



**COMMISSION
BOULANGERIE PATISSERIE**
Vendredi 4 Février 2022

■ RAPPEL DES REGLES DU DROIT DE LA CONCURRENCE

Les adhérents du GECO Food Service et les participants aux réunions s'engagent à respecter les règles du droit de la concurrence.

En particulier, ils ne doivent pas communiquer ou échanger d'informations sensibles concernant leur politique et stratégie commerciale, marketing, publicitaire, industrielle et d'achat, notamment toute information relative aux prix, conditions de vente, opérations promotionnelles, bénéfices, marges, parts de marché, méthodes et coûts de production, de distribution et d'approvisionnement.

Le processus d'élaboration de positions établies ne doit pas servir de prétexte aux entreprises pour coordonner leur stratégie ni leur permettre d'imposer individuellement leur position dans un but qui leur est propre.

Chaque entreprise est responsable de sa stratégie commerciale et des décisions qu'elle prend à ce titre.

Liste des inscrits

| Société | Nom | Prénom | Fonction |
|--------------------------------------|----------------|------------|--|
| ANDROS Chef | POLLET VIGUIER | Valérie | Marketing & Relations Partenaires |
| ANDROS Restauration | BRIQUET | Marie | Directrice Marketing |
| AOSTE Food Service | RAMEL | Jocelyne | Directrice BU |
| BARRY CALLEBAUT | EGLOFF | Chrystel | Responsable Marketing Gourmet France |
| BEL Food service | FENEON | Margaux | Category manager junior restauration commerciale Bel Foods |
| BONDUELLE LL | SANNIER | Jérôme | Direction Category Management |
| BONDUELLE LL | LAVOGEZ | Emilie | Grands Comptes Boul Pat |
| CONDIFA | THALMAN | Nathalie | Responsable Marketing |
| DANONE PRO | XUEREB | Mailys | Assistante activation IMPULSE |
| EBERHARDT | VILLERET | Jérôme | Directeur Commercial National |
| ESPRI RESTAURATION | STRUILLOU | Nicolas | Directeur du Réseau Distributeurs |
| ESPRI RESTAURATION | JOURDON | Florie | marketing |
| EUREDEN - D'AUCY Foodservice | DOUIS | Nathalie | Responsable Mkg |
| FLORETTE Food Service | DELEUZE | Caroline | Responsable Marketing |
| GASTRONOME Professionnels | LENNE | Guillaume | Chef de groupe BtoB |
| HILCONA Foodservice | CASSIER | Claire | Responsable Trade Marketing France |
| LACTALIS CHF | PETOIN | Laurene | Category manager |
| LDC | BESNARD | Samuel | Commerce |
| LE MONDE DES CREPES | JEGOU | Régis | Directeur Commercial |
| McCAIN Alimentaire | MIQUELARD | Laure | Marketing Manager Food Service France |
| MEIKO France | BIDEAU | Jean-Luc | Directeur des Ventes Réseau |
| PANZANI Food Service | STASSE | Chloé | stagiaire marketing |
| SARRADE | GUILLARD | Camille | Chef de Produits Senior RHD France et International |
| SAVENCIA Fromage & Dairy | FTERRE | Sana | Responsable DDV BP |
| SODIAAL Foods Experts | NOGIER | Marie-Alix | Resp Marketing Client & Communication |
| St MICHEL Biscuits | MOTTE | Audrey | Directrice Marketing CHD |
| | | | |
| Intervenants + GECO Food Service | Nom | Prénom | Fonction |
| SAVENCIA Fromage & Dairy Foodservice | RACINE | Véronique | Directrice BU |
| BARRY CALLEBAUT France | CANNIC | Olivier | Directeur Commercial Gourmet France |
| GECO Food Service | VIGNE | Laurence | Secrétaire Générale Adjointe |

■ **Ordre du jour**

Mot d'introduction Véronique Racine et Olivier Cannic pilotes de la Commission

Interventions :

Franck THOMASSE Président du Syndicat des Boulangers du Grand Paris

Sébastien DOLEY Secrétaire général du Syndicat des Boulangers du Grand Paris.

Tour de table

Calendrier 2022



Interventions de

Franck THOMASSE Président du Syndicat des Boulangers du Grand Paris

Sébastien DOLEY, secrétaire général du Syndicat des Boulangers du Grand Paris.



