



LES ENTREPRENEURS  
DE BOULANGERIE

# Petit-déjeuner de presse

## Boulangerie-Pâtisserie :

## Dynamiques économiques et évolution de consommation

# Présentation de la FEB

---

## Introduction

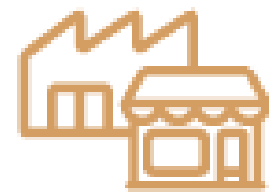


# Présentation de la FEB

La FEB, c'est l'énergie du pain, de la viennoiserie et de la pâtisserie réunie au service des entrepreneurs.



LES ENTREPRENEURS  
DE BOULANGERIE



130  
adhérents

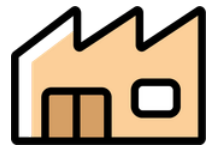
Près de  
180  
ateliers de production<sup>1</sup>

Plus de  
2 000  
magasins intégrés ou franchisés<sup>1</sup>



Depuis plus de 80 ans, on fait grandir la filière avec passion, innovation...  
et un vrai goût du collectif !

# Le secteur de la BVP – Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie



**9 Md€**

de CA pour la boulangerie industrielle dont

**20% à l'export**



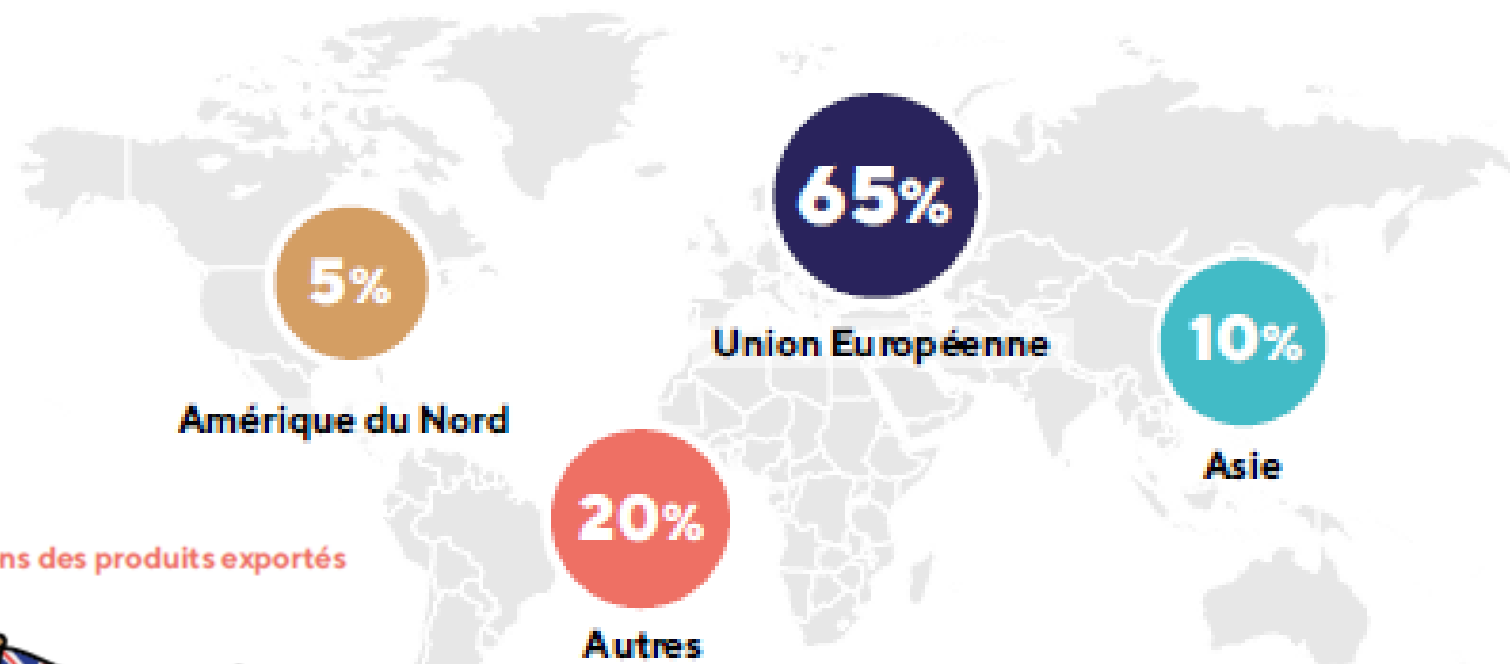
**2,8 Md€**

CA pour les réseaux de magasins

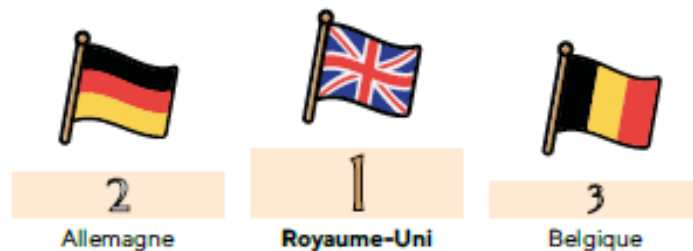
**42**

acteurs sur le territoire français

## Répartition des exportations par zone en 2023



### Principales destinations des produits exportés (en part du volume)



Plus de

**53 800**

salariés

**94%**

de PME-TPE



hommes

52%

48%



femmes



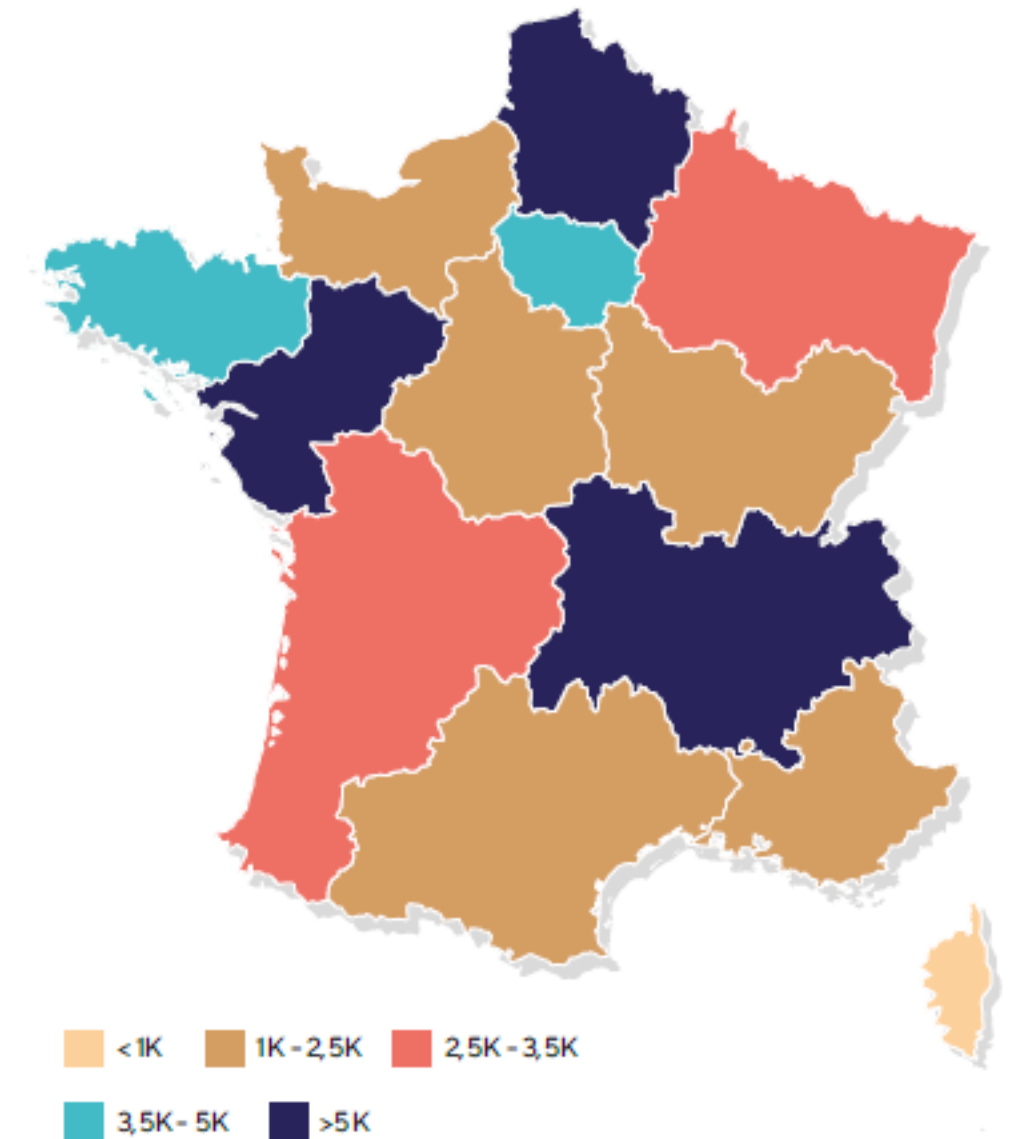
1 à 9 salariés

10 à 19 salariés

20 à 49 salariés

50 salariés et plus

## Emplois par région<sup>1</sup>



<sup>4</sup> USA / <sup>5</sup> Espagne / <sup>6</sup> Suisse



<sup>1</sup> Calif pour la FEB, 2024; <sup>2</sup> Acoos & Dares / traitements Pragma Etudes




# Situation économique et financière

## Synthèse de l'étude Banque de France

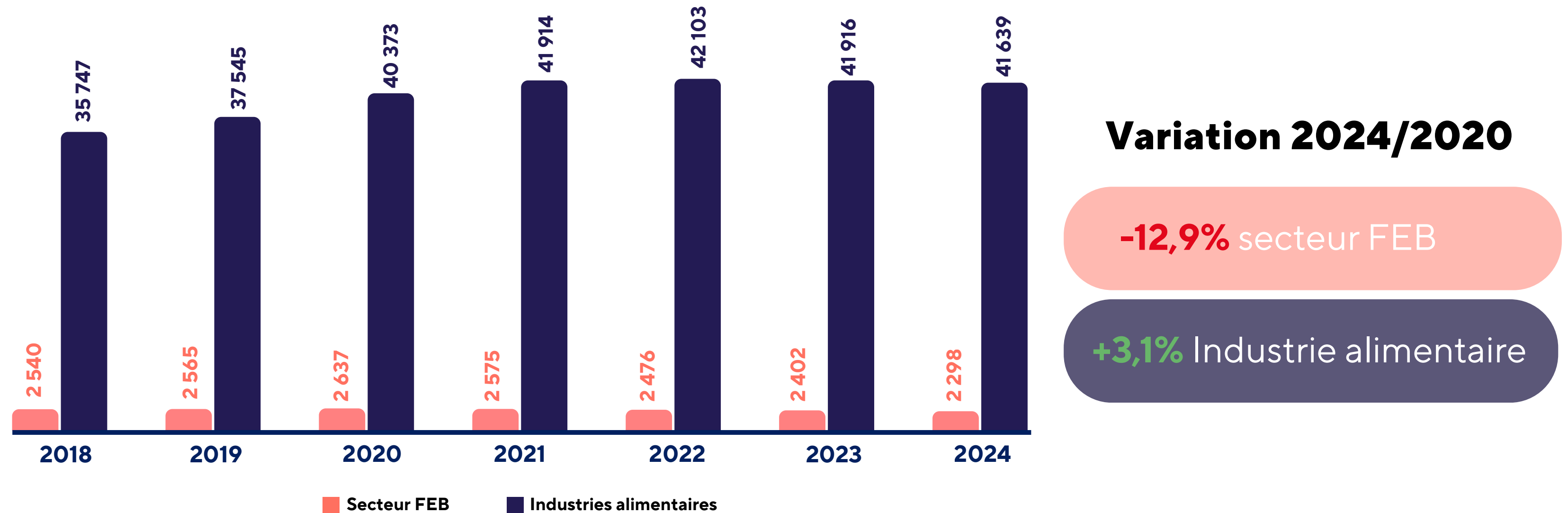


# Objet de l'étude

---

-  Cette étude a pour objet de décrire la situation économique et financière des entreprises de boulangerie pâtisserie.
-  Elle couvre la période 2018 à 2024.
-  Les chiffres sont des moyennes calculées à partir d'un panel d'entreprises qui évolue dans le temps, ce qui peut entraîner de légères variations d'une année sur l'autre.

