

The background of the slide features a photograph of hands stacking wooden blocks on a wooden table. The image is overlaid with a large white 'X' shape. The text 'syfab' is written in a cursive, orange font, followed by three colored circles (brown, orange, yellow) to its right.

syfab ●●●

# Le potentiel de la boulangerie et l'enjeu du recrutement

The logo for chdexpert consists of a stylized 'C' and 'D' intertwined, with the 'C' in blue and the 'D' in orange.

**chdexpert**  
BY DATASSENTIAL

# CHD EXPERT



Leader Big Data  
& Insights on  
Global Foodservice

A rejoint



26 années d'expérience

60 pays

130 collaborateurs passionnés

8,5 M Restaurants

85% Couverture Globale de marché



DATA



INSIGHTS



INNOVATION

# CE QUE NOUS ALLONS VOIR ....

La taille et le potentiel de la boulangerie

Les grands challenges  
du boulanger dans ce  
contexte

Les enjeux du  
recrutement

Le support possible de  
la chaine de valeur et  
les opportunités pour  
les fournisseurs

**PARTICIPEZ À NOTRE ENQUÊTE ET GAGNEZ DES CADEAUX D'EXCEPTION !**  
 • Pour chaque participant : Une synthèse de cette étude  
 • 1<sup>er</sup> prix : une tablette iPad Pro (Valeur : 800€)  
 • 2<sup>ème</sup> au 20<sup>ème</sup> prix : Un an d'abonnement offert à TraQFood (www.traqfood.com) : l'application mobile qui permet de gérer les tâches quotidiennes du Plan de Maîtrise Sanitaire (Valeur : 228€)  
 • 21<sup>ème</sup> au 30<sup>ème</sup> prix : Des chèques cadeaux (Valeur : 50€)  
 • 31<sup>ème</sup> au 40<sup>ème</sup> prix : Guide Pratique La Toque sur l'innovation (Valeur : 18.50€)

*Madame, Monsieur,*  
 Avec plus de 40 000 établissements, le secteur de la boulangerie-pâtisserie se place au premier rang des entreprises du commerce de détail alimentaire en France, largement devancé par les boulangeries artisanales.  
 Avec l'évolution des modes de vie, les comportements alimentaires et les attentes des consommateurs ont considérablement changé ces dernières années, entraînant une mutation de secteur.  
 Pour autant, ces mutations économiques, culturelles et sociétales représentent de nouvelles opportunités de croissance et d'innovation pour le secteur.

En tant qu'acteur majeur de ce marché, votre rôle est essentiel car vos choix, vos décisions et vos idées conditionnent son évolution ! C'est pourquoi, nous vous proposons aujourd'hui d'exprimer votre avis de professionnel. Vous êtes près de 2 000 professionnels à nous faire confiance chaque année, et nous vous en remercions. Nous comptons cette année encore sur votre participation pour continuer à progresser dans la compréhension de ce marché si complexe et si passionnant !  
 Très sincèrement,  
**Pauline GUILBON**  
 Responsable de l'étude

Nom : \_\_\_\_\_  
 Prénom : \_\_\_\_\_  
 Tél. : \_\_\_\_\_ Fax : \_\_\_\_\_  
 Nom Etablissement : \_\_\_\_\_  
 Adresse (n°, rue) : \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Code Postal : \_\_\_\_\_  
 Ville : \_\_\_\_\_  
 Adresse e-mail : \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_

- 1) Ce questionnaire ne vous prendra que quelques minutes ! Merci de le remplir en cochant la ou les case(s) correspondante(s) à votre choix en utilisant un stylo noir ou bleu.
- 2) Laissez de côté les questions auxquelles vous ne souhaitez pas répondre ou qui ne vous concernent pas.
- 3) Retournez votre questionnaire une fois rempli dans l'enveloppe T ci-jointe, accompagnée des commentaires que vous souhaitez nous adresser pour faire avancer l'étude.

