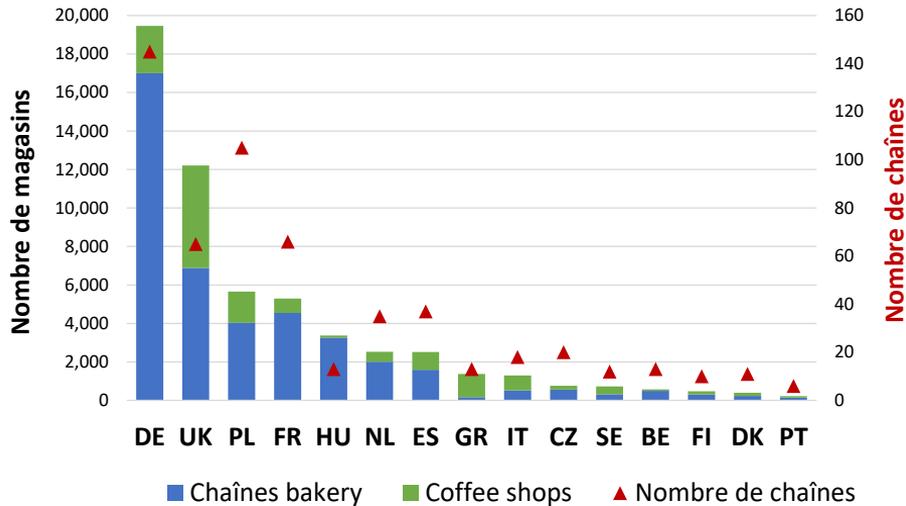


# La nouvelle dynamique des chaînes de Bakery en Europe: *les Business Models gagnants*

Anne Fremaux, Directrice Bakery

CIBM, Paris le 23 Novembre 2022

### Nombre de magasins et de chaînes de Bakery + Coffee shops



Source: Gira

Plus de 550 chaînes de Bakery et Coffee shops en Europe (>10 magasins):

- Près de 60,000 magasins
- Chiffre d'affaires > EUR 20 mrd (H.T.)

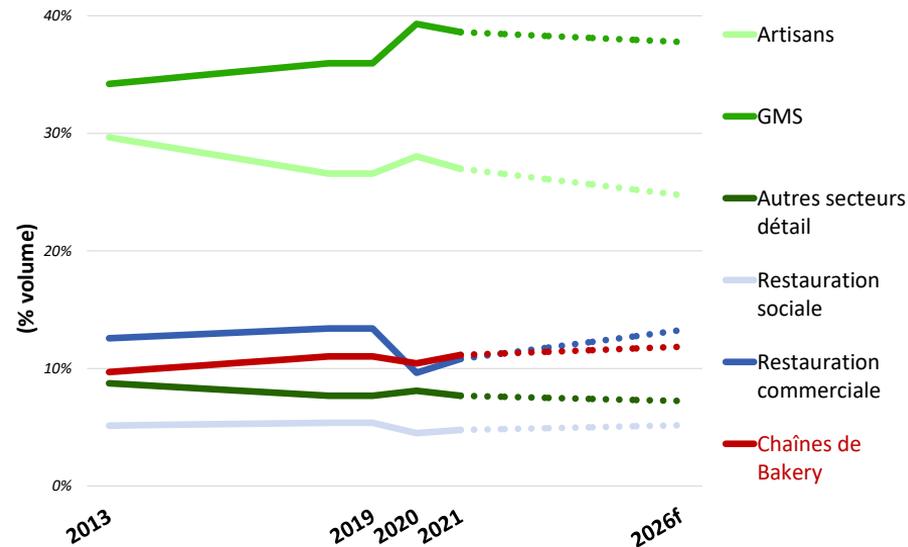
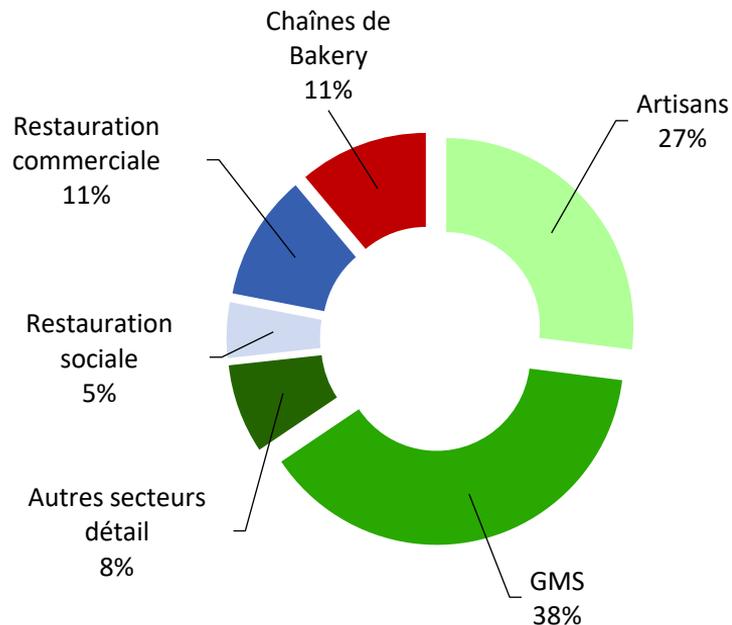
Origines:

