

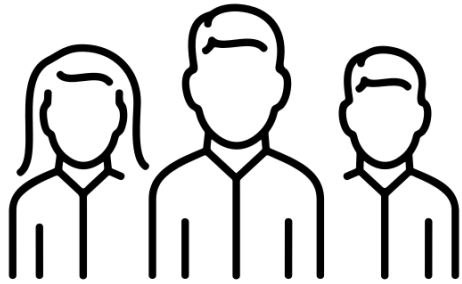
L'offre, marqueur fort de la transformation des boulangeries-pâtisseries



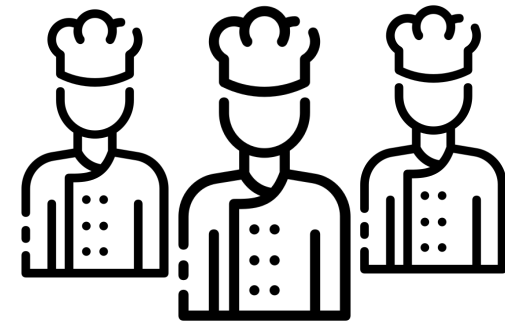
DOCUMENT RESERVE AUX PARTICIPANTS

Le lecteur est responsable des résultats obtenus suite à l'utilisation de ces informations et de toutes les conséquences directes ou indirectes qui pourraient en découler

La Revue Business Boulangerie-Pâtisserie : regard croisé des dernières typologies consos et pros.