Intervention



Bilans 2020-2021

4 réunions -27 Entreprises dont 2 du collège ESH-

ATTENETS

Datas marché
Compréhension
de l'écosystème

Route(s) to
market

Compréhension
des besoins et
attentes des
boulangers

Consommateur
Shopper
*Attentes offres
drivers de choix*

Communication
marketing
Presse, salons,
experts

Digital et
digitalisation
du PDV
Boulangerie
*Contenu réseaux
sociaux digitalisation du
PDV e*

Etudes GECO :
-Panorama
Segment Boul
Pât
-CIBM slides en
ligne

Auditions de:
Laurent Estebe Cercle d'Etudes BP
Michel Bilheude Banette

■ Merci pour votre participation



Rappel des besoins : priorisation



10 répondants sur
24 entreprises

| Les besoins | Datas marché et Compréhension de l'écosystème <i>(au sens large et pas seulement pour les produits marketés)</i> | Route(s) to market | Compréhension des besoins et attentes des boulangers | Shopper <i>(Attentes offres drivers de choix)+ évolution des prises alimentaires (nb, horaires) qui peuvent amener à une évolution de l'offre BP</i> | Communication marketing <i>(Presse, salons, experts) quels sont les supports d'information les plus consultés ?</i> | Digital et digitalisation <i>(contenu , réseaux sociaux , digitalisation du PDV ex commande en ligne)</i> |
|---|--|--|---|---|---|---|
| Votre maturité <i>(de + à +++)</i> | 5 entreprises = + 2 entreprises = ++ 1 entreprise = +++ 2 entreprises NC | 4 entreprises = + 2 entreprises = ++ 1 entreprise = +++ 3 entreprises NC | 4 entreprises = + 3 entreprises = ++ 1 entreprise = +++ 2 entreprises NC | 5 entreprises = + 2 entreprises = ++ 3 entreprises NC | 5 entreprises = + 2 entreprises = ++ 3 entreprises NC | 4 entreprises = + 1 entreprise = ++ 5 entreprises NC |
| Vos besoins à prioriser <i>(de 1 moins prioritaire à 5 prioritaire)</i> | 1 entreprise = 1 2 entreprises = 3 4 entreprises = 4 3 entreprises = 5 | 2 entreprises = 1 1 entreprise = 2 1 entreprise = 3 4 entreprises = 4 2 entreprises = NC | 2 entreprises = 2 2 entreprises = 4 5 entreprises = 5 1 entreprise = NC | 1 entreprise = 1 3 entreprises = 3 2 entreprises = 4 3 entreprises = 5 1 entreprise = NC | 2 entreprises = 1 5 entreprises = 3 1 entreprise = 4 1 entreprise = 5 1 entreprise = NC | 3 entreprises = 2 2 entreprises = 4 5 entreprises = 5 |



Sujet prioritaire :
≥ 7 entreprises sur
10 ont peu de
maturité sur ces
thèmes (de + à ++)



Besoins prioritaires
: ≥ 7 entreprises
sur 10 expriment
des besoins
prioritaires sur ces
thèmes (de 4 à 5)

RAPPEL DES BESOINS

| Les besoins | Route(s) to market | Compréhension des besoins et attentes des boulangers | Shopper (Attentes offres drivers de choix)+ évolution des prises alimentaires (nb, horaires) qui peuvent amener à une évolution de l'offre BP | Communication marketing (Presse, salons, experts) quels sont les supports d'information les plus consultés ? | Digital et digitalisation (contenu, réseaux sociaux, digitalisation du PDV ex commande en ligne) | |
|--|---|---|---|---|--|--|
| <p>Données marché et Compréhension de l'écosystème (au sens large et pas seulement pour les produits marketés)</p> | | | | | | |
| <p>Votre maturité (de + à +++)</p> | <p>5 entreprises = + 2 entreprises = ++ 1 entreprise = +++ 2 entreprises NC</p> | <p>4 entreprises = + 2 entreprises = ++ 1 entreprise = +++ 3 entreprises NC</p> | <p>4 entreprises = + 3 entreprises = ++ 1 entreprise = +++ 2 entreprises NC</p> | <p>5 entreprises = + 2 entreprises = ++ 3 entreprises NC</p> | <p>5 entreprises = + 2 entreprises = ++ 3 entreprises NC</p> | <p>4 entreprises = + 1 entreprise = ++ 5 entreprises NC</p> |
| <p>Vos besoins à prioriser (de 1 moins prioritaire à 5 prioritaire)</p> | <p>1 entreprise = 1 2 entreprises = 3 4 entreprises = 4 3 entreprises = 5</p> | <p>2 entreprises = 1 1 entreprise = 2 1 entreprise = 3 4 entreprises = 4 2 entreprises = NC</p> | <p>2 entreprises = 2 2 entreprises = 4 5 entreprises = 5 1 entreprise = NC</p> | <p>1 entreprise = 1 3 entreprises = 3 2 entreprises = 4 3 entreprises = 5 1 entreprise = NC</p> | <p>2 entreprises = 1 5 entreprises = 3 1 entreprise = 4 1 entreprise = 5 1 entreprise = NC</p> | <p>3 entreprises = 2 2 entreprises = 4 5 entreprises = 5</p> |

10 répondants sur 24 entreprises



Sujet prioritaire : ≥ 7 entreprises sur 10 ont peu de maturité sur ces thèmes (de + à ++)



Besoins prioritaires : ≥ 7 entreprises sur 10 expriment des besoins prioritaires sur ces thèmes (de 4 à 5)