

Etat du marché de la boulangerie en 2021

Zoom sur le marché Français et focus sur les enseignes





CHD EXPERT



Leader Big Data
& Insights on
Global Foodservice

25
années
d'expérience

60
pays

100
collaborateurs
passionnés

8,5 M
Restaurants

85%
Couverture Globale
de marché



DATA



INSIGHTS



INNOVATION

CHD Innovation portfolio DATA – TECHNOLOGY - EDUCATION

traQfood

VECTAURY

onestaff

Vazee

ALL EAT one

GetResto

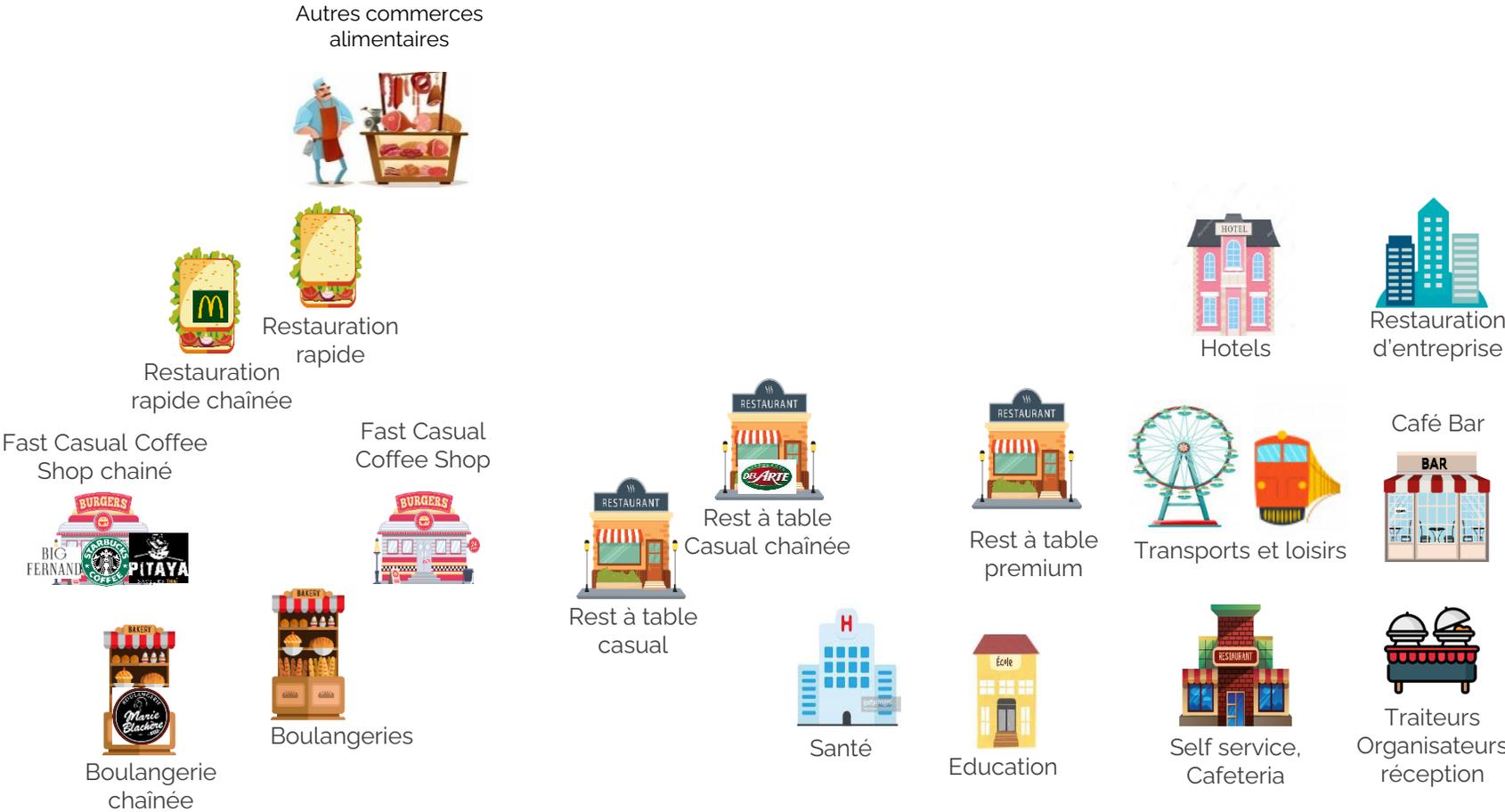
reecall.