**VOTRE ACTIVITÉ / VOTRE PROFIL**  
 a- Votre activité principale : vous êtes ? (Une seule réponse)  
 01 Une boulangerie  02 Une boulangerie-pâtisserie  
 03 Une pâtisserie  04 Un terminal de cuisson  
 05 La dépôt de pain  06 Une viennoiserie sandwicherie  
 07 Une entreprise de boulangerie industrielle  08 Autre, précisez : \_\_\_\_\_  
 ab- En complément, avez-vous une activité de : (Plusieurs réponses possibles)  
 01 Sandwicherie  02 Traiteur  03 Confiseur  04 Chocolatier  
 05 Salon de thé  06 Restauration  07 Glacier  08 Epicerie  
 09 Autre snacking  
 ac- Votre âge :  
 01 Moins de 25 ans  02 De 25 à 34 ans  03 De 35 à 44 ans  04 De 45 à 54 ans  05 55 ans et plus  
 ad- Quel est votre profil ?  
 01 La boulangerie-pâtisserie est mon métier d'origine, j'ai suivi une formation classique de boulanger (BEP / CAP / BTS)  
 02 La boulangerie-pâtisserie n'est pas mon métier d'origine, j'exerce une autre profession et je me suis spécialisé (formation designer, formation cours, commerce de proximité)  
 03 Je dirige une boulangerie-pâtisserie mais je n'ai suivi aucune formation, j'embaïche un ou des boulanger(s)-pâtisier(s) qui ont suivi toutes les formations nécessaires

**VOTRE MAGASIN**  
 ba- Depuis combien de temps exploitez-vous ce magasin ?  
 01 Moins de 3 ans  02 Entre 3 et 5 ans  03 Entre 6 et 10 ans  04 Plus de 10 ans  
 bb- Avez-vous procédé à une rénovation de votre boulangerie ?  
 01 Oui, il y a moins de 1 an  02 Oui, il y a 1 à 2 ans  03 Oui, il y a 3 à 5 ans  
 04 Oui, il y a plus de 5 ans  05 Non  
 bc- Enviez-vous de céder votre établissement dans les 5 années à venir ?  
 01 Oui, dans l'année  02 Oui, sous 1 à 2 ans  03 Oui, sous 2 à 5 ans  04 Non  
 bd- Combien d'établissements avec laboratoire et fournil exploitez-vous ?  
 01 Un établissement  02 Deux établissements  03 Trois établissements et plus  
 be- Vous exploitez par ailleurs :  
 01 Un point de vente  02 Deux points de vente  03 Trois points de vente et plus  
 bf- Votre magasin adhère-t-il à un concept marchand ?  01 Oui  02 Non  
 be'- Si oui, lequel :  01 Baguette  02 Baguette  03 Capeline  
 (Une seule réponse)  04 Festival des Pains  05 Ronde des Pains  06 Autre, précisez : \_\_\_\_\_  
 be''- Si non, avez-vous l'intention d'adhérer à un concept marchand ?  
 01 Oui, certainement  02 Oui, probablement  03 Non, probablement pas  
 04 Non, certainement pas  
 bi- Votre établissement est-il affilié à une chaîne (type Briche Dorée, Paul, La Mille Colline, La Croissanterie, Pomme de Pain, Marie Blanche, Boulangerie Louisa, Boulangerie Ange, Moulin de Pain...) ?  01 Oui  02 Non  
 bg- Combien de personnes au total sont employées dans votre établissement ? (espace vente + laboratoire, patron et apprentis inclus)  
 01 Moins de 3 personnes  02 3 à 5 pers.  03 6 à 9 pers.  04 10 à 12 pers.  05 Plus de 12 pers.  
 bh- Quelle est la surface de votre espace de vente ?  
 01 Moins de 50m<sup>2</sup>  02 De 50 à 100m<sup>2</sup>  03 Plus de 100m<sup>2</sup>