# Evolution du nombre d'entreprises depuis 2018



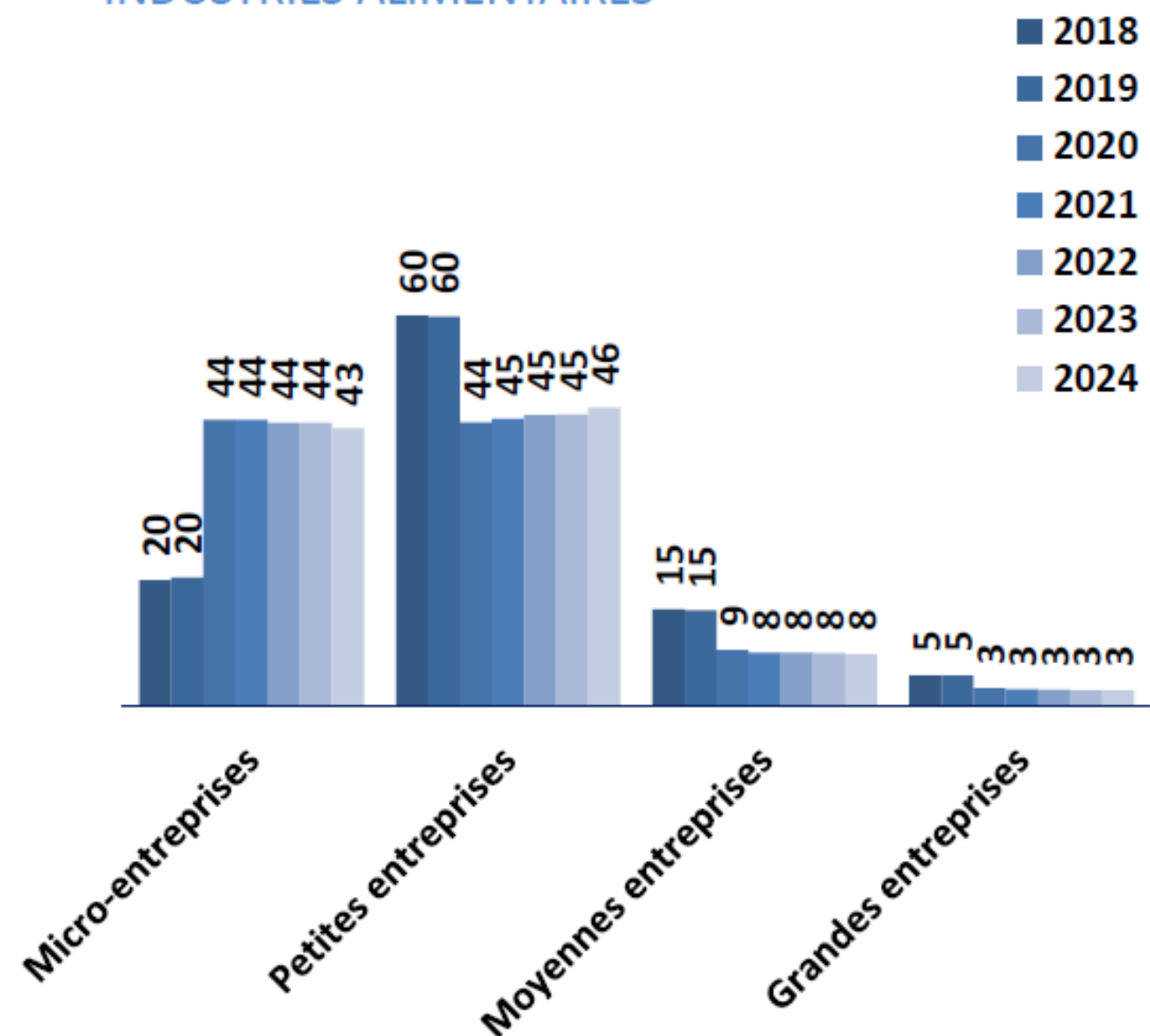
Depuis 2020, le **nombre d'entreprises du secteur FEB a baissé de 12,9%**, une tendance à la **concentration** qui se confirme **côté industriels (notamment côté TPE)** et également désormais **côté réseaux de magasins**

# Répartition par taille d'entreprises en 2024

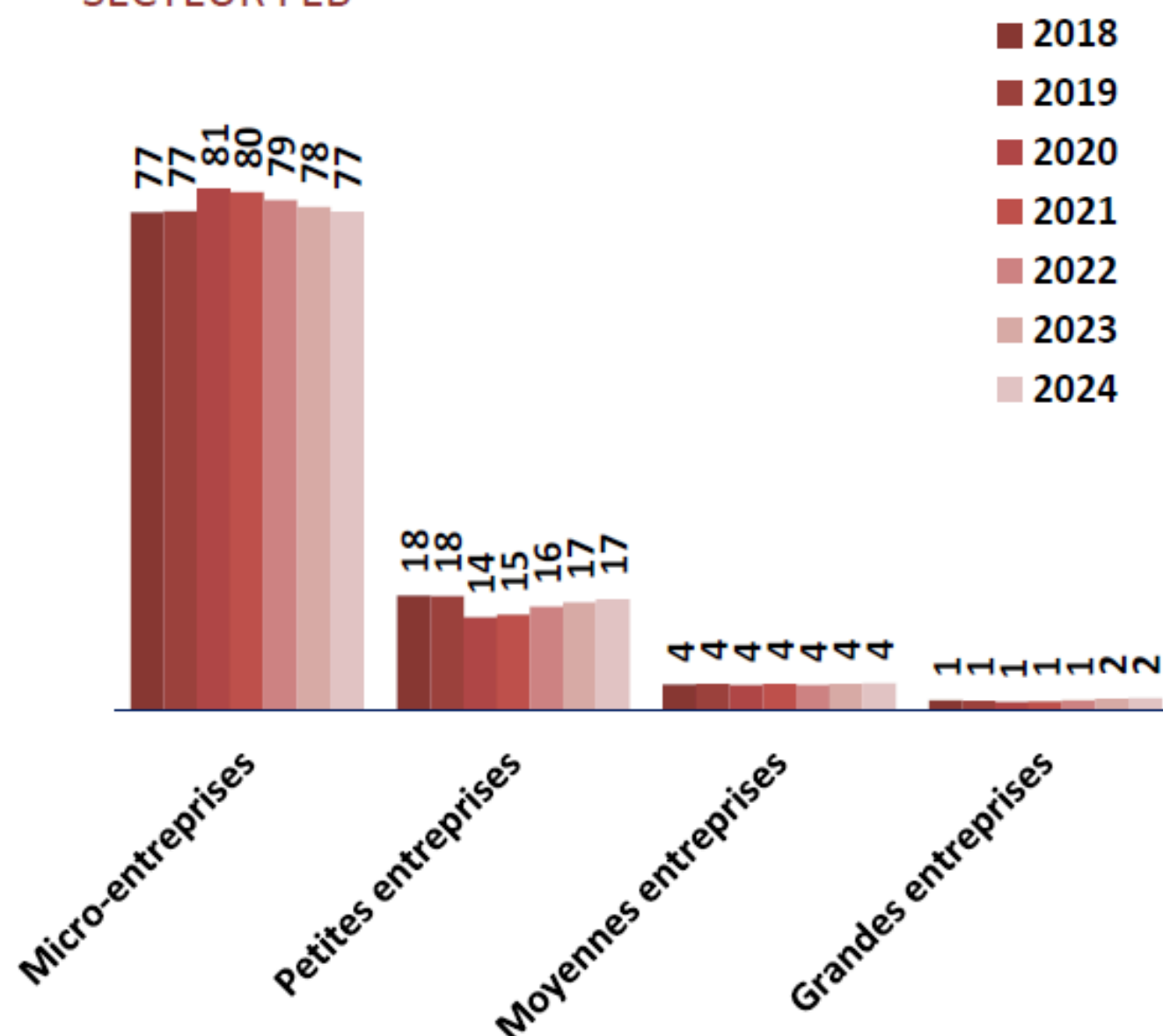
## ENTREPRISES PAR TRANCHE D'EFFECTIFS<sup>1</sup> (%)

PART DES ENTREPRISES

### INDUSTRIES ALIMENTAIRES



### SECTEUR FEB



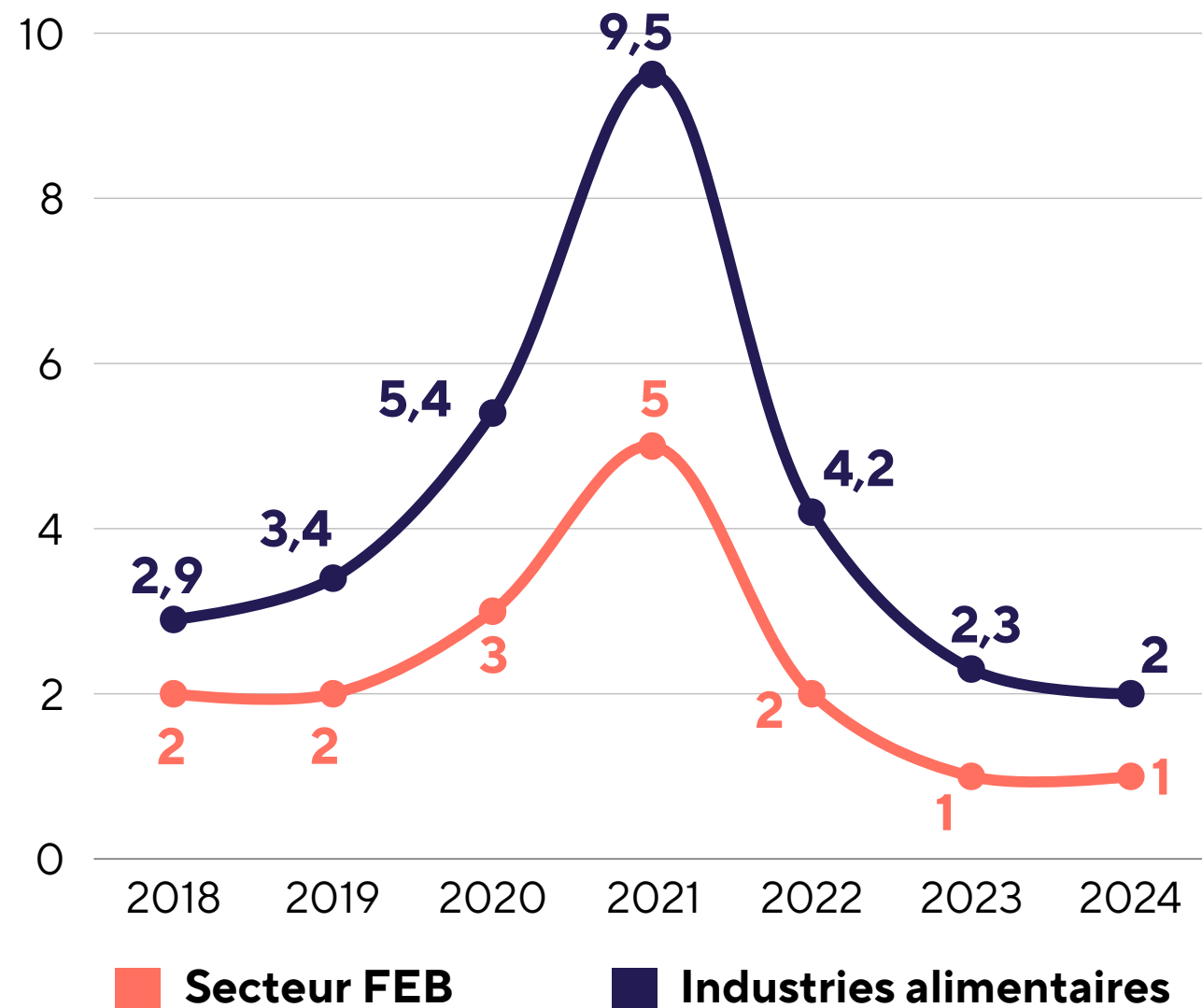
Le secteur **FEB** est composé à **94% de micro et petites entreprises** (-50 salariés) vs 89% pour les IAA

Micro-entreprises: effectif < 10 | Petites entreprises: 10 ≤ effectif < 50 | Moyennes entreprises: 50 ≤ effectif < 250 | Grandes entreprises: effectif > 250

