concernant spécifiquement le marché Boulangerie Pâtisserie

- Avoir une vision claire des grandes tendances en Boulangerie Pâtisserie : opportunités/menaces
- Quels enjeux sur la BP dans les années à venir
- Quel impact du digital/la livraison sur ce circuit traditionnel
- Quels acteurs : principaux groupes chainés + indépendants leur potentiel et stratégie // les distributeurs et leurs PDM sur la Boul Pat
- Analyse de l'offre : quelle répartition pain/snacking/pâtisserie + quels segments sont en croissance
- Quelques exemples d'enseignes à succès chainés et indépendantes
- Le CA des boulangeries (une moyenne) ?
- Que représente la partie sandwicherie en % CA par rapport à la vente de pains et pâtisseries.
- Est-ce que le consommateur différencie bien la boulangerie traditionnelle de la boulangerie industrielle ?
- A-t-on identifié le nombre de chaîne comme boulangerie Ange etc.. au niveau national ?
- Impact des ventes salades/ sandwiches en boulangerie sur les chaînes de restauration ?
- Le secteur reste-t-il dynamique malgré la COVID 19 ?
- Définition du périmètre, pour comprendre ce qu'on y intègre exactement (quid des sandwicheries ?)
- Comprendre la structuration du marché, par exemple avec une présentation du Gira ou autre, en creusant le poids des différents intervenants et les interactions des uns et des autres
- la conduite d'études spécifiques sur ce secteur, notamment avec un focus Petit Déjeuner, et sur l'état de la digitalisation l'utilisation des réseaux sociaux
- Avoir des invités boulpats, à la fois Fromentier, Chainés et Indépendants une bonne idée

RÉSUME DES ATTENTES

Les attentes concernant la Commission.

- Avoir la bonne vision du marché de la Boulangerie Pâtisserie : acteurs, maillage géographique, opportunités
- Acquérir des connaissances sur les attentes des acteurs – avec des datas chiffrées précises sur le snacking
- Avoir la bonne vision de l'offre à proposer ainsi que les opérations commerciales gagnantes sur le circuit (Best Practices)
- Mieux connaître le consommateur shopper en Boulangerie-Pâtisserie
- Appréhender le Digital et la Digitalisation Où en sont-ils et leurs besoins ?

Voir Tableau
Excel
A compléter sur
les priorisations

MERCI DE VOTRE PARTICIPATION