bi- Votre magasin se situe ?  
 01 En zone rurale  02 En ville  03 En périphérie de ville  04 En centre commercial  
 bj- Dans quelle tranche de chiffre d'affaires se situe plutôt votre magasin (en euros TTC) ?  
 01 Moins de 150 000 €  02 De 150 000 à 225 000 €  03 De 225 001 à 300 000 €  
 04 De 300 001 à 450 000 €  05 De 450 001 à 750 000 €  06 De 750 001 à 1 000 000 €  
 07 Plus de 1 000 000 €  
 bk- Sur une échelle de 1 à 10, merci de nous donner votre niveau de confiance pour votre activité sur les 12 prochains mois :  
 (Une seule réponse)  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
**VOTRE OFFRE DE RESTAURATION**  
 ca- Combien de clients servez-vous par jour en moyenne ?  
 01 Moins de 500  02 Entre 500 et 600  03 Entre 601 et 700  04 Entre 701 et 800  
 05 Entre 801 et 900  06 Entre 901 et 1000  07 Plus de 1000  
 cb- Avez-vous une offre de restauration à emporter (hors pains et viennoiseries) ?  
 01 Oui, le midi  02 Oui, le soir  03 Non  
 cd- Si oui, vous proposez :  
 01 Des sandwiches baguette  02 Des sandwiches pain brioche/viennois  
 03 Des sandwiches club (baguette pain de mie)  04 Des sandwiches autres pains (sésame, saïki...)  
 05 Des burgers ou autres petits plats (vins, bougats, briques)  
 06 Des hot-dogs, brochetas  07 Des salades, crudités  
 08 Des paninis  09 Des pizzas  
 10 Des quiches  11 Des tartes salées  
 12 Des plats chauds  13 Des yaourts, produits laitiers  
 14 Des fruits, salades de fruits  15 Des pâtisseries traditionnelles  
 16 Des pâtisseries américaines (cookies, brownies, muffins, donuts, choux...)  17 Autres produits sucrés  18 Autres produits salés  
 ce- Concernant votre offre du soir (sur place ou à emporter), reposez-vous sur :  
 01 Une offre spécifique (plats chauds, gratins, traiteur)  02 Un reliquat de l'offre du midi non vendue  
 03 Une nouvelle fournée, production pour le soir  04 Une offre de pizzas à la commande  
 05 Autre(s), précisez : \_\_\_\_\_  06 Pas d'offre du soir  
 cf- Concernant l'offre salée (sandwichs, quiches, salades), durant la semaine combien avez-vous en moyenne de clients par jour ?  
 01 Moins de 10  02 Entre 10 et 30  03 Entre 31 et 50  04 Entre 51 et 80  05 Plus de 80  
 06 Pas d'offre salée  
 cg- Quels types de formules proposez-vous ? Combien en vendez-vous par jour, et à quel prix ?

	Oui	Non	Nbr vendus/jour	Prix moyen
01 Formule petit déjeuner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____/jour	_____/€
02 Formule déjeuner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____/jour	_____/€
03 Formule goûter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____/jour	_____/€
04 Formule dîner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____/jour	_____/€

# Sources principales et secondaires

1 Une enquête nationale adressée à l'ensemble du marché tous les ans depuis 2003


2 Des études thématiques réalisées tous les ans dans le cadre d'un programme annuel : notamment le pain hors domicile et la viennoiserie mais aussi le café

3 Beaucoup de terrains d'étude ad hoc qualitatif et quantitatif en France et à l'étranger avec une moyenne de 20 terrains par an

4 Notre base de données







# Taille & potentiel du marché de la boulangerie artisanale



# Contexte post crise sanitaire

## Perspectives pour chaque segment du foodservice :

### Les boulangeries artisanales en bonne posture pour une reprise durable !



# La boulangerie artisanale : Un marché affecté par la crise sanitaire, mais toujours en mouvement

Résultats 2021

**27 700**  
boulangeries

**11 050**  
Millions euros

CA Moyen : 399.000 euros

**-9%**

**+26,3%**

Résultats 2012

**30 400**  
boulangeries

**8 750**  
Millions euros

CA Moyen : 288.000 euros



# Réalité de marché : la boulangerie artisanale se concentre...

En 2021,  
**80 enseignes** de  
boulangeries artisanales  
de plus de 5 unités

Environ **2 200 unités**

Pour un CA d'  
**1,9 milliards d'euros**

## Enseignes : Top 10



Plusieurs boulangeries avec un nom d'enseignes différent mais possédées par le même patron