# La dynamique entrepreneuriale

## Renouvellement des entreprises<sup>1</sup>

Plus l'indicateur est élevé, plus la situation est favorable

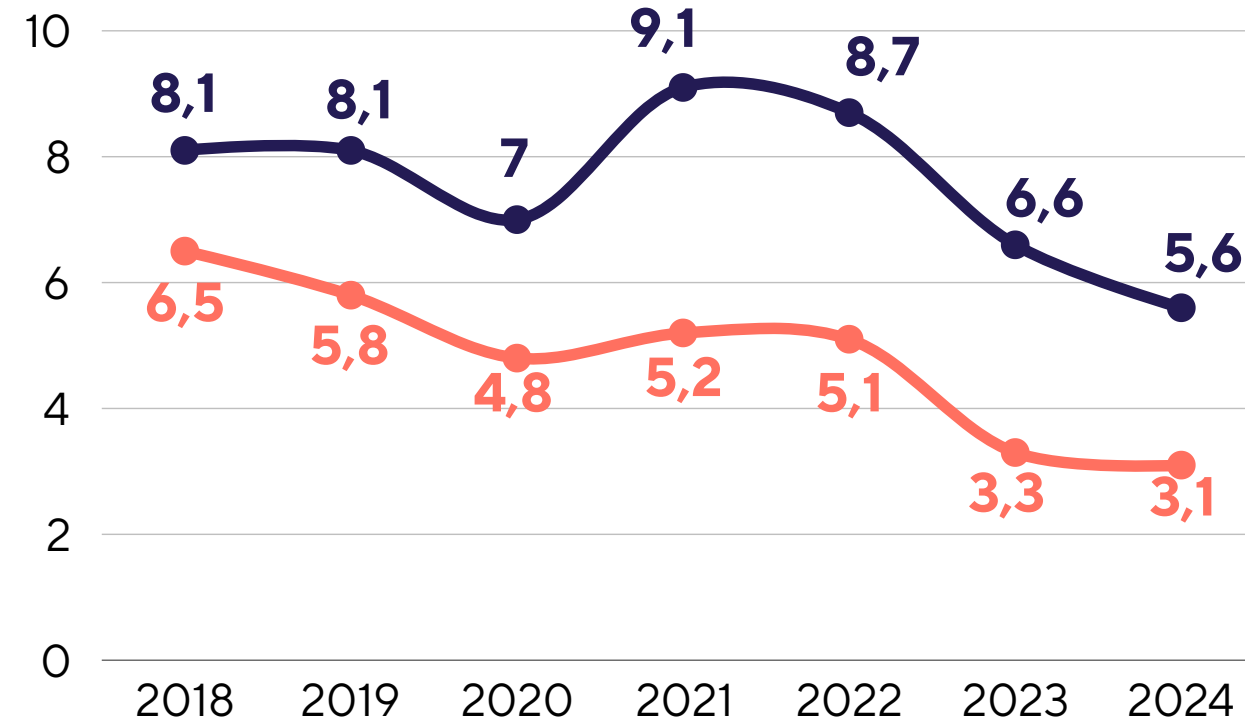


<sup>1</sup> Créations / Défaillances

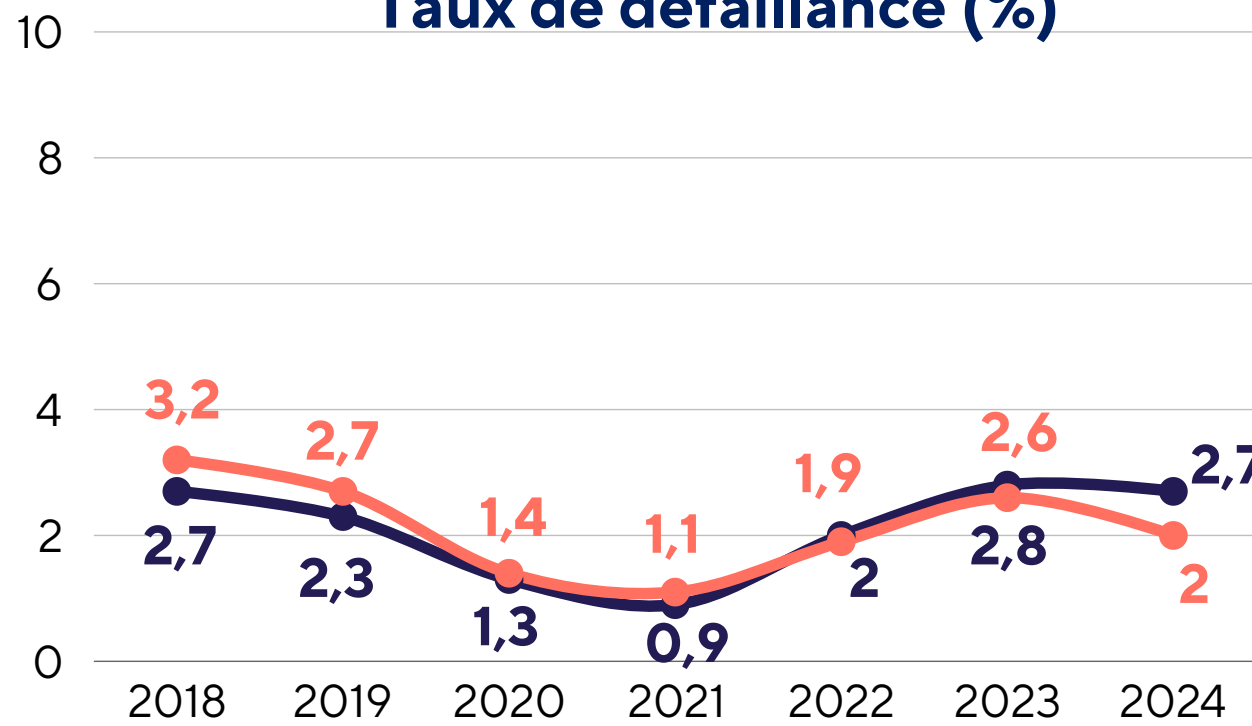
<sup>2</sup> Taux de création=nombre de créations/nombre d'entreprises

<sup>3</sup> Taux de défaillance=nombre de défaillances/nombred'entreprises

## Taux de créations<sup>2</sup>



## Taux de défaillance (%)<sup>3</sup>



Le **taux de renouvellement** des entreprises FEB suit la **même tendance que celui des IA** avec un **pic de croissance post-covid**.

Le **taux de création d'entreprises FEB est inférieur à celui de l'IAA** mais connaît **moins de défaillances**.

Cette dynamique s'explique notamment par **un mouvement de rachat / fusion** des entreprises du secteur BVP, signe d'un **marché français arrivé à maturité**.

# Champs de l'étude

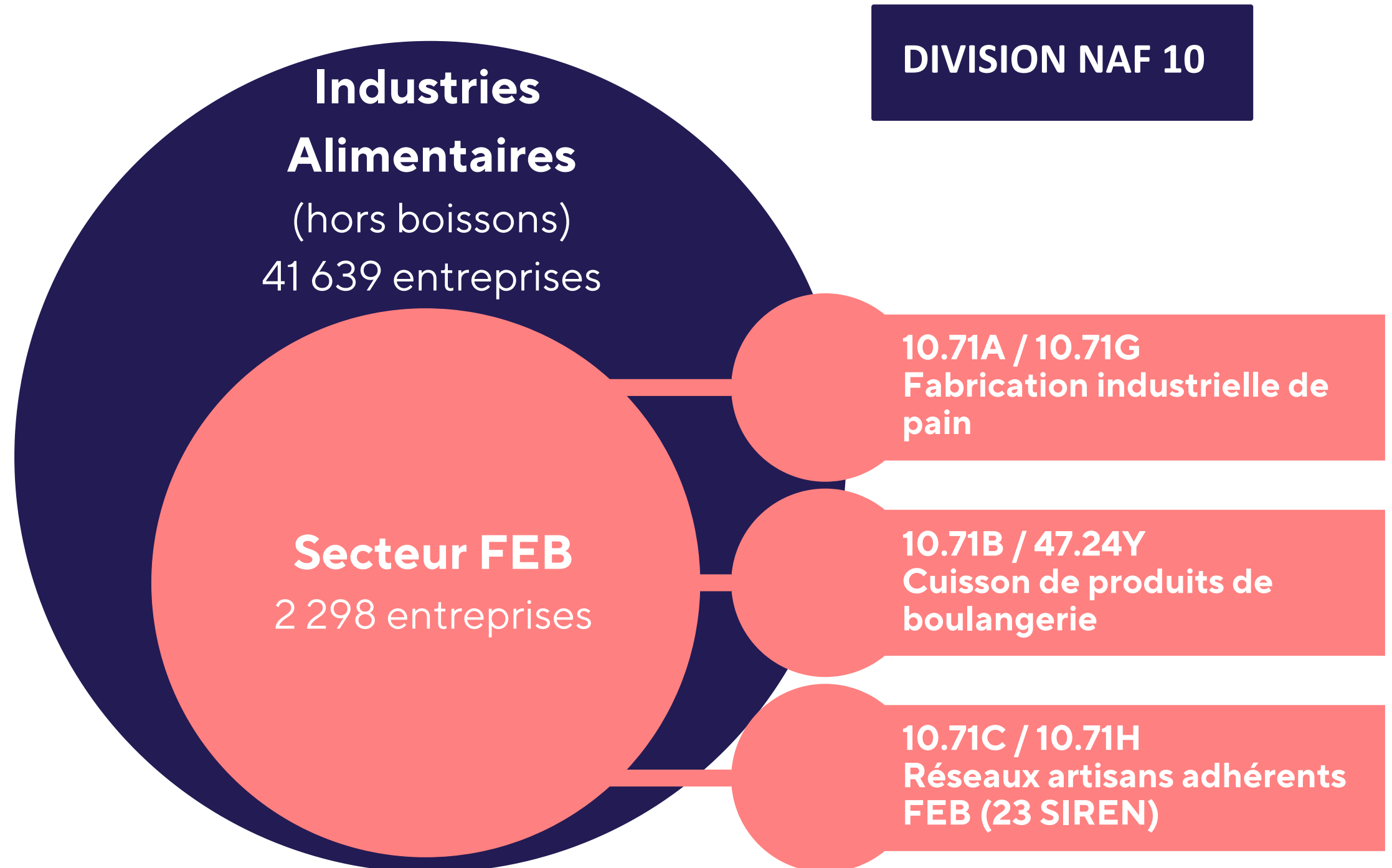
## Le périmètre «Secteur FEB» :

entreprises avec bilan répondant aux codes NAF 10.71A «Fabrication industrielle de pain», 10.71B «Cuisson produits de boulangerie» et une liste de SIREN des adhérents FEB de la NAF 10.71C «Boulangerie et boulangerie-pâtisserie» = 671 bilans d'entreprises\* du secteur.

## Périmètre de comparaison

### «Industries alimentaires» :

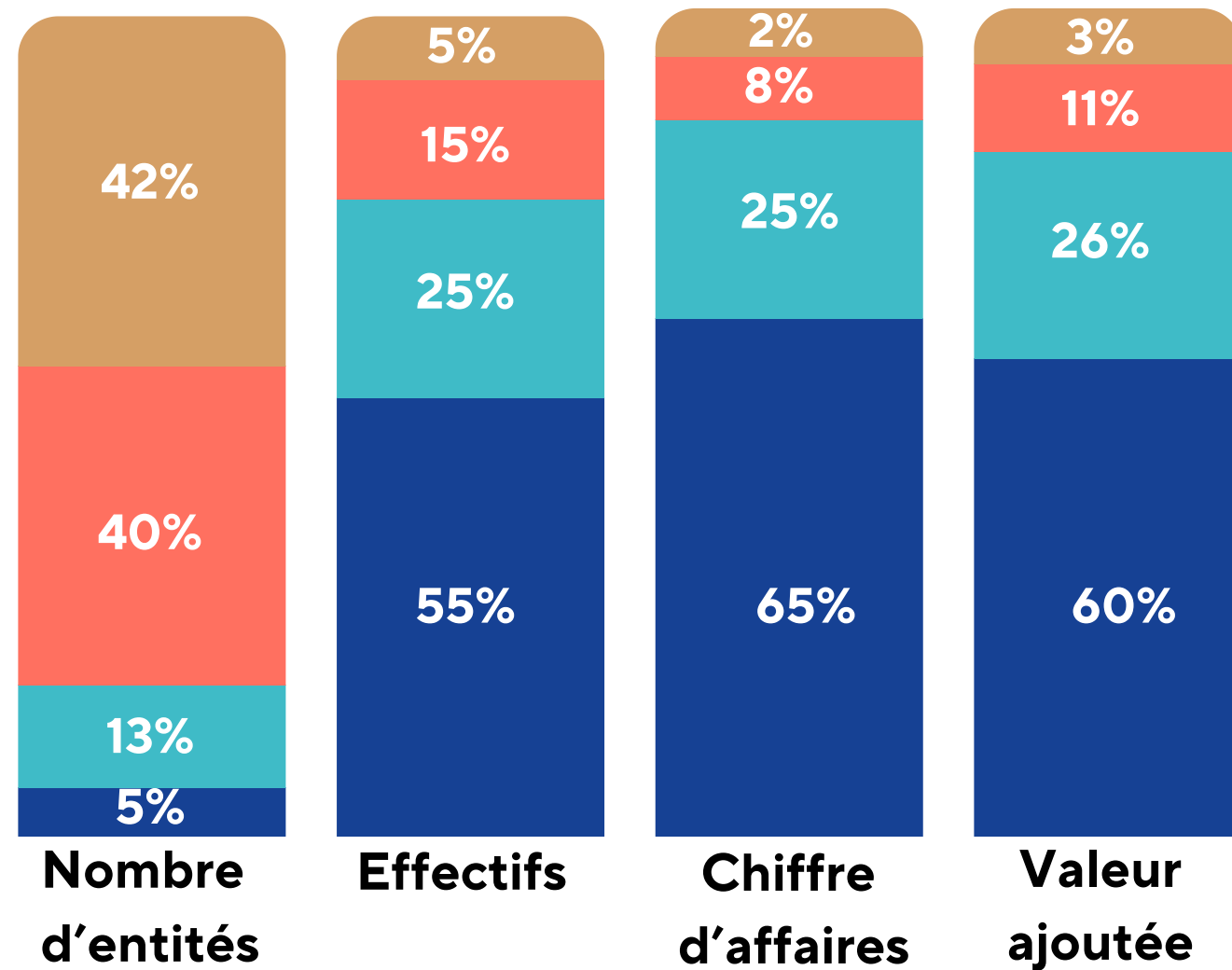
entreprises avec bilan répondant à la division 10 de la NAF : 10 « Industries alimentaires » = 11 994 bilans d'entreprises\* du secteur