**TYPOLOGIES
CONSOMMATEURS**



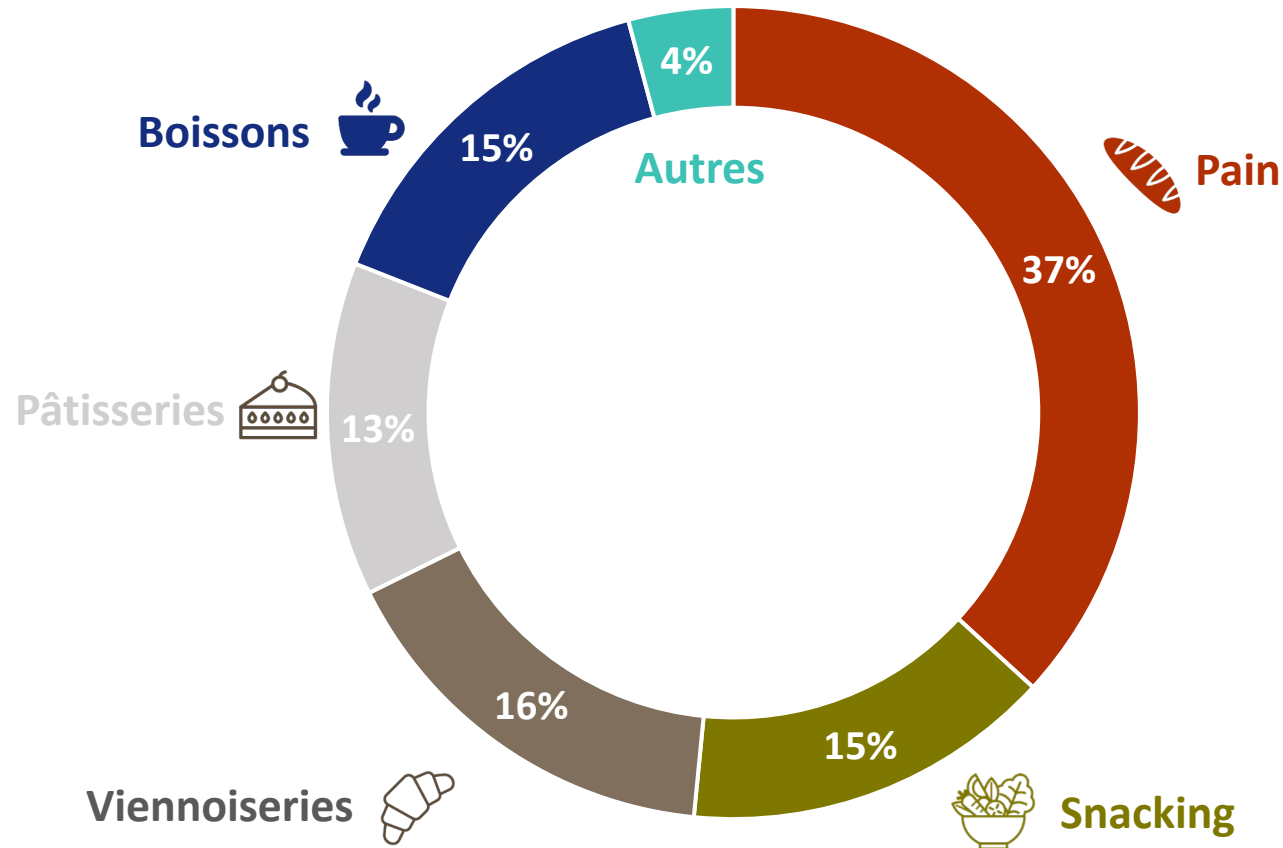
**TYPOLOGIES
PROFESSIONNELS**

Face aux mutations, les boulangers transforment leur mix marketing sur toutes les dimensions



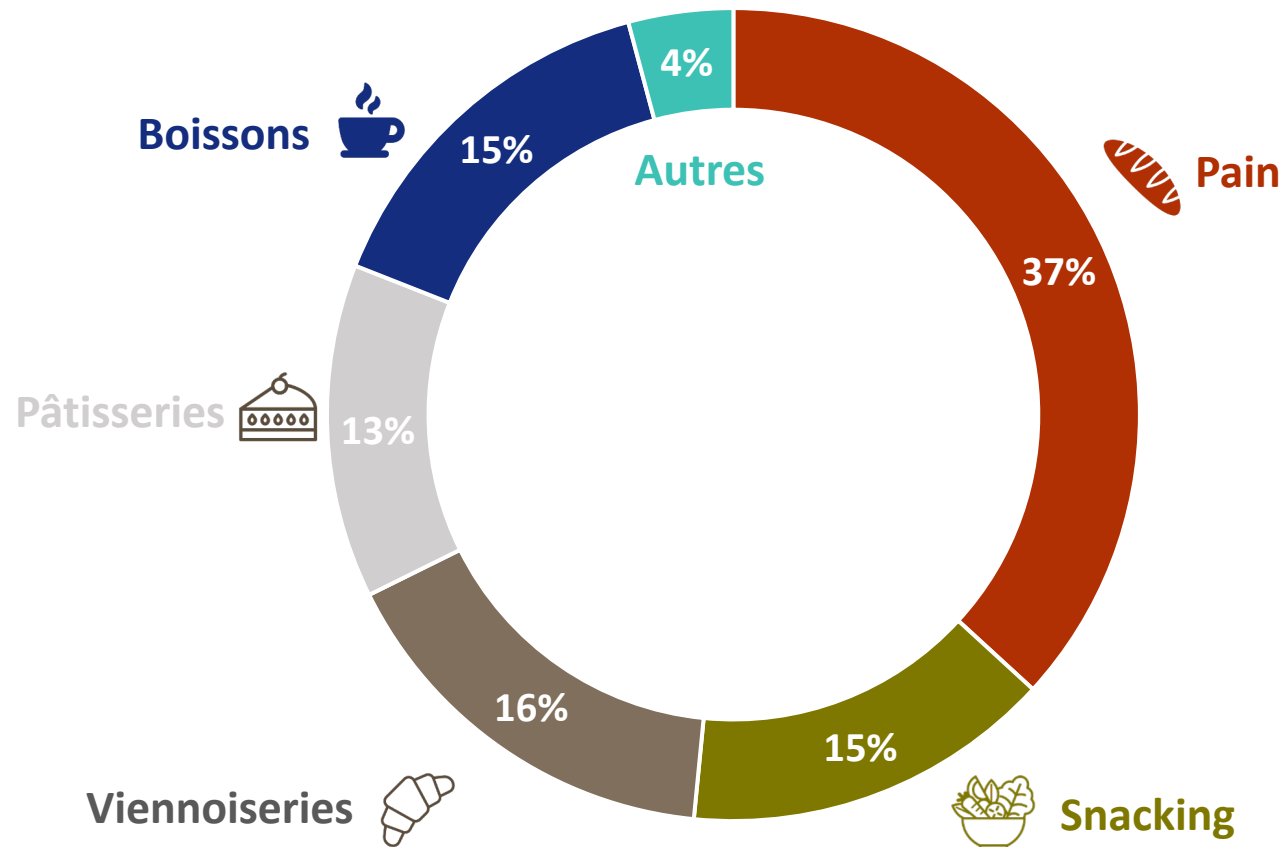
En moyenne, les achats des consommateurs en boulangerie : 70% en bakery, 30% en snacking