**2 700 unités** également  
dans la catégorie multi fonds :  
petit groupe de boulangeries indépendants

**Moins de 1 000 petits groupes : Pour un  
CA de 1,4 milliards d'euros**



&



&







# Les différents métiers du boulangier artisan



# Chiffres clés de la boulangerie artisanale en 2022

## Focus chiffre d'affaires

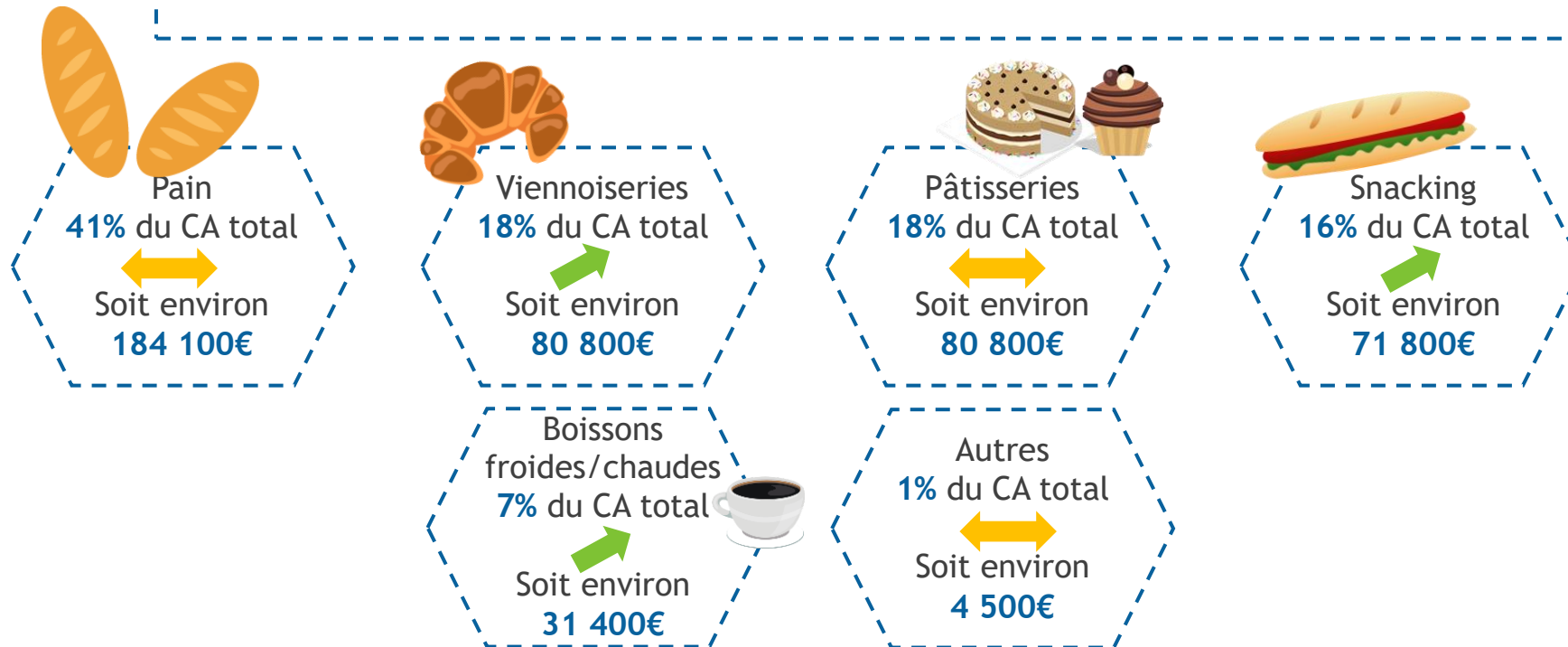


CA MOYEN DÉCLARÉ

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

**449 000€**  
en moyenne

*Une hausse qui illustre à la fois une augmentation du Chiffres d'affaires et une augmentation des prix....*