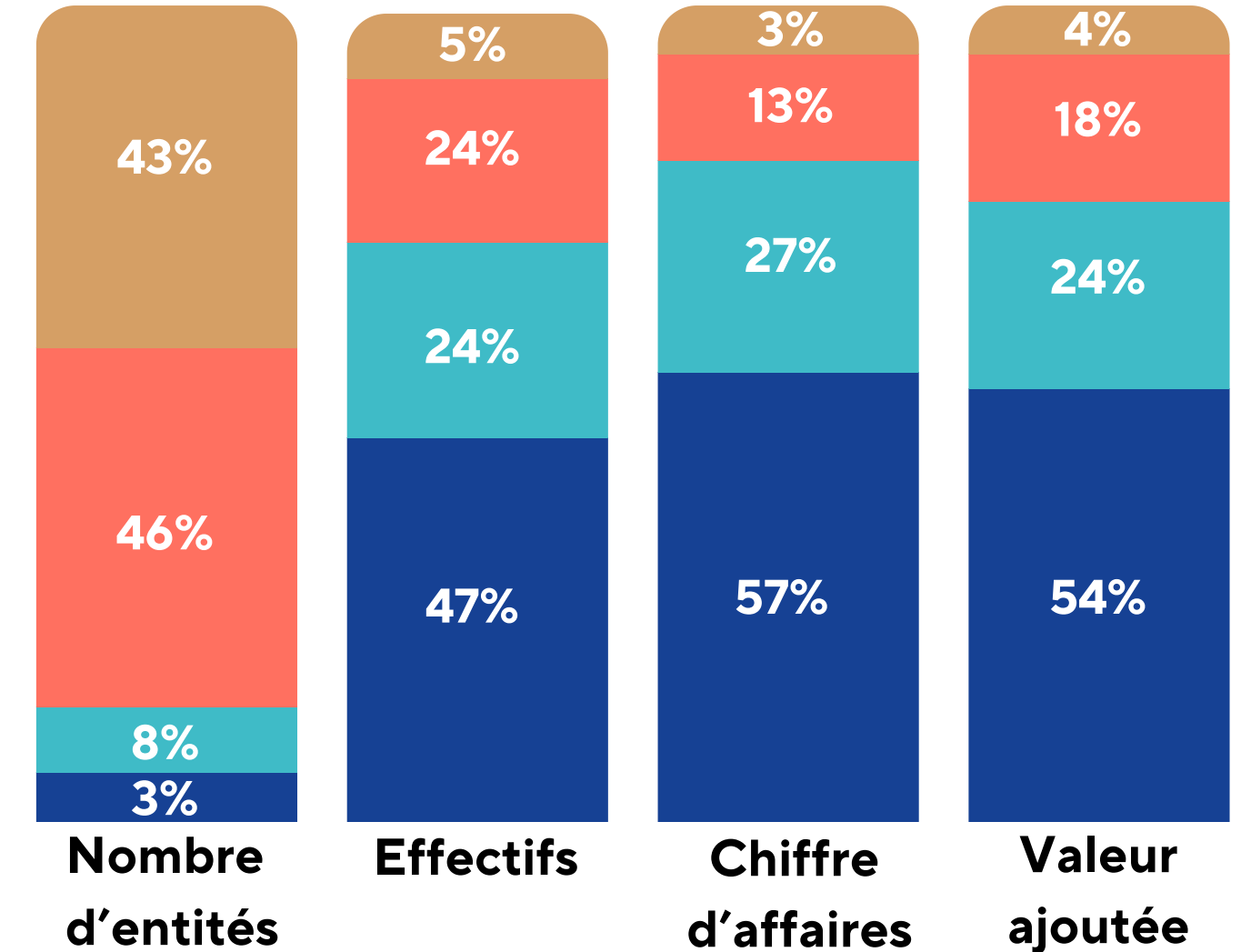
\*Bilans analysés = entreprises soumises à l'IS et ayant déposé une liasse fiscale complète. Bilans simplifiés exclus

# Un secteur composé en majorité de petites et moyennes entreprises

## Secteur FEB



## Secteur Industries Alimentaires



- Micro Entreprises
- Petites Entreprises
- Moyennes Entreprises
- Grandes Entreprises

*Micro-entreprises: effectif < 10 | Petites entreprises: 10 ≤ effectif < 50 |  
Moyennes entreprises: 50 ≤ effectif < 250 | Grandes entreprises: effectif > 250*

# La dynamique entrepreneuriale

## SECTEUR FEB

**671** ENTREPRISES

	2022	2023	2024
CA (M€)	9 519	10 759	10 931
CA moyen (M€)	13,6	15,7	16,3
Effectifs	36 590	37 591	37 845
Effectifs moyens	52,2	54,9	56,4

## INDUSTRIES ALIMENTAIRES

**11 994** ENTREPRISES

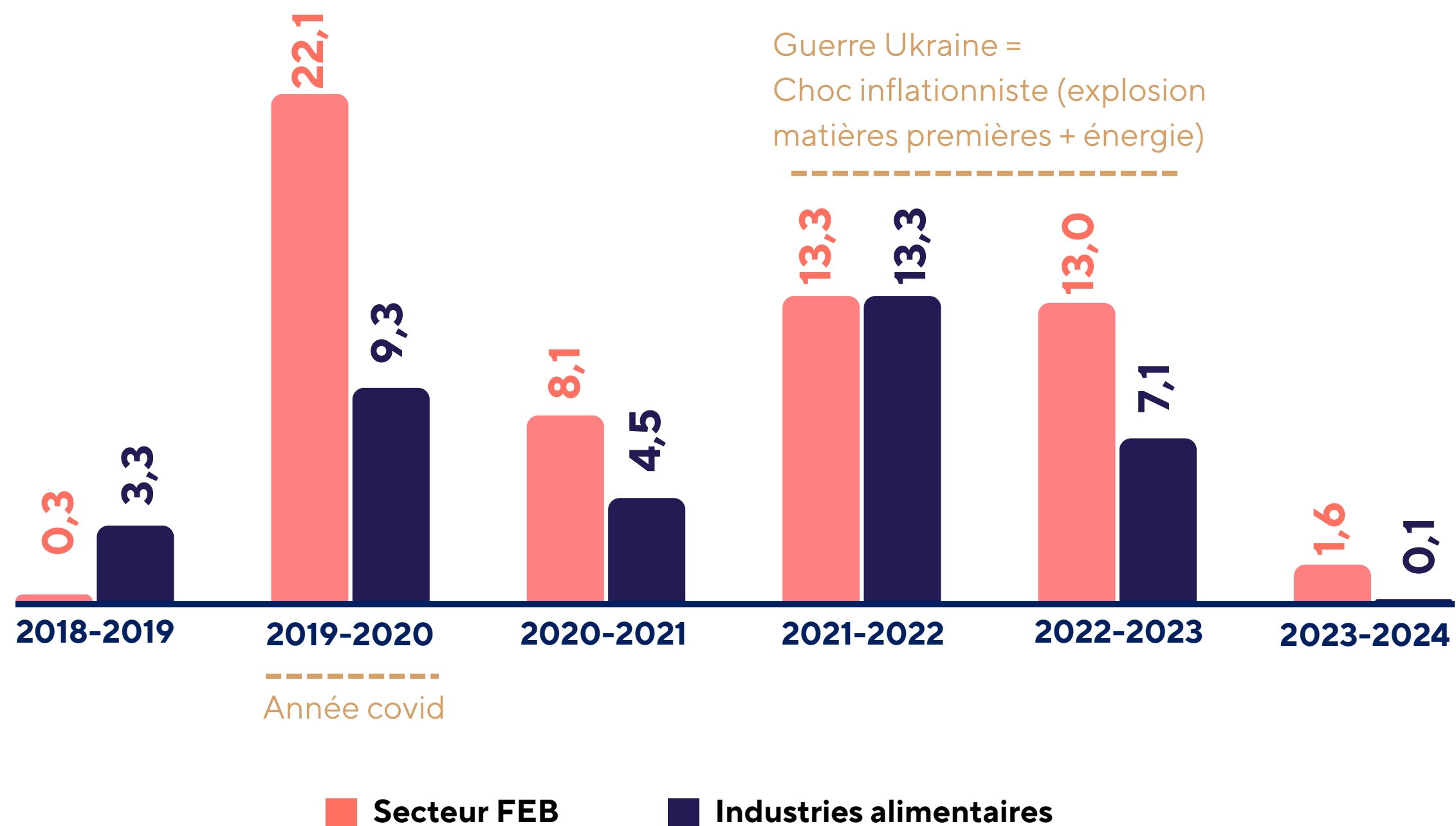
	2022	2023	2024
CA (M€)	173 346	185 622	185 745
CA moyen (M€)	14,8	15,6	15,5
Effectifs	448 556	452 564	457 133
Effectifs moyens	38,3	38,0	38,1

A activité équivalente, **la BVP emploie davantage que le reste de l'industrie alimentaire.**

Une **entreprise type de BVP** compte environ **55 salariés pour 16 M€ de chiffre d'affaires**, contre environ 40 salariés dans les IAA à CA équivalent (*soit 40% de besoin de main d'oeuvre supplémentaire*)

# Evolution du chiffre d'affaires

## VARIATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES (%)



Hors année Covid, **la progression du chiffre d'affaires s'explique en partie par l'effet inflation.**

