

BAROMÈTRE DE LA BOULANGERIE

HONORÉ snacking®

TOUS LES CHIFFRES CLÉS POUR MIEUX DÉCRYPTER LES TENDANCES

LA VIENNOISERIE

PRODUIT PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS

LE TOP3
DES LIEUX
D'ACHAT

1 BOULANGERIES
ARTISANALES
INDÉPENDANTES

76%



2 BOULANGERIES
EN FRANCHISE
ET CHÂÎNÉS

34%

3 GMS ET PROXI

32%

19% DU CHIFFRE D'AFFAIRES
D'UNE BOULANGERIE



189 VIENNOISERIES VENDUES
/JOUR EN SEMAINE



278 VIENNOISERIES VENDUES
/JOUR LE WEEK-END



71% ACHÈTENT UN CROISSANT
PAR SEMAINE



7 CROISSANTS CONSOMMÉS
/MOIS PAR PERSONNE



0,96€ PRIX DU CROISSANT
(0,91€ EN 2015)



Source : CHD Expert.

BY SNACKING.FR

LE BAKERY BUSINESS EN EUROPE

27% BOULANGERIES ARTISANALES

24% INDUSTRIEL PRÉEMBALLÉ

22% INDUSTRIEL BAKE OFF
(PAIN SURGELÉ CUIT SUR PLACE)

18% INDUSTRIEL FRAIS

5% INDUSTRIEL PRÉEMBALLÉ ET PRÊT-À-CUIRE

3% LABORATOIRES
ET PÂTISSERIES EN GMS

1% AUTRES FABRICATIONS

Source : Gira Food Service 2019.

BOULANGERIE ARTISANALE EN FRANCE

> EXPLOITATION

29 600 BOUL. ARTISANALES
ET CHÂÎNÉES



98% DE POINTS DE VENTE
INDÉPENDANTS



394 200€ DE CA MOYEN



+8% DE CHIFFRE D'AFFAIRES
EN 2019 VS 2018



63M² SURFACE MOYENNE
D'UN MAGASIN



88% N'EXPLOITENT QU'UN
SEUL ÉTABLISSEMENT



6,6 EMPLOYÉS PAR
POINT DE VENTE



86% SONT ISSUS DE
LA BOULANGERIE



74% NIVEAU DE CONFIANCE DANS
LEUR COMMERCE VS 6,5% EN 2016

Source : CHD Expert 2019.

BY SNACKING.FR



APPROVISIONNEMENT LES ATTENTES DES BOULANGERS

94% ATTENDENT DES PRODUITS
MADE IN FRANCE/LOCAUX

78% ATTENDENT DES PRODUITS
SANS ADDITIFS/COLORANTS

65% ATTENDENT UNE FARINE BIO
DE LA PART DE LEUR MEUNIER

45% PROPOSENT
DES PRODUITS BIO

Source : Food Service Vision.

> LE SANDWICH BAGUETTE EN PLEIN BOOM EN 2019

1 347M€ CA GLOBAL DU SANDWICH



11% DU CA RÉALISÉ
PAR LE SANDWICH



44 SANDWICHES VENDUS
/JOUR /POINT DE VENTE



+30% L'ÉVOLUTION DU
CA DEPUIS 2015



SANDWICH BAGUETTE

PIZZA

1

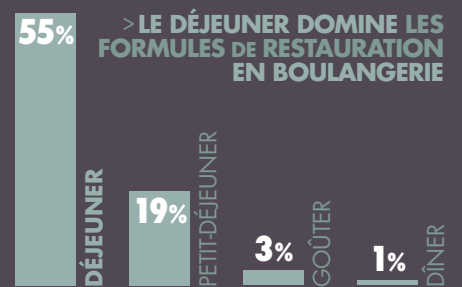
QUICHE

3

LE TOP3
DE L'OFFRE SALÉE

2

> LE DÉJEUNER DOMINE LES FORMULES DE RESTAURATION EN BOULANGERIE



Source : CHD Expert.

BY SNACKING.FR

RESTO RAPIDE ET COMMUNICATION NOUVEAUX LEVIERS POUR LES BOULANGERS



48%
DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE SALÉE,
TRAITEUR, SNACKING

47%
COMMUNICATION ET ANIMATION
DES RÉSEAUX SOCIAUX

33%
MONTÉE EN GAMME :
PAINS SPÉCIAUX, INGRÉDIENTS FRAIS,
DE SAISON, LOCAUX...

27%
LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE
ALIMENTAIRE ET LIMITATION
DES INVENDUS

22%
EMBALLAGES ÉCORESPONSABLES

Source : CHD Expert.