# Quelques évolutions de prix

2012

2019

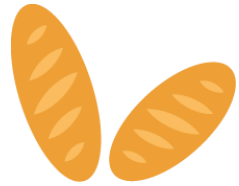
2022



Prix de vente  
moyen du  
croissant :  
**0.85€**

Prix de vente  
moyen du  
croissant :  
**0.96€**

Prix de vente  
moyen du  
croissant :  
**1,04€**



Prix de vente  
moyen de la  
baguette  
**0,87€**

Prix de vente  
moyen de la  
baguette  
**1,02€**

Prix de vente  
moyen de la  
baguette  
**1,09€**



Prix de vente  
moyen de l'éclair  
au chocolat :  
**1,71€**

Prix de vente  
moyen de l'éclair  
au chocolat :  
**2.20€**

Prix de vente  
moyen de l'éclair  
au chocolat :  
**2.41€**



Prix de vente  
moyen du sandwich  
**3,18€**

Prix de vente  
moyen du sandwich  
**3,90€**

Prix de vente  
moyen du sandwich  
**4€**

# Chiffres clés de la boulangerie artisanale en 2022

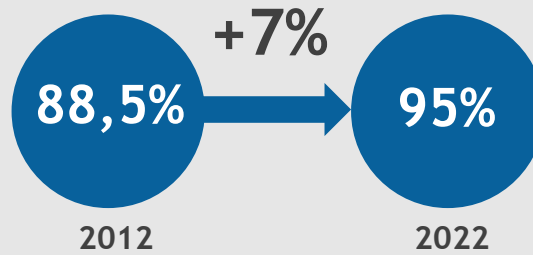
## Une reprise de l'activité en boulangerie selon les catégories de produits



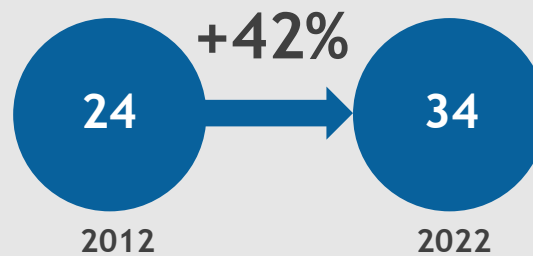


# Le snacking n'a jamais été aussi important

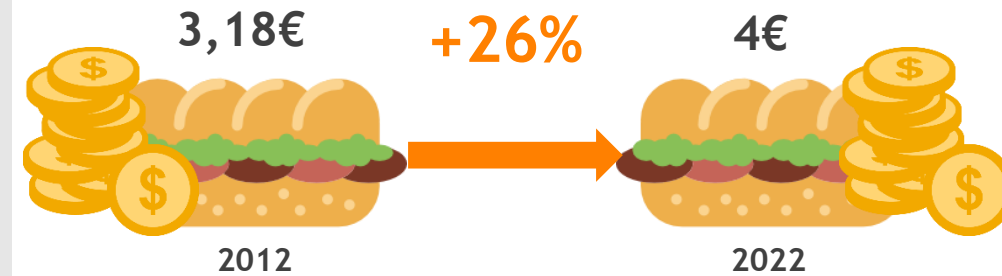
## Pénétration du snacking dans le marché de la BP