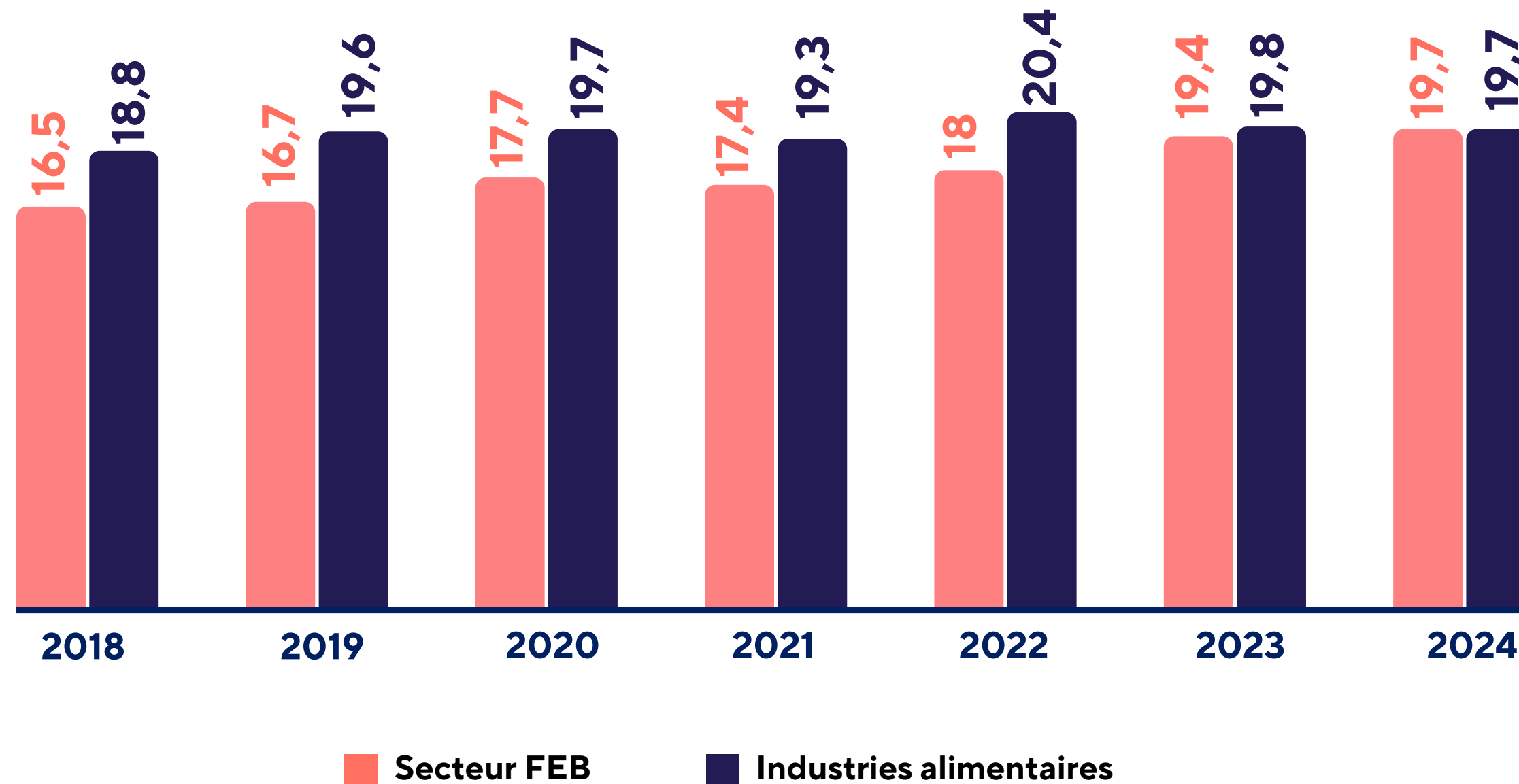
Toutefois, même en neutralisant cet effet, la dynamique des ventes du secteur BVP reste plus soutenue que celle de l'ensemble de l'industrie alimentaire.

Cette tendance confirme que les produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie demeurent **largement plébiscités par les consommateurs (produits refuge).**

# Export

## TAUX D'EXPORTATION<sup>1</sup> (%)

MOYENNE

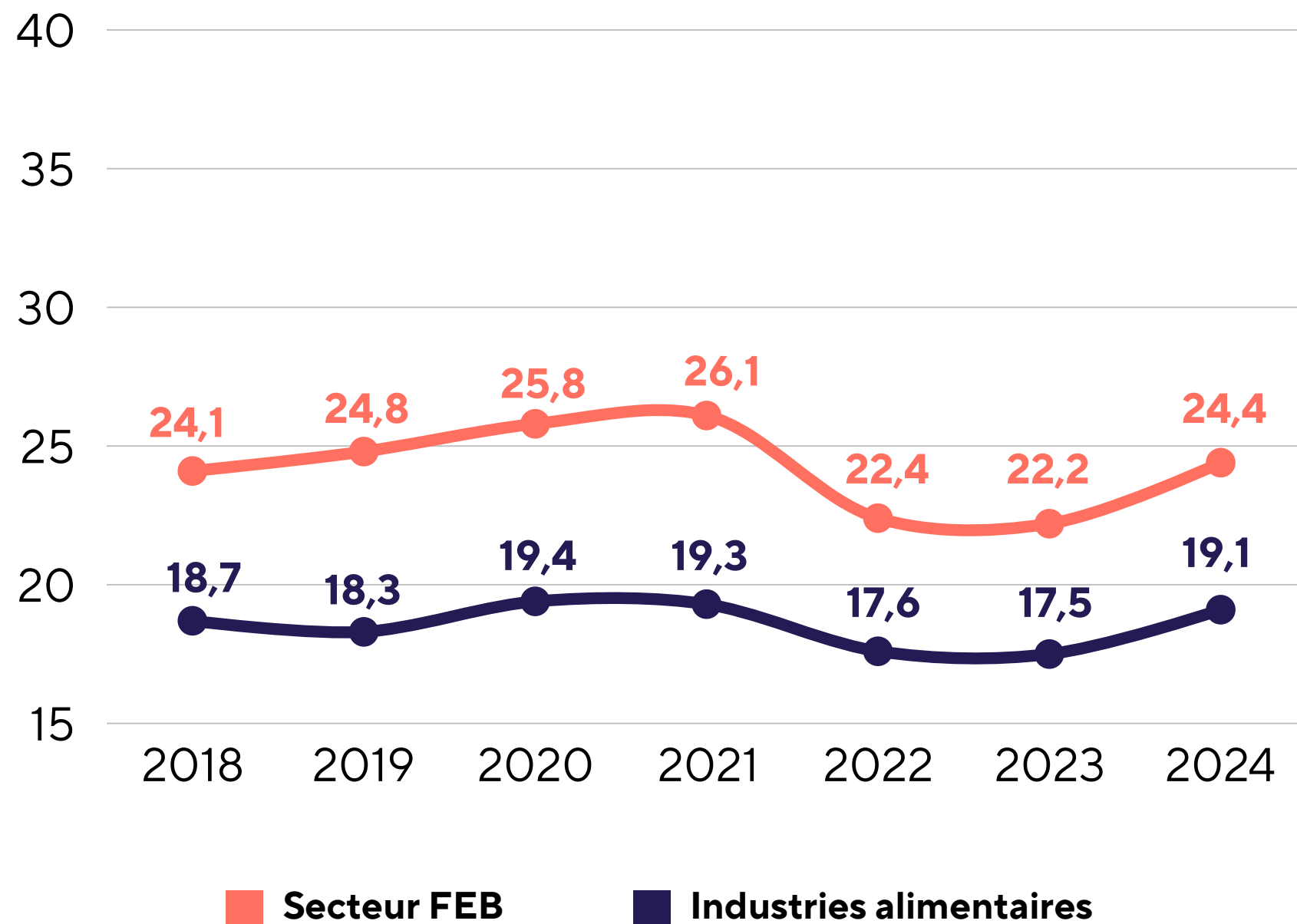


La dynamique à l'export est positive pour le secteur BVP. En 2024, près 1/5 de l'activité (20 %) est réalisé à l'international, une part désormais comparable à celle de l'ensemble de l'industrie alimentaire.

Sur la période 2018-2024, les entreprises du secteur ont renforcé leur présence à l'export, confirmant que l'international constitue un levier de croissance important pour la filière et qu'à l'instar du reste des IAA, la BVP contribue au rayonnement du savoir-faire français à l'étranger.

<sup>1</sup> CA Export / CA (en %)

# Taux de valeur ajoutée<sup>1</sup>



Le **taux de valeur ajoutée** du secteur FEB est resté **globalement stable sur la période, avec 24,4 % en 2024**, après un léger recul entre 2022 et 2023.

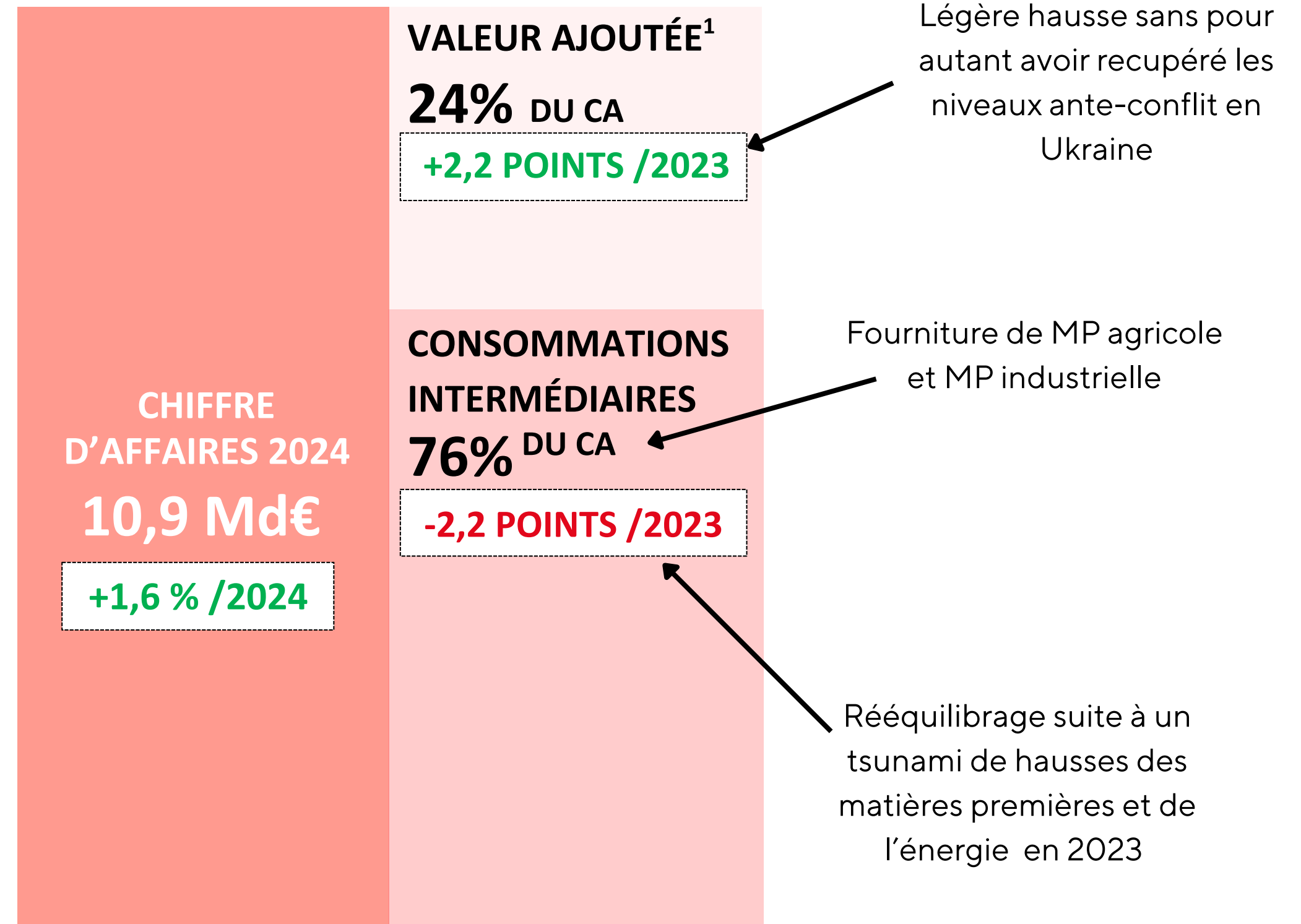
La BVP se distingue par une **valeur ajoutée plus élevée que la moyenne de l'industrie alimentaire** qui s'explique par **des produits plus élaborés** (macarons, pâtisserie, viennoiserie) **et un savoir-faire nécessaire à la fabrication de nos produits.**

<sup>1</sup> Valeur ajoutée = Chiffre d'affaires – Consommations intermédiaires

# 2024 : Du Chiffre d'Affaires à la Valeur Ajoutée<sup>1</sup>

Dans le secteur BVP, sur **100 € de chiffre d'affaires**, **76 € servent à couvrir les consommations intermédiaires** (matières premières, énergie, achats de marchandises...).

