le monde des boulangers et des pâtissiers

TENDANCES DE MARCHÉ

De nouveaux enjeux pointus pour la filière boulangère

Publié le 09/06/2022 | Filière BVP, marché, concurrence, innovation

Pour répondre aux attentes des consommateurs et développer son activité, il faut parfois être en mesure de concilier des impératifs qui semblent, de prime abord, profondément incompatibles. Cette injonction fait pourtant partie du quotidien de milliers de chefs d'entreprise, dont le travail d'équilibriste parvient à faire avancer toute la filière BVP (Boulangerie-Viennoiserie-Pâtisserie).

Dans une étude parue en Avril 2022, Les Echos Etudes détaille les enjeux qui animent le marché ainsi que les tendances à suivre.
Si l'on peut constater que les clients s'orientent de plus en plus vers des offres associant praticité, produits locaux, respect de la santé, transparence, respect de l'environnement ou encore matières premières issues de filières vertueuses (AOP, Label Rouge, Agriculture Biologique...), **ils sont aussi très attentifs aux prix des produits** : le retour remarqué d'une inflation galopante (+4,5% d'inflation en France sur un an en mars 2022 selon l'INSEE) contracte le pouvoir d'achat des ménages. **Chaque entrepreneur doit alors réaliser des arbitrages dans ses structures de coûts**, que ce soit en terme d'approvisionnement, d'investissement ou de masse salariale, pour s'adapter à cet environnement de marché.

La concurrence n'a jamais été aussi exacerbée : non seulement de nouveaux acteurs (Marie Blachère, Ange, Louise...) affichent un fort dynamisme, mais les réseaux de distribution discount à dominance alimentaire sont aussi très présents avec une croissance annuelle moyenne de + 5,7% sur ce segment pendant la période 2015-2020 Seule l'augmentation des prix, et notamment de ceux des matériaux de construction, et les ruptures ou difficultés d'approvisionnement sur de nombreuses références, pourrait freiner temporairement leur développement.
Pour l'amont de la filière, il sera nécessaire de sécuriser les approvisionnements, construire des filières, trouver des solutions pour maîtriser les coûts et ainsi éviter tout risque de dérapages tarifaires, qualitatifs ou quantitatifs face à la situation observée en Europe de l'Est, dont le caractère stratégique en terme d'approvisionnement en grains a été mis en lumière par le conflit initié au printemps.

On notera également que la période de pandémie a rebattu les cartes du secteur : alors que la Restauration Hors Domicile semblait être une activité particulièrement porteuse, elle a connu un véritable coup de frein sous l'effet des confinements et du retour du "fait maison" dans les foyers. Un fait à tempérer de par le retour d'une dynamique positive en 2021... et les nouvelles perspectives offertes par le snacking, qui devient de plus en plus synonyme de bien manger et concentre les nouvelles tendances de l'alimentation, comme le végétal, l'amélioration des profils nutritionnels et donc de l'équilibre des recettes ou encore la suppression des additifs. **Autant de points qui devraient s'inviter dans l'ensemble des gammes, y compris en pâtisserie, viennoiserie ou encore en panification, avec l'apparition de nouveaux produits plus sains et accessibles à tous les publics.**

Cette transition vers des produits plus responsables se prolonge dans le développement de politiques RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) aux engagements **concrets et ambitieuses** : la filière BVP a un véritable travail a mener sur le respect des ressources naturelles (notamment en réduisant le gaspillage alimentaire) mais aussi des salariés, en leur offrant de meilleures conditions de travail et des perspectives d'avenir (évolution, formations, ...). Plusieurs acteurs s'engagent d'ores et déjà sur ces sujets, lesquels doivent parvenir à attirer et fidéliser de nouveaux profils dans des métiers où les difficultés de recrutement mettent sous tension de nombreuses entreprises. **L'attractivité des métiers de la boulangerie est une problématique qui amènera de nouvelles transformations**, notamment en terme d'horaires, d'investissements ou de construction des offres de produits. Si l'augmentation des salaires est un levier sur ce sujet, il engendre naturellement une augmentation des coûts de production, qu'il est difficile de répercuter.

Enfin, **la digitalisation d'un secteur riche en traditions et aux méthodes souvent empiriques apparaît aussi complexe qu'inévitable** : non seulement les consommateurs recherchent toujours plus de praticité dans la prise de commandes ou leur expérience en magasin, mais les outils numériques peuvent également faciliter le quotidien d'une entreprise de boulangerie. Gestion, production, encaissement... autant de piliers qui peuvent être aujourd'hui confortés avec l'appui de partenaires aussi efficaces que dynamiques.

Sur le même sujet

Vincent Jouan, nouveau Président de la filière CRC®

En savoir plus sur la filière du blé dur