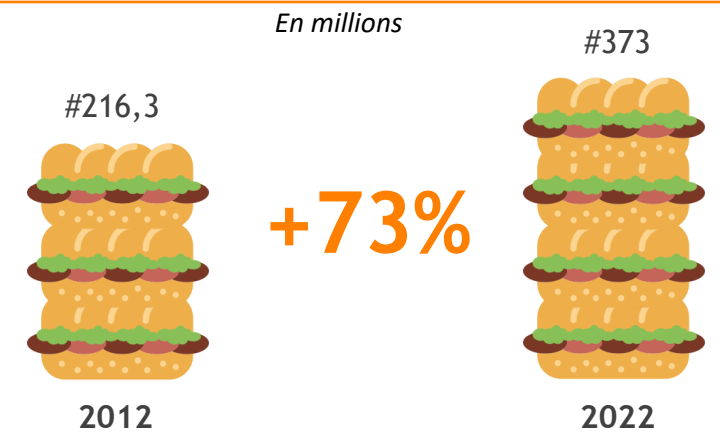
## Nombre de formules vendues par jour



## Prix moyen du Sandwich



## Nombre total de sandwiches vendus par an







# Prise en compte du consommateur et de ses attentes



# La satisfaction hors domicile a migré au fil du temps

Dans l'offre alimentaire :  
**40% de la satisfaction**



Storytelling  
concernant la  
fabrication du  
produit



Propositions  
traditionnelles  
revisités, modernisés,  
renouvelées, variées,  
encore + transparente



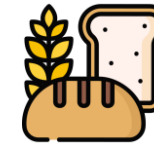
Ingrédients  
Healthy,  
locaux, eco-  
responsables...



Plus de  
qualité



Au delà l'offre alimentaire :  
**60% de la satisfaction**



Nouveaux goûts  
alimentaires,  
tendances : Pains  
spéciaux...



Premiumisation  
et personnalisation  
de l'offre : inédit,  
original




Amélioration de  
la praticité de  
consommation



Créer l'expérience  
clients : espace,  
merchandising,  
résonance sociale  
et digitalisation...





# Les défis du boulangier-pâtissier



# Les 10 challenges du boulanger artisan

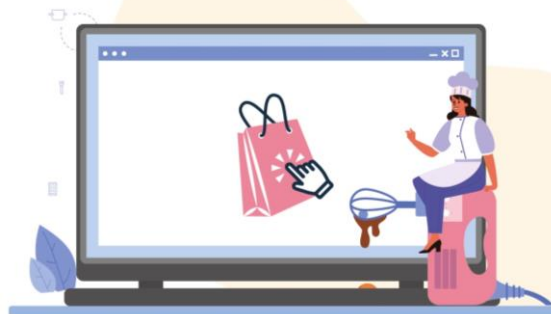
#1

CONSERVER SON « BLASE » D'ARTISAN



#2

EXPLORER SON « MOI » DIGITAL



#3

FAIRE ÉVOLUER SON MERCHANDISING AU FIL DE LA JOURNÉE



#4

TOUJOURS PLUS DE TRANSPARENCE

#6

REVOIR SA STRATÉGIE POUR UNE ORIENTATION PAIN

#7

PARTICIPER À LA RECONQUÊTE DU PETIT DÉJEUNER HORS DOMICILE

#5

PREMIUMISATION ET SATURATION

#9

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

#8

ENTREVOIR UN NOUVEL ESPACE POUR LE DÎNER ET LES PLATS CUISINÉS

#10

RÉCONFORTER UN STAFF « TRAUMATISÉ »