Part des produits achetés mensuellement

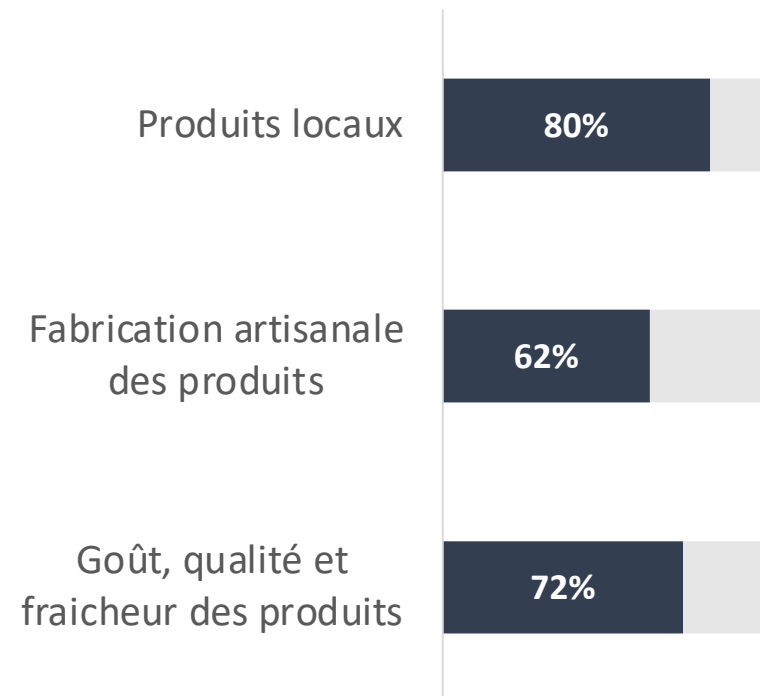


Des attentes de produits locaux de qualité, fabriqués artisanalement

Part des produits achetés mensuellement



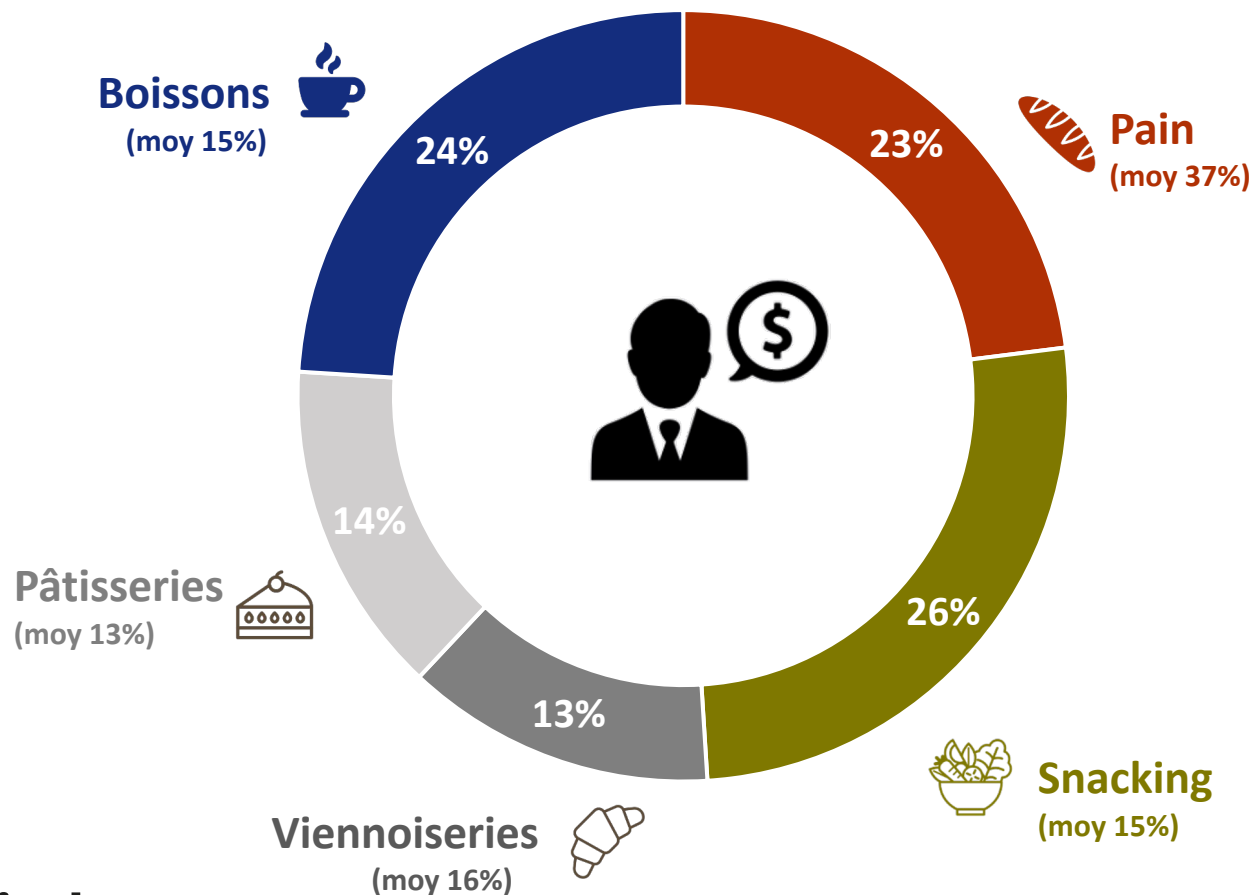
Attentes des consommateurs sur l'offre



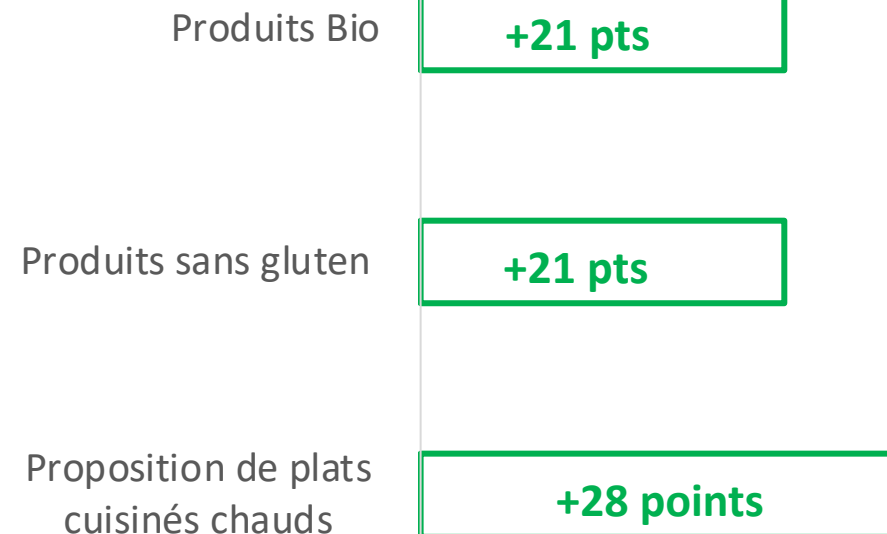
Des comportements consos en boulangerie très segmentés

Focus sur les « Actifs Urbains »

Part des produits achetés mensuellement



Intensité de l'attente (écart par rapport à la moyenne)



Ces boulangeries adaptent leur offre à leurs consommateurs



Réponse des Boulangeries-pâtisseries (écart par rapport à la moyenne)