- Artisans
- Investisseurs
- Industriels
- Distributeurs
- Restaurateurs

# Circuits de distribution de BVP fraîche

Chaînes Bakery: 11% du marché en volume, 15% en valeur

## Circuit de distribution en BVP fraîche, Europe, situation 2021 et tendances 2026f (volume)

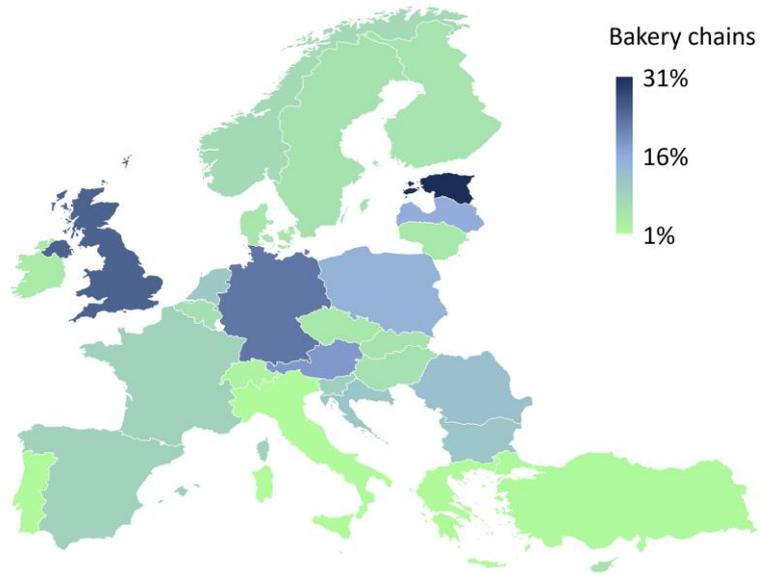


Source: Gira

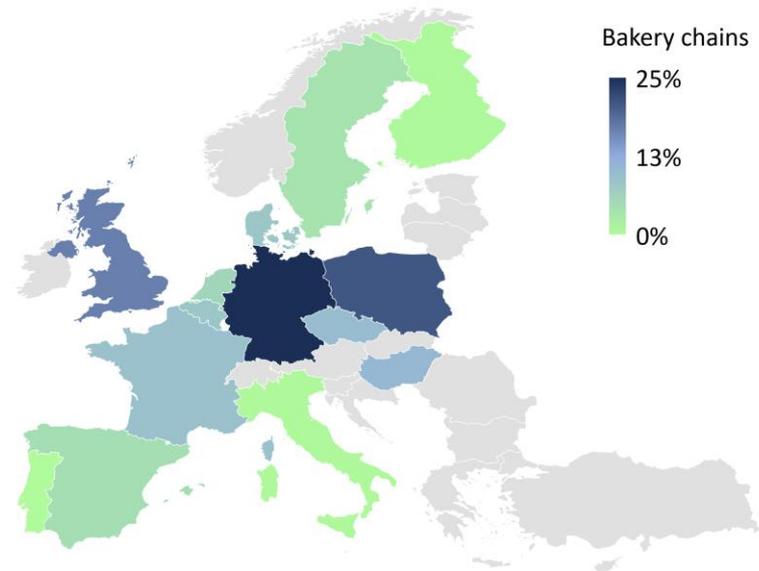
Source: Gira



### Part des chaînes Bakery en distribution (% volume)



### Part des chaînes Bakery en production\* (% volume)



\*: artisanale + industrielle

# Différents Business Models de chaînes de Bakery/Coffee shops

## Et leur mix produit (en % du chiffre d'affaires)

### « Classique »



### Sandwich



### Food to go



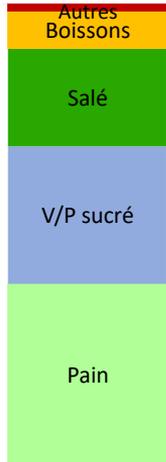
### Bakery Café



# Différents Business Models de chaînes de Bakery/Coffee shops

## Et leur mix produit (en % du chiffre d'affaires)

### « Artisan »



### Spécialisée



### Coffee shop



### Discount

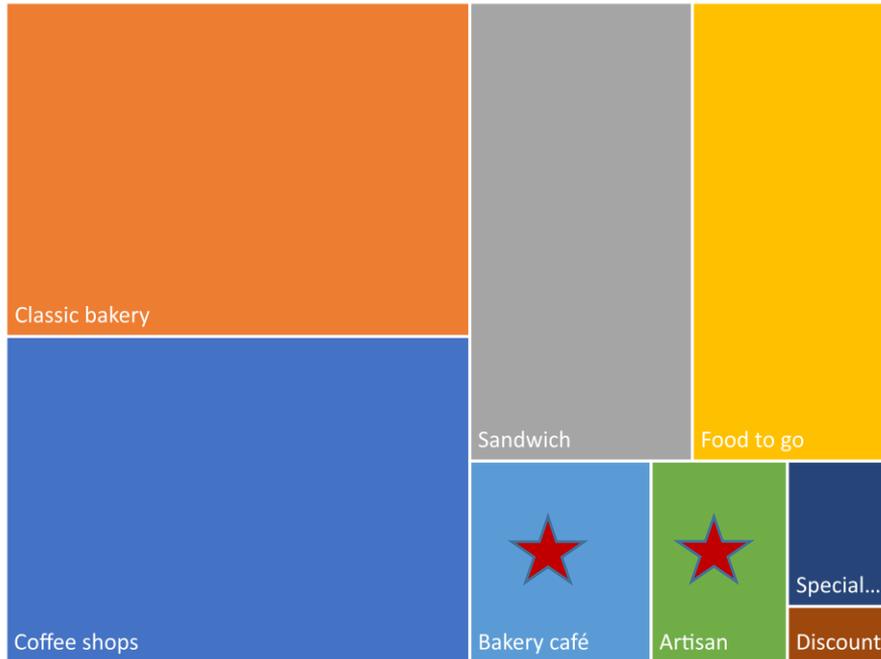