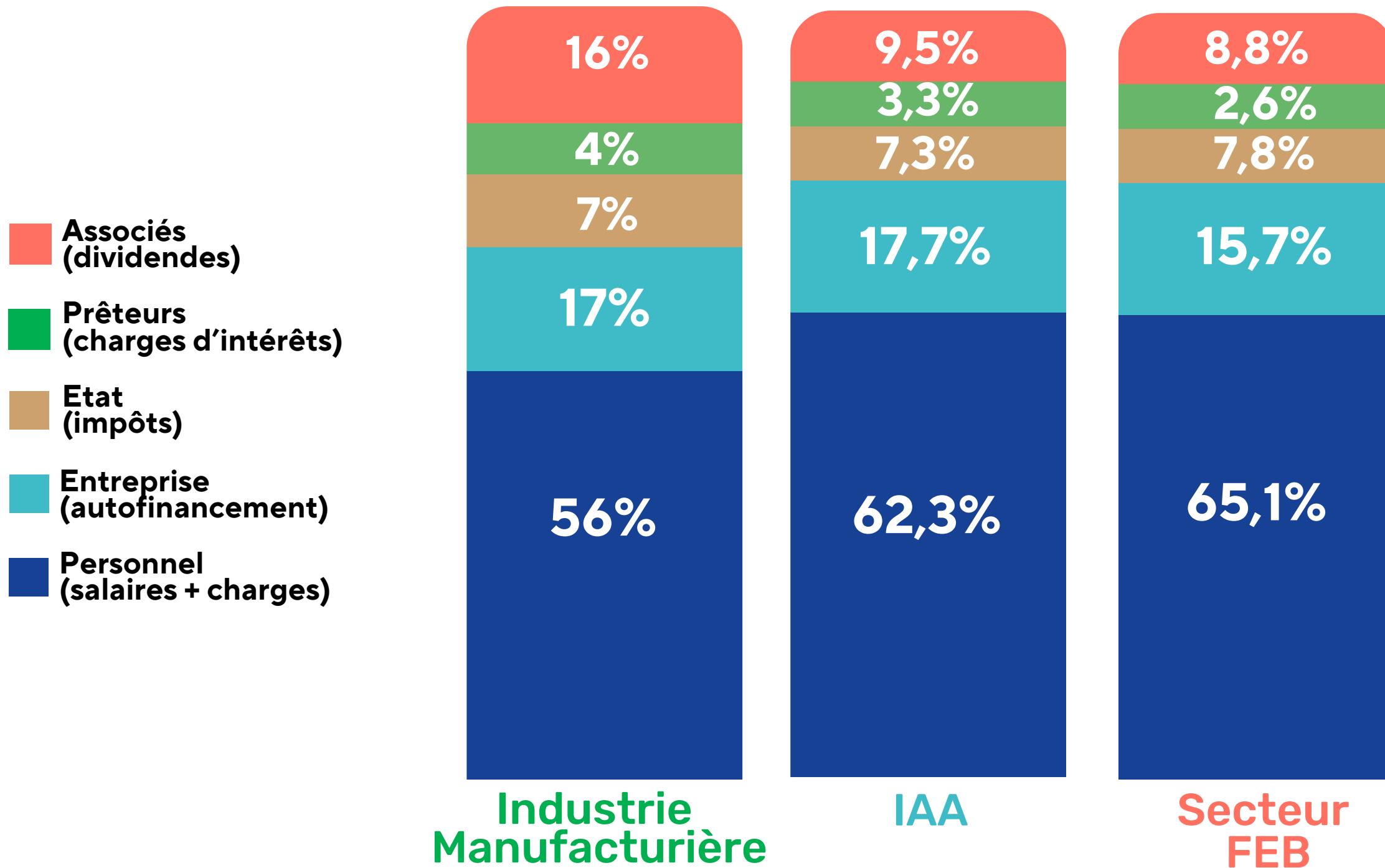
Il reste donc environ **24 € de valeur ajoutée**, qui permettent de rémunérer les salariés, payer les impôts, investir et faire vivre l'entreprise.



<sup>1</sup> Valeur ajoutée = Chiffre d'affaires – Consommations intermédiaires

# Evolution du partage de la valeur ajoutée

Moyenne 2022-2023-2024



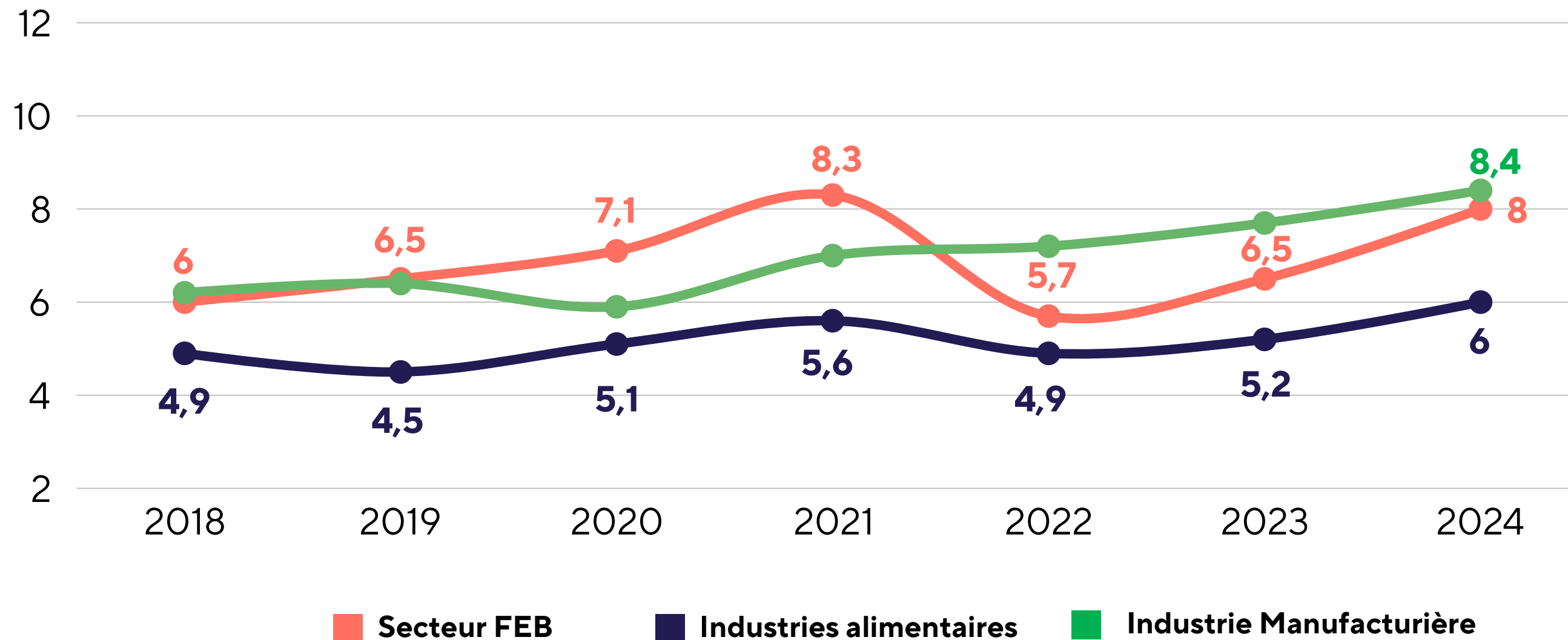
Dans le secteur BVP, la **valeur créée bénéficie avant tout aux collaborateurs.**

En moyenne, **près des 2/3 de la valeur ajoutée sont consacrés aux salaires et aux charges**, illustrant un modèle fortement **intensif en main-d'œuvre.**

Cette répartition traduit la réalité d'un secteur où **la richesse produite sert avant tout à rémunérer le travail des collaborateurs**, avec des entreprises majoritairement **familiales et ancrées dans le temps long.**

# Taux de marge brut d'exploitation<sup>1</sup> (EBE/CA)

Un secteur rentable mais un Ebitda très exposé aux variations des coûts



Les marges du secteur BVP sont **globalement plus élevées** que le reste des IAA mais avec **8 % de marge brute d'exploitation**, la filière se situe en réalité **dans la moyenne de l'industrie manufacturière**.

La rentabilité du secteur est immédiatement impactée par les hausses de coûts comme **en 2022 et 2023 avec un creux marqué par la forte inflation des matières premières et de l'énergie**.

Les entreprises ont alors **absorbé une partie de ces hausses**, illustrant **la résilience du secteur BVP face aux crises**.

<sup>1</sup> Taux de marge brute d'exploitation = (Valeur ajoutée + Subventions - Charges de personnel - Impôts) / Chiffre d'affaires (en %)

# Taux de résultat net (%)

Un taux de résultat net largement en dessous de la moyenne<sup>1</sup>

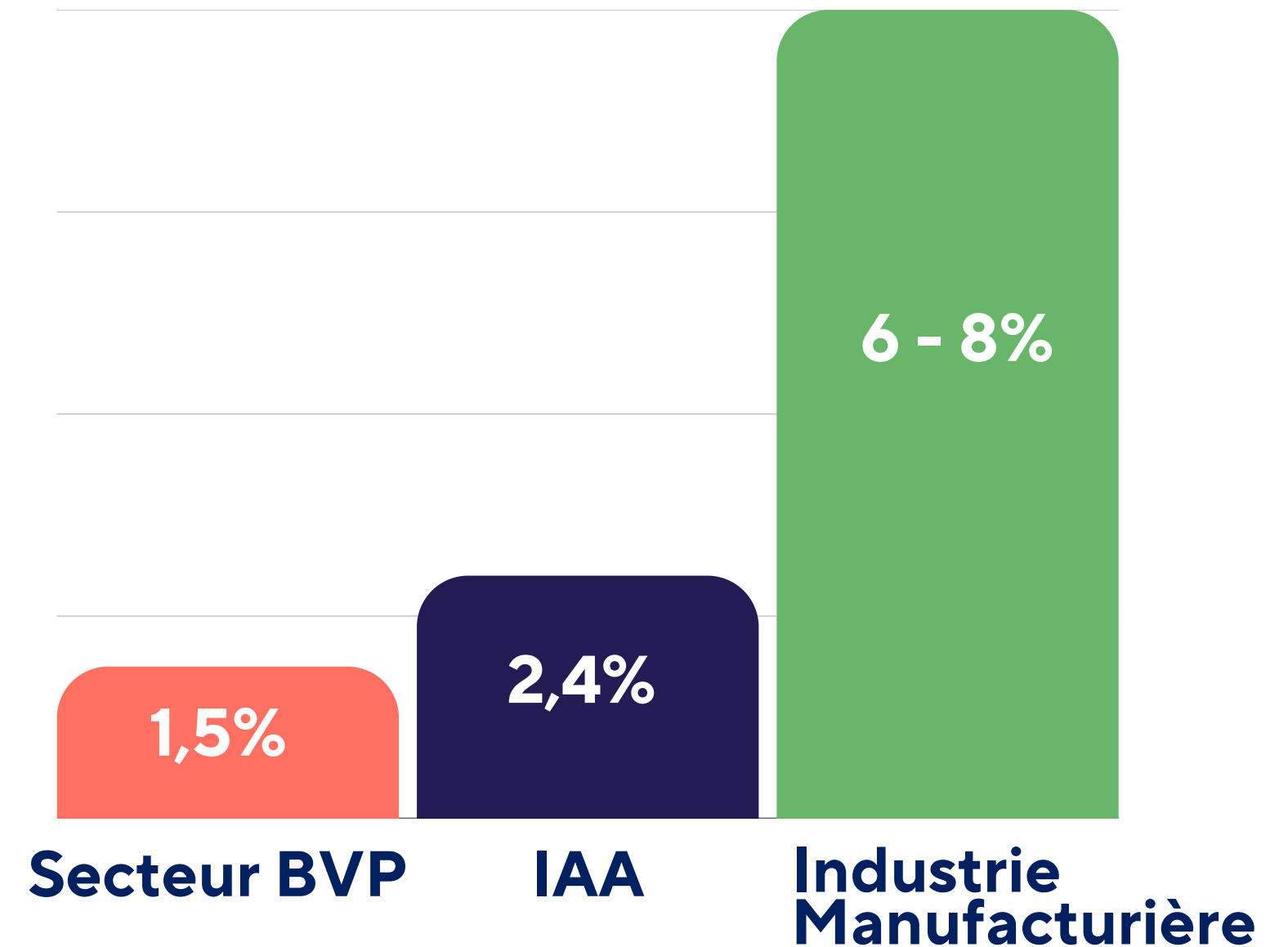
À titre de comparaison, le taux de résultat net moyen de l'industrie manufacturière en France se situe entre 6 % et 8 %.

**Les industries agroalimentaires, et plus encore la BVP, restent donc nettement en dessous de cette moyenne.**

Ce faible taux s'explique en grande partie par la **guerre des prix** que se livrent la **GMS** via une **pression sur la filière**.

On pourrait exporter davantage si notre capacité d'investissement dans les outils de production était à la hauteur avec in fine une compétitivité accrue à l'export.