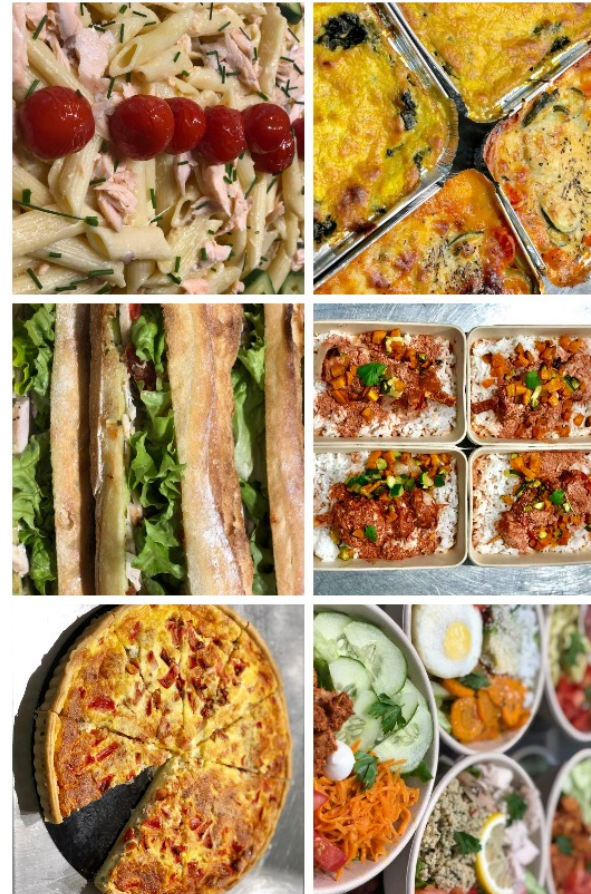
Proposition de plats cuisinés chauds

+25 pts

Produits Bio

+17 pts

Les « Actifs Urbains » visitent des typologies de boulangeries spécifiques



PAINS BIOLOGIQUES

Faire du bio et le faire bien. Farine biologique, levain naturel, sel de guérande...
Pureté de la matière, exigence de la méthode, un choix éthique et de raison pour mieux manger, dans le respect de notre planète.