EDITIONS BPI
BEST PRACTICE INSIDE

Data
Observer

Les perspectives pour chaque segment à la reprise

La boulangerie en bonne posture pour la reprise



Fort impact négatif

L'impact de la crise sur la B" P

Projections 2021

27 700
boulangeries

11 050
Millions euros

2019-2020

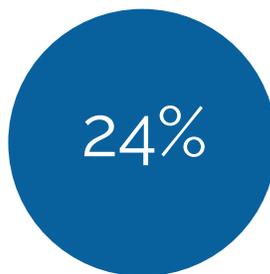


Valeur



Unités

2019-2021



Valeur



Unités



Niveau d'activité : comparaison 2020-2021 issue de notre enquête BP

Chiffre d'affaires : une reprise de l'activité

Chiffre d'affaires
déclaré en 2021



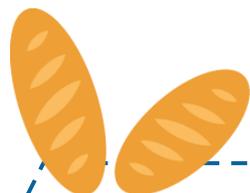
410 000€

en moyenne

Une activité qui repart à la hausse,
et qui regagne son niveau de 2019
en termes de chiffre d'affaires.

Les exploitants ont donné la priorité à l'offre de pain,.

L'offre snacking repart désormais à la hausse, traduisant un retour progressif des consommateurs, notamment sur le temps de midi, alors que certains points de vente avaient supprimé cette offre durant le confinement.



Pain

46% du CA total

Soit environ
189 000€



Viennoiseries

17% du CA total

Soit environ
70 000€



Pâtisseries

18% du CA total

Soit environ
74 000€



Snacking

12% du CA total

Soit environ
49 000€

Boissons
froides/chaudes

5% du CA total

Soit environ
20 500€



Autres

2% du CA total

Soit environ
7 500€

Niveau d'activité

Une reprise de l'activité en boulangerie
selon les catégories de produits

L'offre salée

95.2%

Proposent une offre salée
à leurs clients

1 Sandwichs

2 Quiches

3 Pizzas

66.6%

(Vs 88% en 2019)

proposent
une formule déjeuner

2019



Nombre de
formules
déjeuner
vendues par
jour
31

Prix de vente
moyen d'un
sandwich :
3.70€

Prix de vente
moyen d'une
formule déjeuner :
6.50€

2021



Nombre de
formules
déjeuner
vendues par
jour
33

Prix de vente
moyen d'un
sandwich :
3.90€

Prix de vente
moyen d'une
formule déjeuner :
6.70€



Focus sur le sandwich à fin 2021



Chiffre d'affaires global du sandwich :

1 240 millions

Poids du sandwich sur le chiffre d'affaires global d'une Boulangerie-Pâtisserie :

11,2%



Sandwichs vendus par jour en moyenne par point de vente en France :

