

Savours & Co

Plus de 21 000 lecteurs décideurs chaque semaine

Le Goût avant tout !

L'HEBDOMADAIRE DIGITAL LEADER DES PROFESSIONNELS EN RESTAURATION BOULANGÈRE PÂTISSERIE
SNACKING RESTAURATION RAPIDE RESTAURATION A THÈME TRAITEUR FOODSERVICE RETAIL



NEUHAUSER
POULE ET TOQUE
CHEZ MEUNIER
MADemoiselle DESSERTS
SIAL PARIS
BARRY CALLEBAUT
ANGE BOULANGERIE
CAPFRUIT
FRITSCH
MEURENS NATURAL
GMP
TRAITEUR DE PARIS
TIPIAK RESTAURATION
LENÔTRE
BAGEL CORNER
HEINZ & BLEND
L'ÉTUVERIE
WALDKORN
SOLIA
ESPRI RESTAURATION
ANDROS RESTAURATION
PARIS BAGUETTE
BARILLA

BVP INDUSTRIELLE

DANS UNE PUBLICATION, LES ÉCHOS ÉTUDES PASSENT
 AU CRIBLE LES DÉFIS ACTUELS MAJEURS DU SECTEUR
 DE LA BVP ET LES TENDANCES DE CONSOMMATION
 QUI CRÉERONT LA CROISSANCE DE DEMAIN

LA BVP INDUSTRIELLE FACE À DES DÉFIS DE TAILLE

Dans leur publication intitulée “Le Marché de la BVP Industrielle” parue récemment, les analystes des Échos Études passent au crible les défis actuels majeurs du secteur et les tendances de consommation qui créeront la croissance de demain.

REPRISE DES INVESTISSEMENTS

Selon cette étude, après une année 2020 très compliquée avec une crise sanitaire qui a beaucoup impacté le secteur, le marché de la BVP a retrouvé en 2021 un bon dynamisme sans toutefois atteindre le niveau d'activité d'avant la crise.

Les acteurs de la BVP ont, par ailleurs, repris leurs investissements dans leurs outils de production, pour s'adapter aux évolutions de la demande. Les rachats et opérations de croissance externe ont également repris avec la volonté de poursuivre le développement à l'export, qui était sur une dynamique très forte entre 2015 et 2019. L'exportation présente en effet toujours de bonnes perspectives pour des produits BVP Made in France. Doté d'un savoir-faire reconnu et symbole de la gastronomie française lui permettant de rayonner à l'international, le secteur de la BVP industrielle incarne l'excellence à la française.

DE GRANDES INCERTITUDES EN 2022

L'année 2022 est de nouveau une année de grandes incertitudes, avec des entreprises qui devront une nouvelle fois faire preuve de leur capacité d'adaptation à un contexte mouvant. De nouveau, les acteurs de la BVP font face à une situation complexe, avec la hausse importante des coûts de production, amplifiée par la guerre en Ukraine avec de nombreux défis à relever : sécuriser les approvisionnements, construire des filières, trouver des

solutions pour maîtriser les coûts et ne pas trop empiéter sur le pouvoir d'achat des consommateurs...

LES DÉFIS DE L'EMPLOI, DE LA RSE ET DU DIGITAL

En parallèle, le secteur BVP est aujourd'hui confronté à d'autres défis de grande ampleur. L'emploi est un défi sur lequel le secteur doit travailler pour améliorer son image et parvenir à recruter et fidéliser les collaborateurs. La RSE est également un enjeu majeur pour le secteur avec des répercussions très importantes sur l'offre et les outils de production pour parvenir à réduire l'empreinte environnementale. Le secteur doit concilier les politiques RSE exigeantes et contraintes économiques.

Enfin, la transition digitale, accélérée par la crise sanitaire, oblige les acteurs de la BVP à repenser leurs circuits de distribution.

La part des enseignes de boulangerie ayant mis en place un site de e-commerce avec un service de click & collect représente seulement 44 %.

L'étude des Échos présente également des tendances de consommation qui dynamisent le marché : les Français et les achats de produits BVP ; le Clean label, l'amélioration des profils nutritionnels, les substituts végétaux... ; la premiumisation de l'offre snacking, les influences anglo-saxonnes et la consommation nomade.

Cette étude est réalisée par le le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Échos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Elle est disponible via l'email : etudes@lesechos.fr

