

## Commission Boulangerie Pâtisserie Vendredi 11 juin 2021

### 1. Intervention de Laurent Estebe Délégué Général du CEBP => Cercle d'Etude de la Boulangerie Pâtisserie

Association qui regroupe une centaine d'adhérents (pro de la filière blé/farine/pain).

#### Le secteur :

Pas 33 000 BP mais beaucoup moins => entre 27 et 28 000 BP en France (1 BP pour 1800/2000 habitants). CA annuel : environ 11 à 12 milliards d'€ TTC.

180 A 200 000 personnes travaillant dans ce secteur.

CA moyen 234k€ (Impôt revenu) | 440k€ (Impôt société)

#### Gestion de l'entreprise :

64% des cas par un couple

25% par un homme seul

6% par une femme seule

Moyenne d'âge : 48 ans (ça tend à baisser, renouvellement dans la BP)

**Les forces en présence** : meunier = acteur prépondérant et privilégié ( Banette, Festival par ex.)

/ Les réseaux de franchises (Feuillette par exemple) / les chaînes (Paul)

Nouveaux profils de BP, qui viennent d'autres secteurs ; plus attachés aux attentes clients, plus créatifs, plus engagés

#### **Tendances Acteurs**

- Rodolphe Landemaine,  
(20 à 25 boulangeries sur Paris) => 1 boulangerie 100% végétale
  - Land & Monkey | Boulangerie végétale  
<https://www.land-and-monkeys.com/>
  - Farine & Goût, Boulangerie inclusive
  - Bo & Mie | Sain, traçabilité  
<https://www.boetmie.com/>  
Pain, viennoiseries, pâtisseries Paris / filières courtes farine
  - Sain boulangerie – ancien chef restau > boulangerie. Utilisation blé à l'ancienne, levains et farines complètes bio  
<https://www.sain-boulangerie.com/>
- Click & Collect > +23% hausse CA pour une BP qui propose du click&collect
- Snacking 16% en moyenne du CA | sous 2% pendant Covid, télétravail très accentué etc.

Tous ces nouveaux profils et acteurs sont accompagnés par les meuniers.

**Les meuniers** => décideurs à ne pas négliger/ vraie porte d'entrée dans la profession.

**Un « gros meunier » peut servir environ 2000 artisans**

**Les meuniers s'organisent et proposent des formations à leurs clients (Exemple les moulins Bourgeois)**

### La BP face au Covid:

Les gens ont retrouvé de la proximité de l'assurance et du réconfort avec leurs boulangers. Augmentation de la digitalisation des points de vente, click& collect, amélioration des règles d'hygiène.

Profil du Boulanger moins digital, plus traditionnel / selon génération

Livraison pour les BP en centre-ville

Vente de farine chez les BP, mais tend à disparaître avec le retour à la normal ;

Baisse du snacking au tout début du 1er confinement pour les BP à proximité des entreprises.

En temps normal : le snacking représente 16% du CA en moyenne (jusqu'à 40% pour certains BP)

Chute à 2% pendant le covid, dynamique stoppée du snacking/restauration boulangère

Actuellement, le snacking repart très très fort.

45% du CA d'un BP= vente de pain

Depuis 2015 le snacking a augmenté de 15% en 5 ans

### Les tendances

Restauration boulangère : Salade, quiche pizza mais évolution vers burger, bagel, italien (focaccia) => Les BP = population très connectée aux tendances

En termes de snacking sucré , émergences de pâtisseries anglosaxonnes ( Donuts, Muffins etc.)

Diversification des moments de consommation :

Certains boulangers ont bien compris que, des deux RV avec leurs clients (matin Midi), d'autres moments peuvent être développés le 16h-18h (Pause Goûter) et le soir de 18/19h à 20h30/21h

➔ Traiteur du soir ?

70% des viennoiseries en BP sont surgelés

Attention : Peut être fait maison et surgelé (certains prennent des touriers pendant 2 jours pour faire la viennoiserie de toute la semaine suivante) cela correspond aussi à un axe de diversification des boulangers qui créent des laboratoires et commercialisent à la fois en BTOC mais aussi en BTOB en approvisionnant des restaurants, Hôtels etc. Equipement en Cellule de réfrigération et/ou surgélation Exemple Frédéric LALOS

Au niveau Appros

- Tendence Healthy, sain et gourmand. Besoin de bons ingrédients, sains, sans compromis sur le goût
- Tendence végétale monte
- Tendence Made in France, appros ocaux, importance de la provenance, transparence
- Produits sans additifs, sans colorants
- 

## **2. Tour de table des besoins**

=> autres interventions d'acteurs clés du secteur (meuniers, chaînes de BP, distributeur BP)

Concernant DISGROUP , il est prévu que le GECO FS organise une rencontre -Clients (ouverte à tous les adhérents GECO Food service) d'ici la fin de l'année.

=> étude ad hoc A voir en fin d'année

**La prochaine réunion est fixée au Vendredi 19 Novembre de 14h à 16h**