42 sandwichs

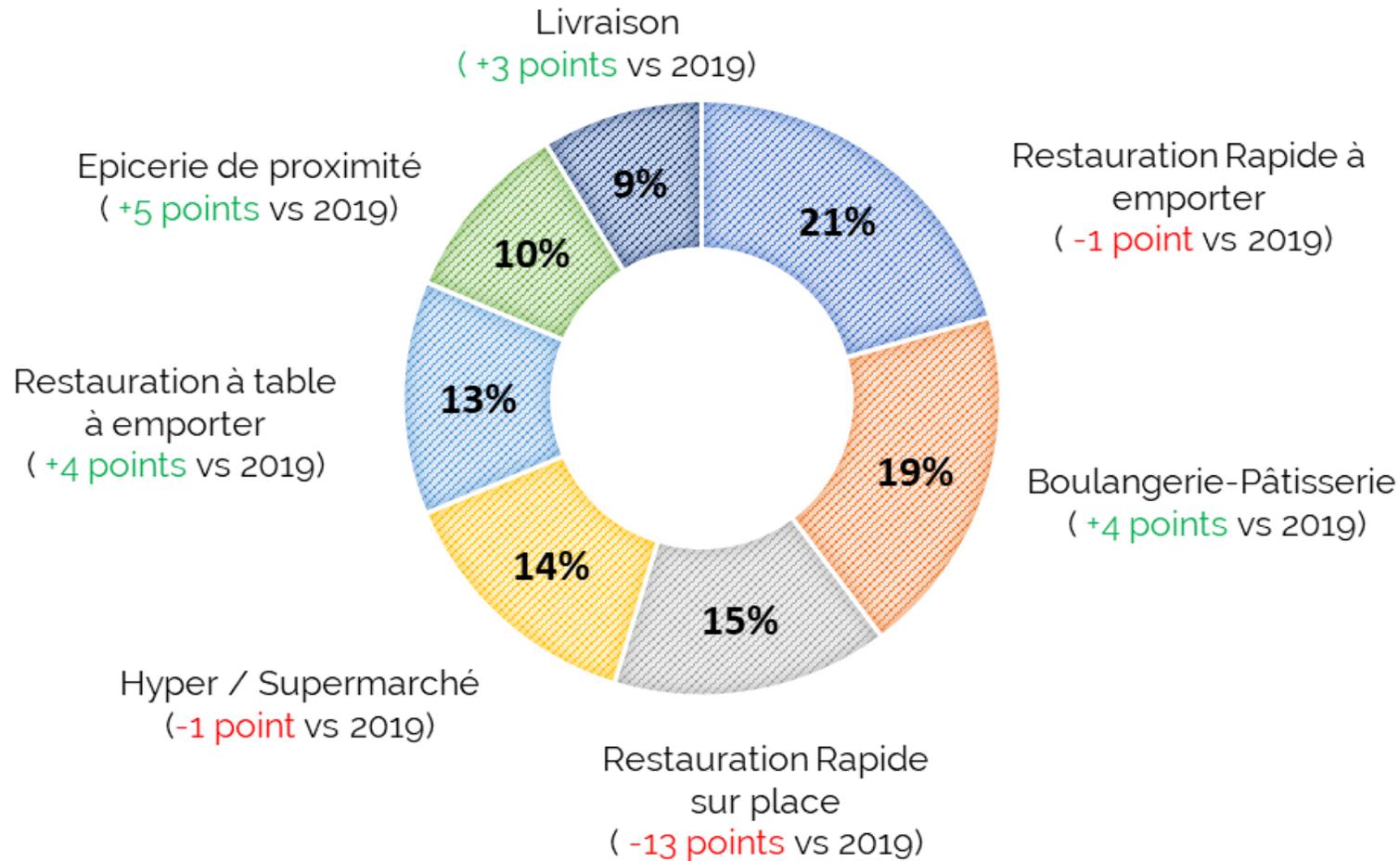


Evolution du CA sandwich par rapport à 2019 ;

-8 %

Le snacking hors domicile : extrait de l'étude pour le sandwich snack show

Du point de vue du consommateurs



Dépense moyenne



Boulangerie
Pâtisserie

(7,30€ en 2019)



Plats préférés



Les Challenges de la Boulangerie Pâtisserie à l'avenir

Les challenges 2021

#1

CONSERVER SON « BLASE » D'ARTISAN

Maintenir une atmosphère authentique qui véhicule le statut d'artisan et ses principes. Mais en même temps une dynamique moderne qui propose des innovations, réinvente certaines propositions, toujours rattachées à sa personnalité.



#2

EXPLORER SON « MOI » DIGITAL

Fonction de sa localisation, de son type de clientèle, de l'accélération générée par la crise sanitaire, le digital devient légitime dans une boulangerie. Il est temps de faire un arrêt sur image pour évaluer les outils digitaux indispensables : carte de fidélité, livraison, boutique en ligne...

#3

FAIRE ÉVOLUER SON MERCHANDISING AU FIL DE LA JOURNÉE

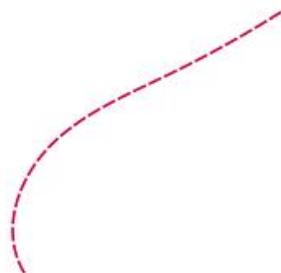
La disposition des produits dans une boulangerie est une vraie stratégie appliquées par les enseignes.
La plupart des établissements suivent cette tendance de réviser la place des produits en fonction de la journée car le consommateur ne fait le focus que sur certains spots. Il y a donc une bonne alchimie à trouver.



#4

TOUJOURS PLUS DE TRANSPARENCE

Au delà des mesures d'hygiène et de la premiumisation, la transparence est également connectée à plus de messages sur les origines, plus de local, plus d'informations sur les processus de fabrication pour un client plus rassuré et loyal.



#5

PREMIUMISATION ET SATURATION

La quête vers plus de qualité se poursuit avec ou sans Covid. La différence fondamentale repose sur les opportunités de saturation avec un consommateur qui rentre avec une planification de son panier moyen de dépense supérieure à la moyenne.



#6

REVOIR SA STRATÉGIE POUR UNE ORIENTATION PAIN

Il est indéniable que la crise sanitaire a favorisé un retour du consommateur vers les commerces alimentaires de proximité. Cela a favorisé une sur-consommation de tous les pains (de la tradition aux pains spéciaux). Il faut impérativement tout mettre en oeuvre pour maintenir le développement de cette tendance.