# Différents Business Models de chaînes de Bakery/Coffee shops

## Et leurs importances relatives

### Parts de marchés des différents Business Models de chaînes de Bakery/Coffee shops, 2021

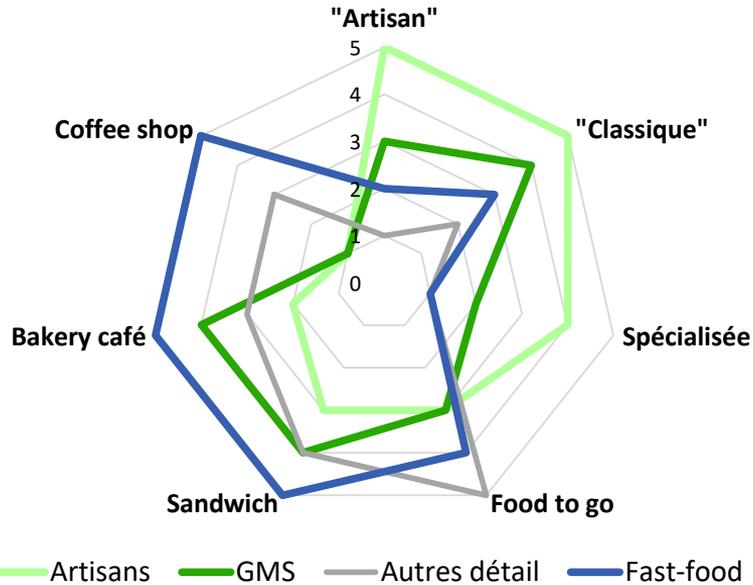
# Magasins



% Chiffre d'affaires Bakery frais



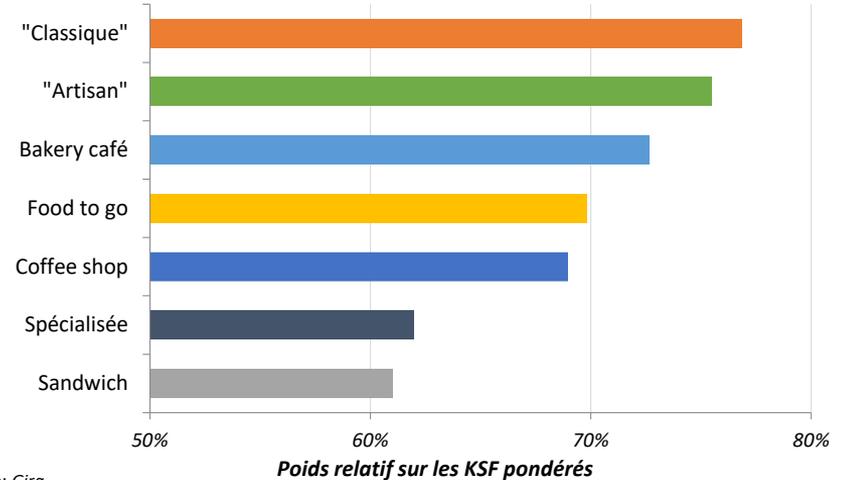
### Degré de concurrence entre chaînes et autres secteurs de distribution



1: faible concurrence - 5: forte concurrence

Source: Gira

### Positionnement relatif des Business Models



Source: Gira

## Proposer la meilleure offre (« customer value proposition »):

- Un positionnement mixte
- Des options “healthy”, des gammes spécifiques
- Un haut niveau de service clients
- Un stratégie marketing forte et ciblée.

## Avoir le modèle d'exploitation le plus performant:

- Une base financière solide
- Les meilleurs emplacements
- B2B / B2C
- Intégration verticale.



Merci (encore) pour votre attention!

Anne Fremaux  
a.fremaux@girafood.com