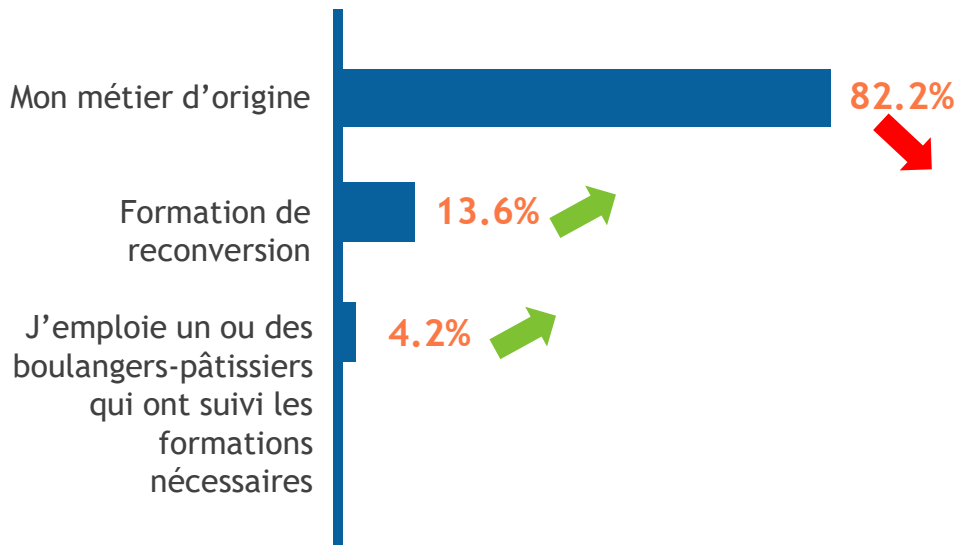


# Le recrutement : enjeux et difficultés



# L'effectif et son évolution

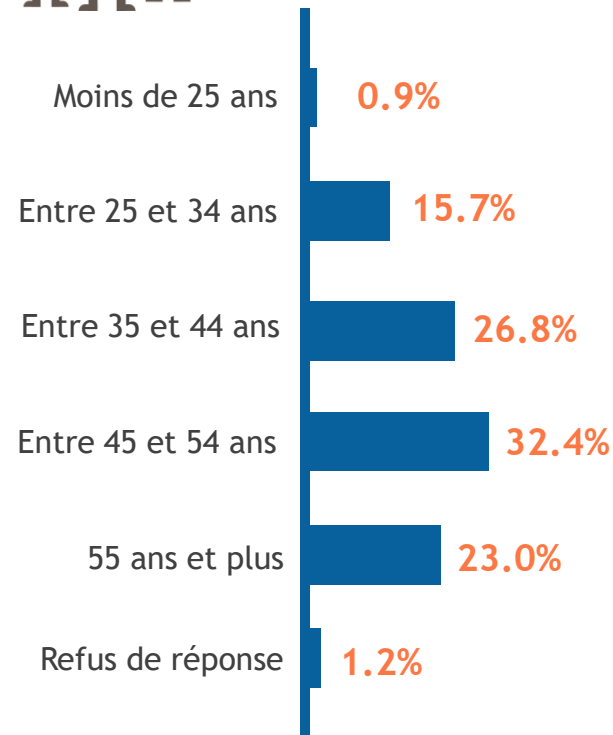
## Formation



## Age du répondant



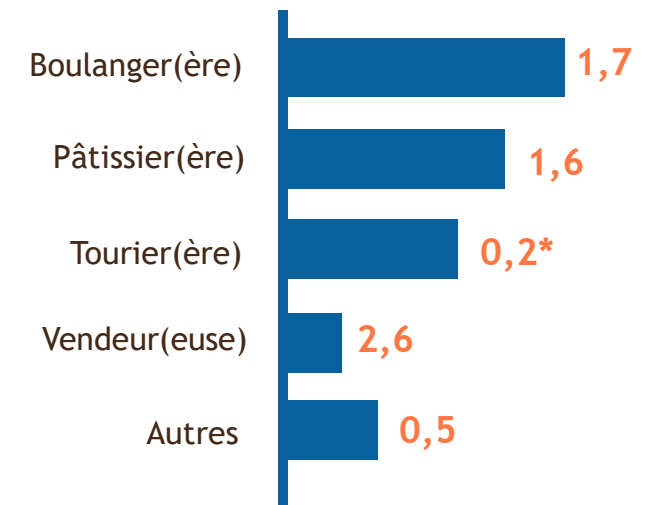
En moyenne  
42 ans



## Nombre de personnes employées : 2019



En moyenne :  
6,6



\* 13%

des boulangeries-pâtisseries sont susceptibles de détenir un/des tourier(ère) dans leur exploitation, en ayant renseigné un effectif non nul sur cette catégorie de personnel.