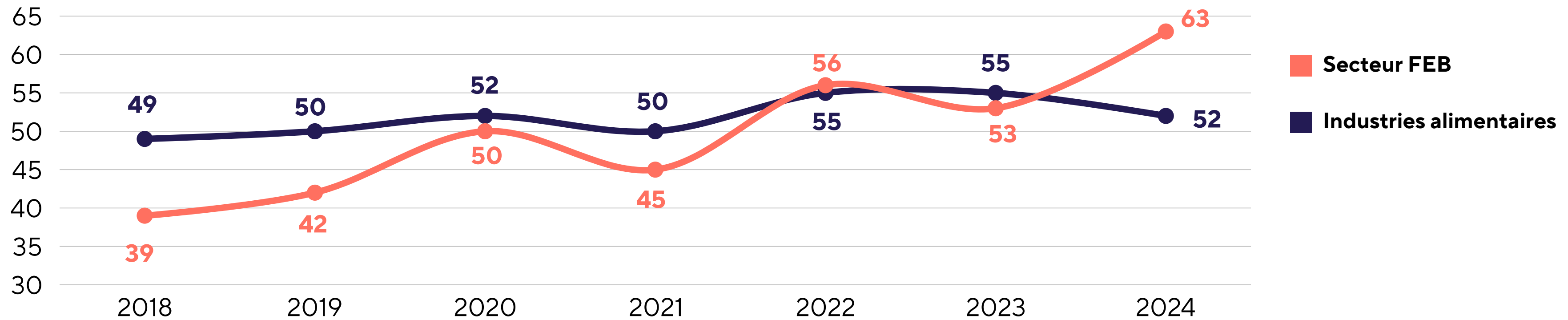
## Moyenne 2020-2024



<sup>1</sup> Résultat net / chiffre d'affaires (en%)

# Structure financière

## Taux d'endettement financier<sup>1</sup>



Entre 2018 et 2024, le secteur BVP met en évidence **des besoins croissants d'investissement**, liés à la fois à un **phénomène de concentration (rachats, fusions)**, à **une dynamique de développement (réseaux de magasins) et d'innovation (R&D)**.

On est passé du magasin traditionnel de boulangerie ou de panétries à une véritable offre de restauration boulangère avec des magasins devenus de véritables lieux de vie.




Cette évolution (m<sup>2</sup>, places assises, concept ambiance) nécessite un investissement important via un **recours accru à des financements externes** (banques et/ou fonds d'investissement).

**Ainsi, les niveaux d'endettement sont en hausse, les entreprises investissent pour se structurer et se développer.**

<sup>1</sup> Endettement financier brut/ Fonds propres (%)

# Ce qu'il faut retenir sur la BVP

---

-  **Un secteur en pleine transformation et un puissant outil de soft power.**
  - Un marché français mature en cours de consolidation (indus et détailliers)
  - L'export reste la marge de manoeuvre des entreprises et tire la croissance du secteur : la BVP fait rayonner la France partout dans le monde
-  **Une industrie très manufacturière qui crée de l'emploi non-délocalisable, au coeur de nos régions**
  - A chiffre d'affaires équivalent, nos entreprises emploient près de 40% de salariés en plus (vs IAA)
  - Des entreprises encore familiales implantées à proximité des matières premières agricoles
  - Un savoir-faire français recherché
-  **Une filière résiliente, économiquement dynamique mais fragile**
  - Une bonne rentabilité mais très exposé à l'augmentation des coûts
  - Un taux de résultat net très inférieur à la moyenne des IAA et de l'industrie manufacturière
  - Un besoin croissant d'investissement important pour rénover, innover et développer les marchés (indus/ retail)

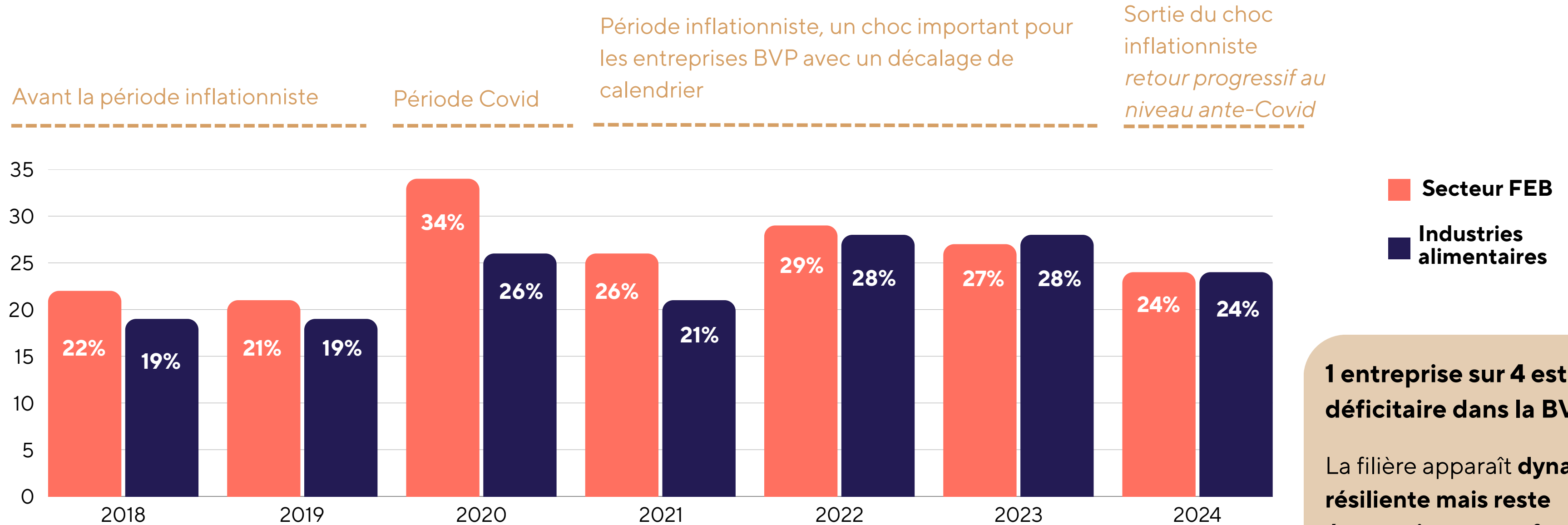
# Annexes

---



# Résultat courant avant impôt (RCAI)

## Part des entreprises déficitaires au niveau du résultat courant avant impôts (%)

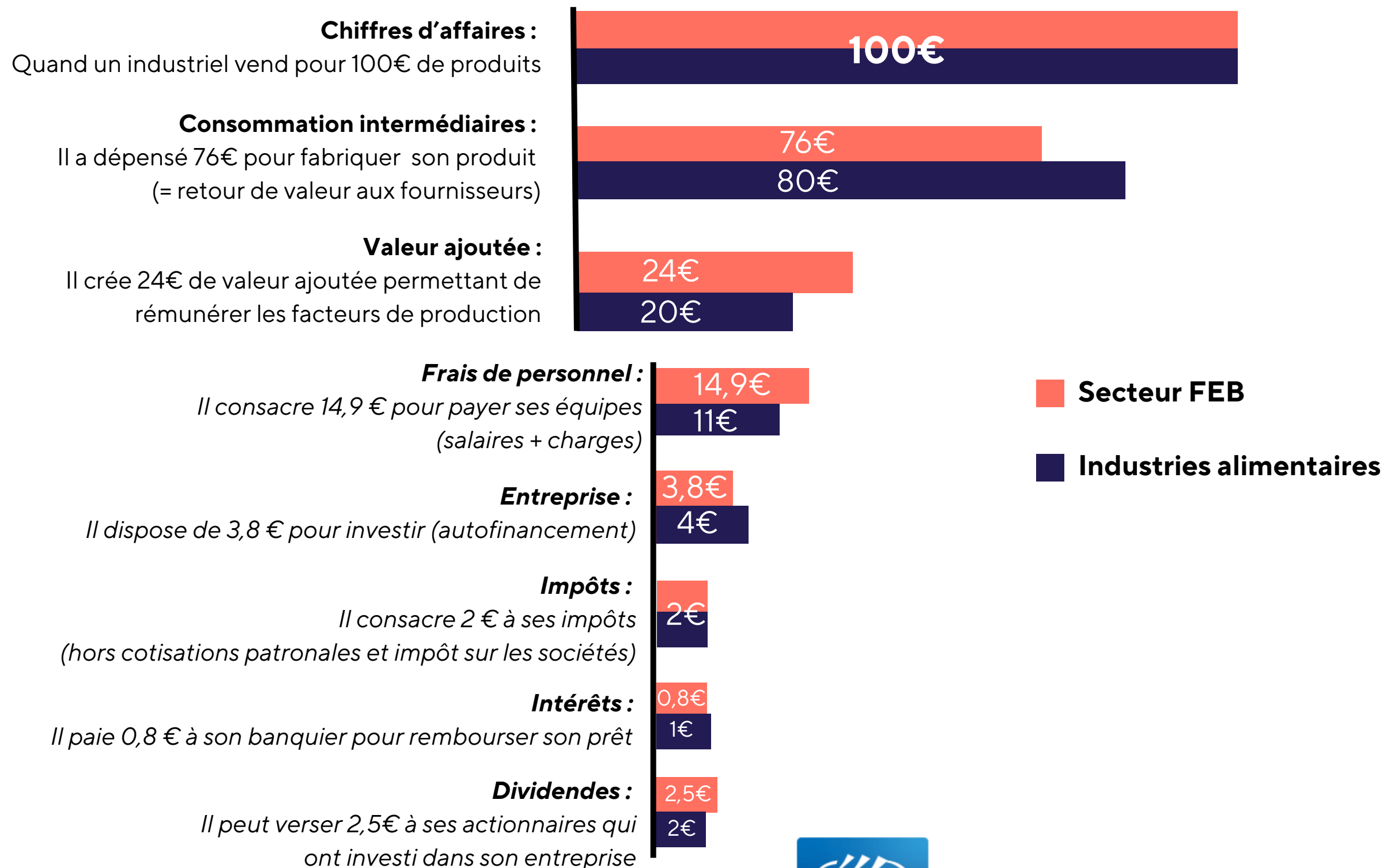


**1 entreprise sur 4 est déficitaire dans la BVP.**

La filière apparaît **dynamique et résiliente mais reste économiquement fragile**, comme l'ensemble des IAA.

# Partage de la valeur ajoutée

## Répartition de la valeur ajoutée en 2024



Dans le secteur BVP, **plus de 60% de la valeur ajoutée est consacrée à la rémunération du personnel, et environ 1 € sur 7 est investi dans l'entreprise.**

La part dédiée aux **dividendes reste limitée et comparable à celle des impôts**, traduisant un modèle composé majoritairement **d'entreprises familiales, inscrites dans une logique de long terme.**

# Les produits céréaliers, atouts des consommateurs

---

## Bilan des données Nutrimétrie



# Nutrimétrie : une enquête inédite



## Objectifs

Mesurer les quantités ingérées selon la méthodologie des carnets alimentaire

## Echantillons

Deux échantillons sont étudiés (en 2024 : 2193 adultes de 18 à 79 ans et 1008 enfants de 3 à 17 ans), recrutés et redressés selon la méthodologie des quotas.

## Questionnaires

2 questionnaires en parallèle des carnets permettant de recueillir des données : critères socio-démographiques, hygiène de vie, régimes alimentaires, sensibilité écologique, difficultés budgétaires et l'insécurité alimentaire.