Les challenges 2021

#7

PARTICIPER À LA RECONQUÊTE DU PETIT DÉJEUNER HORS DOMICILE

Confinement et télétravail aidant, notre consommateur a pris le pli de reprendre son petit déjeuner à la maison. La reprise devrait redistribuer les cartes du petit déjeuner mais va prendre du temps.

Toutes les actions menées par le professionnel (nouvelle machine, promotions...) auront vocation à booster ce redémarrage.



#8

ENTREVOIR UN NOUVEL ESPACE POUR LE DÎNER ET LES PLATS CUISINÉS

Nous avons déjà évoqué l'importance d'avoir une formule pour tous les instants et pour tous les repas.

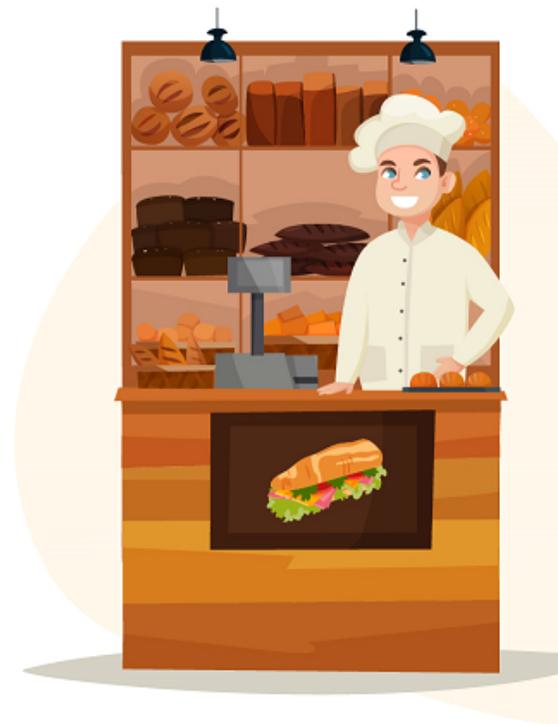
La crise sanitaire a potentiellement réouvert des opportunités pour des plats cuisinés à emporter en boulangerie et/ou pour un dîner à réchauffer à la maison.

#9

VOIR S'IL Y A DES OPPORTUNITÉS DU CÔTÉ DE L'ENTREPRISE ?

La crise sanitaire a accéléré la perception de l'offre alimentaire proposée par l'entreprise dans son enceinte. Le modèle dans chaque entreprise est progressivement en train de changer.

Au delà de l'offre déjeuner disponible en boulangerie, il y a potentiellement des propositions à étudier : abonnement repas, offre traiteur, corner boulanger...



#10

RÉCONFORTER UN STAFF « TRAUMATISÉ »

Les mesures de restriction dans le point de vente vont s'alléger au fil du temps. Le staff a été affecté par ces règles à appliquer dans le point de vente.

Il faut accompagner avec une dynamique positive ce retour à la normale.



LA FORCE DES ENSEIGNES

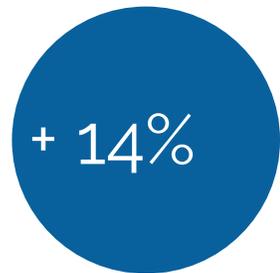
Evolution des chaînes

Valeur (CA):



2018-2019

Chaînés



Valeur



2019-2020

Chaînés



Valeur



Les chaînes de boulangerie pâtisserie

En 2020, 80 enseignes de
boulangeries de plus de 5
unités
Approx 2400 unités
Pour un CA de 1,7 milliards
d'euros

Top 10



2700 unités également dans
la catégorie multi fonds : petit
groupe de boulangeries
indépendants.
Moins de 1000 petits groupes

Evolution en unités de quelques enseignes durant la crise sanitaire



Enseignes	Recensement des enseignes à T3			
	2021	2020	2019	2018
BOULANGERIE ANGE	189	168	137	99
BOULANGERIE FEUILLETTE	42	35	23	Non suivi à date
BOULANGERIE LOUISE	117	115	116	103
BOULANGERIE MARIE BLACHERE	664	554	523	467

La boulangerie chaînée compense les fermetures d'indépendants en France
Un marché qui a vocation à encore plus se structurer dans les prochaines années

Vos contacts

Nicolas Nouchi

Global Research

+33(0)6.98.90.42.01

nnouchi@chd-expert.com

www.chd-expert.com

AMERICAS

CHD Expert

130 S. Jefferson Street
Suite 250
Chicago, IL 60661
1-888-CHD-0154

FRANCE

CHD Expert

92-98
Boulevard Victor Hugo
92110 Clichy
+33 1 73 73 42 00

EMEA

CHD Expert

41 Montefiore St
6520112 Tel-Aviv
972 54-332-9690