Les « Actifs Urbains » à la recherche d'une offre multi-moments et de qualité



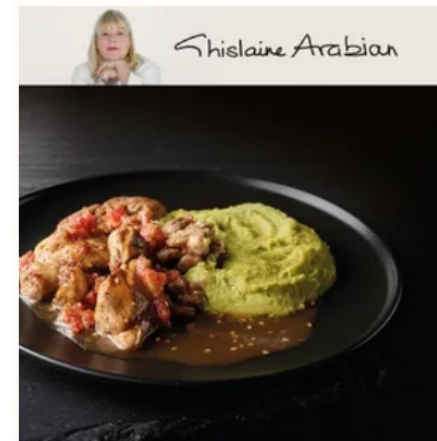
Le pain de seigle aux noix



Le pain curcuma et sésame noir 300g



La salade PAUL



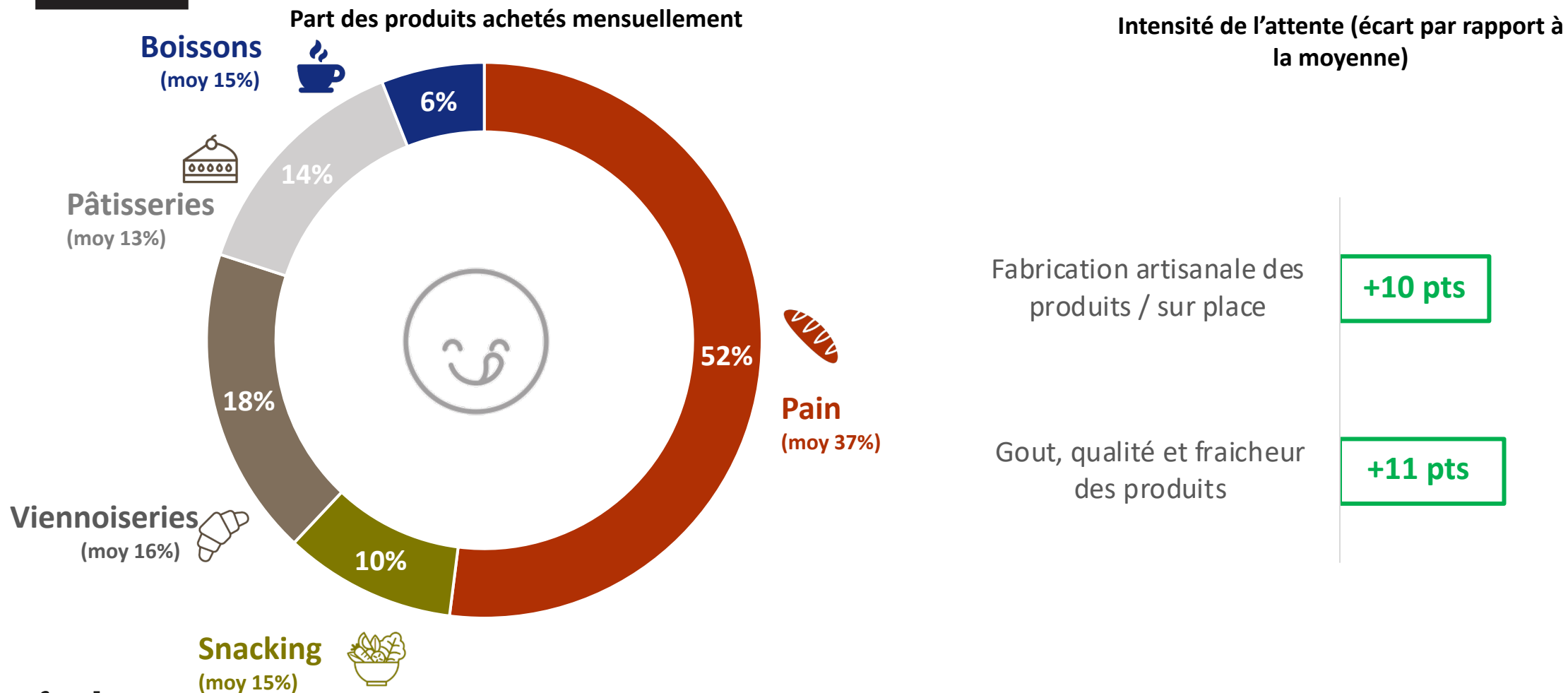
Le poulet mariné aux épices zaatar et cuit



Le waterzooï de cabillaud de l'Atlantique

Autre exemple de typologie de consommateurs

Les « Bons Vivants »



Ces boulangeries adaptent leur offre à leurs consommateurs



Réponse des Boulangeries-pâtisseries (écart par rapport à la moyenne)



Les boulangeries visitées par les « bons vivants »

Une offre centrale de pain premium très large



NOTRE CHARTE



Au Pain du Gone, nos partenaires et fournisseurs sont soigneusement sélectionnés afin de nous apporter le meilleur des produits de notre région.



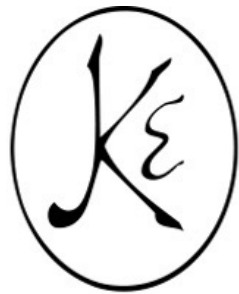
**LE SAINT-ROCH
GRAINES BIO**



**LE SAINT-ROCH MEULE
BIO**

Les boulangeries visitées par les « bons vivants »

La qualité et la fabrication artisanale mises en avant



ERIC KAYSER
ARTISAN BOULANGER
PARIS

PAINS AU LEVAIN AVEC OU SANS GLUTEN, DÉCOUVREZ
NOS PRODUITS DE BOULANGERIE

[Voir les produits](#)



ÉRIC KAYSER
Tartes
GOURMANDISSIMES

Les nouveaux enjeux pour les acteurs de la filière : une capacité de ciblage indispensable

Décrypter les nouvelles
attentes segmentées des
consommateurs en
boulangerie



Segmenter votre
approche produits en
fonction du type de
boulangerie



Intégrer le contexte
toujours plus chahuté
dans votre approche





food
service
VISION

Get a sharper vision,
make better decisions.

Food Service Vision
Contact@foodservicevision.fr



@FSV_fr