# Le recrutement et ses enjeux sont liés à des remises en question post crise sanitaire



Le sens donné à sa vie professionnelle



Les aspirations sur tous les thèmes



La qualité de vie au travail

# Qu'est ce qui change dans le laboratoire ?



Nathan boulanger employé de sa boutique : 28 ans.  
CAP Boulangerie pâtisserie de formation  
A travaillé dans 3 boulangeries et depuis 18 mois chez son employeur



Aime son métier  
Aime le pain  
Aime la relation avec ses collègues  
Envie de devenir boulanger



Les horaires  
La rémunération  
La pression  
L'ambiance  
L'idée de faire le même travail toute sa vie



# Qu'est ce qui change dans **en salle** ?



Isabelle, vendeuse de 23 ans.  
Aucune formation boulangère, et pas non plus en vente. Elle travaille depuis 18 mois dans la boulangerie.



Le contact  
Les produits  
Les collègues



La relation avec le labo  
Les clients mécontents ou méprisants  
La pression de la femme du boulanger  
La rémunération  
Ne fera jamais ce travail toute sa vie

# Comment changer la donne ?

## A COURT TERME

Au sein des formations  
Appuyer sur l'enjeu du recrutement et envisager  
des modules ours à court terme

Dans le point de vente  
Remettre en question ses méthodes  
Aménager les horaires  
Augmenter les salaires  
Echanger, partager, communiquer  
Rendre la boulangerie + « google »

## A MOYEN TERME

Au sein des formations  
Intégrer la gestion RH  
Intégrer le management des équipes  
Intégrer l'harmonie au travail

Dans le point de vente :  
Intégrer les nouveaux arrivants  
avec une nouvelle démarche  
avec plus de souplesse + de  
communication et de  
responsabilité

La prise en compte de la qualité de vie au travail est un  
sujet plus facile à traiter pour un autodidacte



# Comment gérer une boulangerie sans personnel ?

En réduisant / aménageant les horaires

En planifiant les séquences de production

En ajoutant des canaux de vente notamment digitaux

En faisant appel à des contrats d'alternance et des étudiants

Comportements fréquents



En réduisant sa gamme de produits

En focalisant sur des avant-produits pour maintenir le fait maison

En achetant plus de produits finis pour faire le reste maison

En augmentant sa capacité de travail

Comportements rares





# Le rôle de la chaîne de valeur



# LE FOURNISSEUR A UN RÔLE À JOUER

---



## Aider à la transformation du boulangier

- Montrer la bonne voie et soutenir la profession : message, solutions, formations, soutien des écoles
- Chercher l'inspiration auprès des reconvertis à la boulangerie pour pousser des jeunes à se reconvertir vers le salariat en boulangerie

# LE FOURNISSEUR A UN RÔLE À JOUER

---



Développer sa gamme d'avant produits pour la rendre encore plus complètes, adaptées et ayant vocation à soutenir la profession en ce sens mais en dédouanant son usage pour légitimer plus de fait maison au-delà : un boulanger rationnel/ entrepreneur avant tout.



# LE FOURNISSEUR A UN RÔLE À JOUER

---



Participer et accompagner le développement de la profession : pénuries des tourriers (formation généraliste, féminisation du métier (pâtisserie), outils digitaux de recrutement.

# LE FOURNISSEUR A UN RÔLE À JOUER

---



Création de label lié à la bonne qualité du travail en boulangerie pour convaincre.



# Contacts

**Nicolas NOUCHI**

*Head of Global Market Research*

nnouchi@chd-expert.com

+33(0)6 98 90 42 01

[www.chd-expert.com](http://www.chd-expert.com)

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

**CHD Expert - France**  
92-98 Boulevard Victor Hugo  
92110 Clichy  
+33 1 73 73 42 00

**CHD Expert - EMEA &  
Global Innovation Center**  
41 Montefiore St  
6520112 Tel-Aviv  
972 54-332-9690

**chdexpert**  
DATA INGREDIENTS • GROWTH SERVED