**2193 adultes  
de 18 à 79 ans**



**1008 enfants  
de 3 à 17 ans**

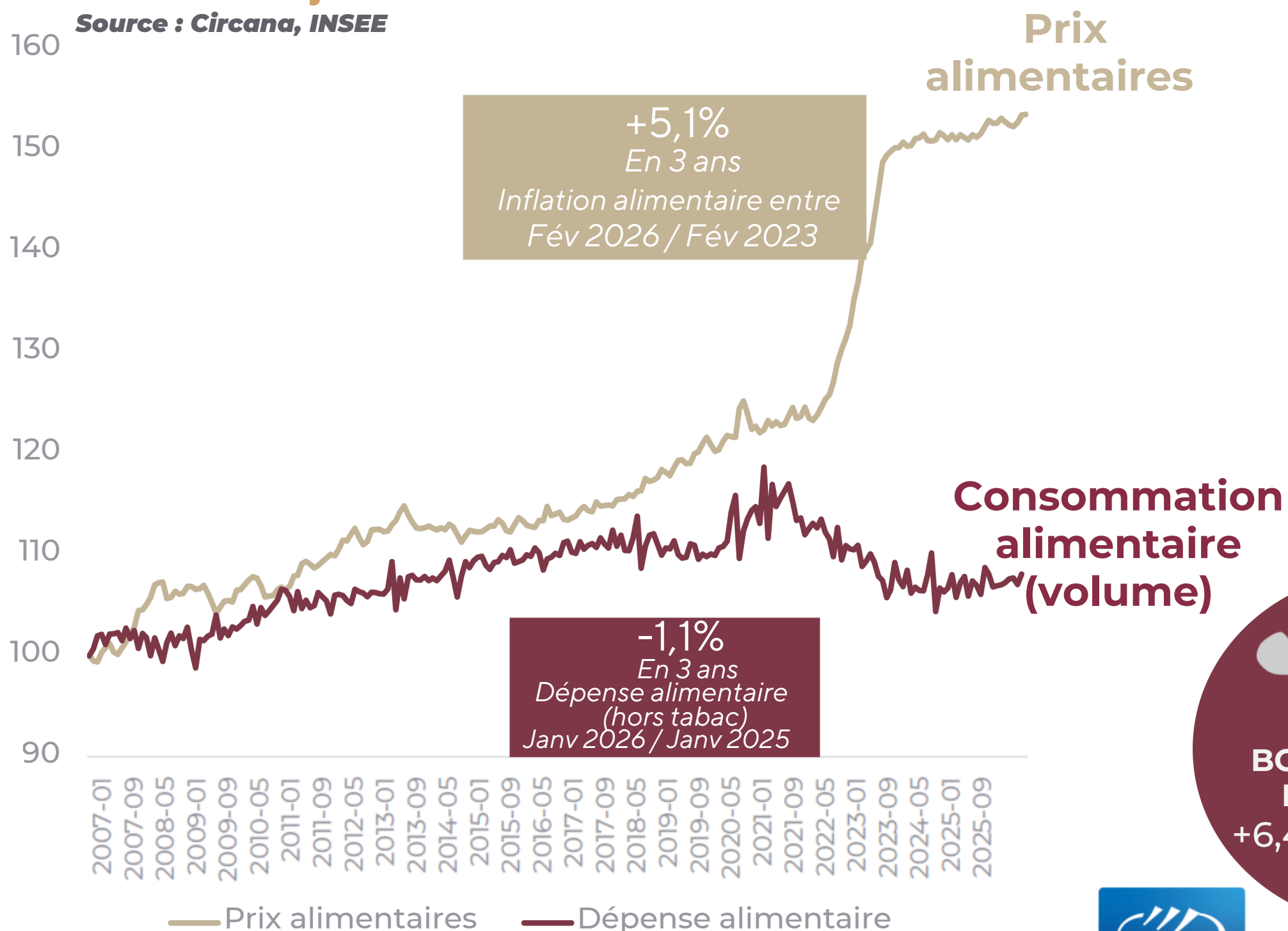
## Carnets alimentaires

Le recueil des consommations solides et liquides se fait via des carnets alimentaires sur 3 jours indépendants, en continu depuis janvier 2024; les résultats de la présente étude se basent sur les données de l'année 2024

# Une consommation alimentaire sous pression des prix

Indice des prix de l'alimentation et des dépenses de consommation alimentaire en euros constants  
base 100 en janvier 2007

Source : Circana, INSEE



En 2025, l'inflation alimentaire (+1,2%)  
passe au-dessus de l'inflation globale (+0,9%)



De nouveaux comportements des  
consommateurs :

- Changement de régime alimentaire,  
avec plus de prises hors repas, hausse  
des produits céréaliers
- Fragmentation des achats
- Hausse de l'autoproduction



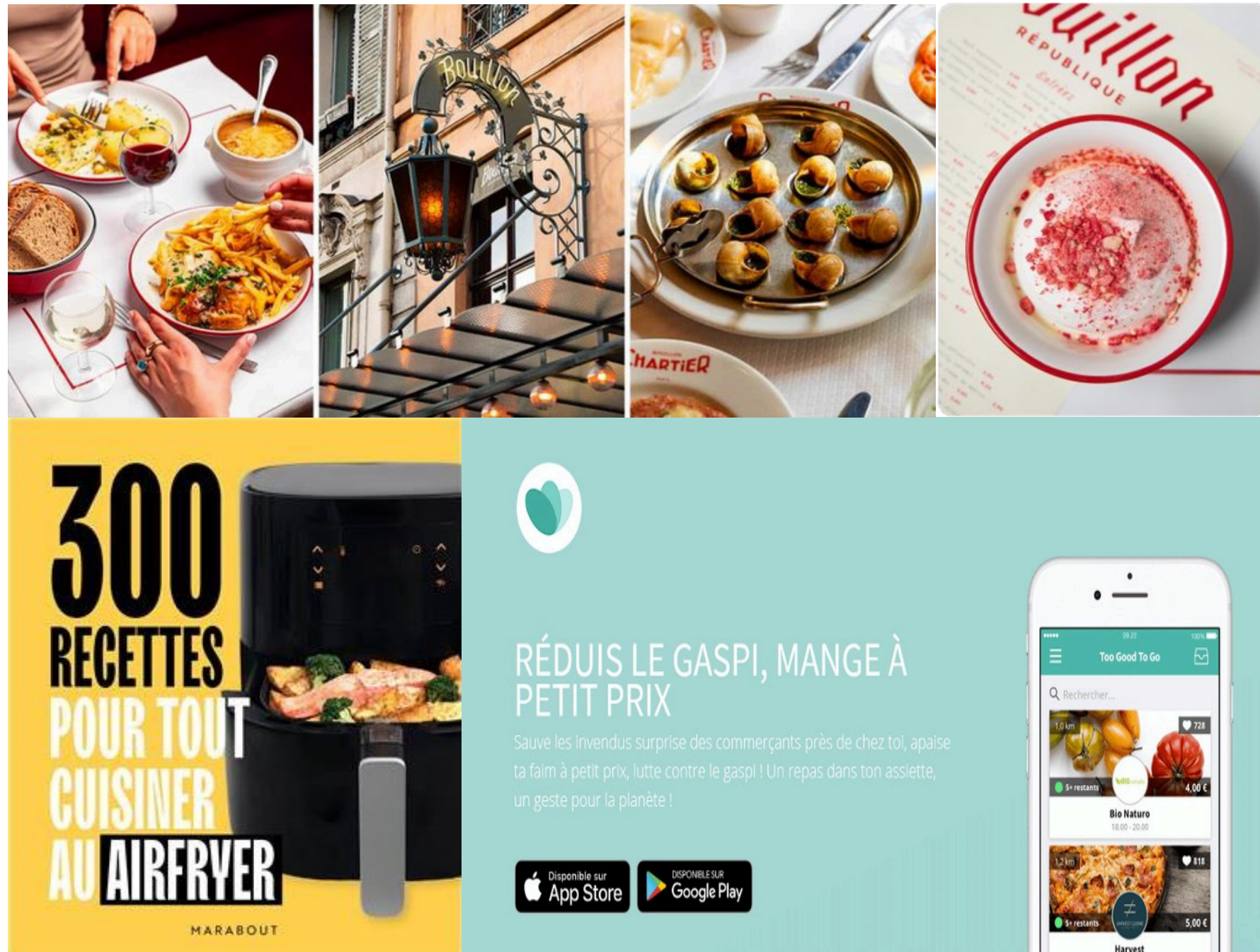
**ACTIVITE  
BOULANGERIES-  
PATISSERIES**  
+6,4% volume en  
2024/2023



Bénéfice aux produits BVP car  
accessibles et correspondent aux  
nouveaux modes de vie

# Un consommateur stratège

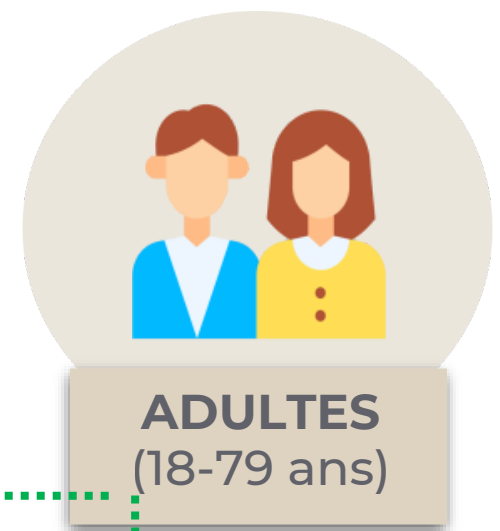
qui jongle entre le bon, le pratique et le zéro gaspillage



Les consommateurs misent sur **la praticité, le prix bas** et le **gain de temps**, qu'ils trouvent notamment dans la consommation **d'aliments préparés, à manger sur le pouce, faciles à préparer ou à emporter** selon des formats **individualisables** ou bien en passant par de la restauration bas prix (bouillons, ...). Le **modèle de flux rapport qualité-prix-expérience** est en voie de développement.

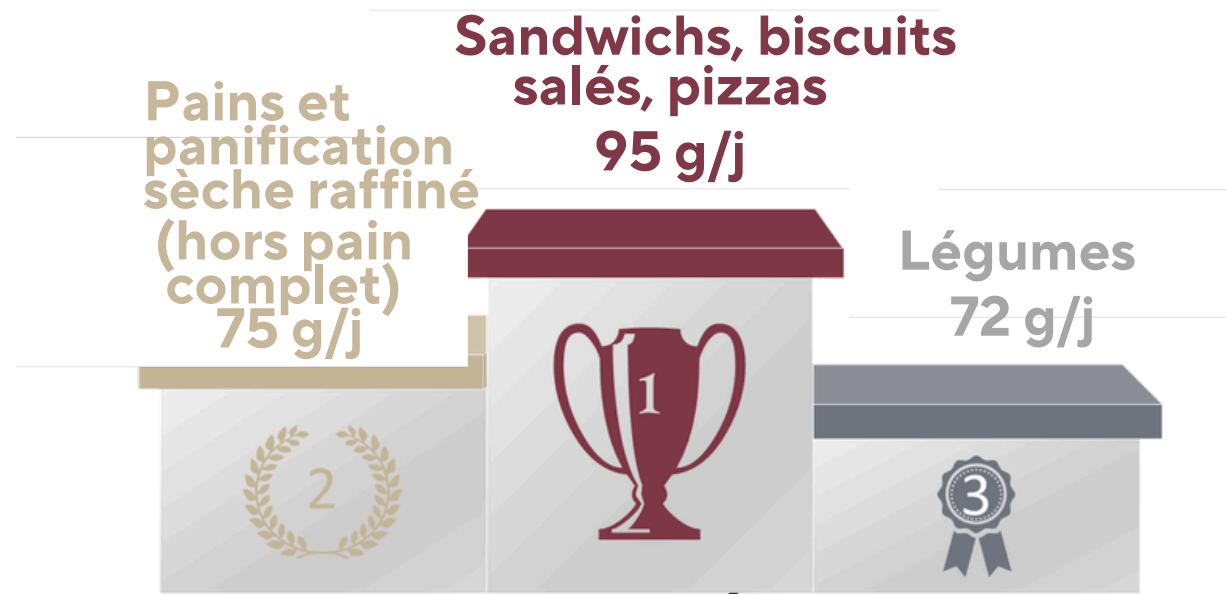
La recherche de réduction gaspillage alimentaire passe par l'utilisation des applications **Toogoodtogo** ou **phénix** ou par la diffusion des **lunch box**.

# Tendances de consommation chez les adultes



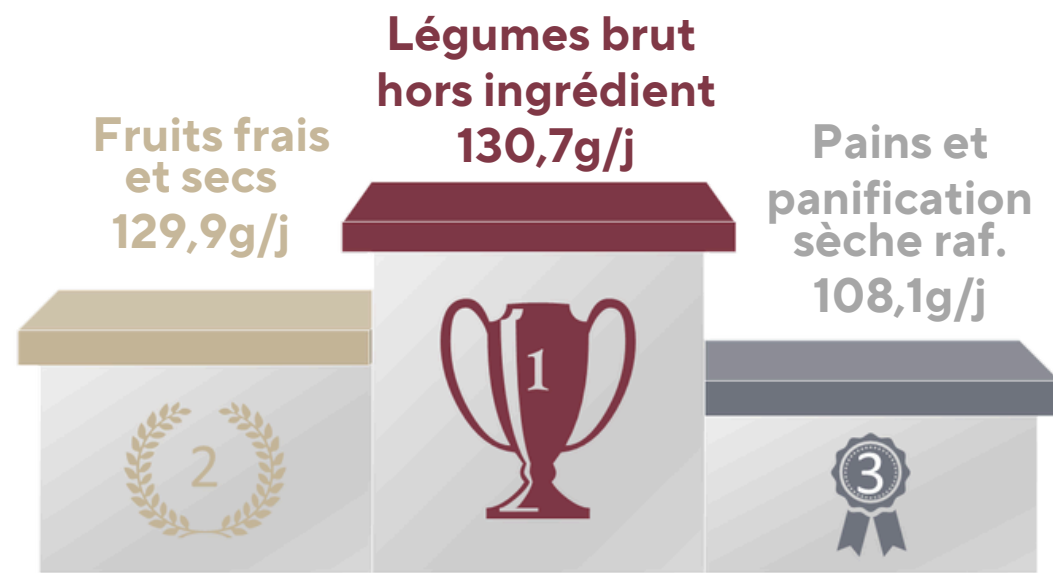
Explosion du snacking : sandwichs, pizzas, tartes et biscuits salés développent leur place au sein du repas

Consommations moyennes des solides en g/j

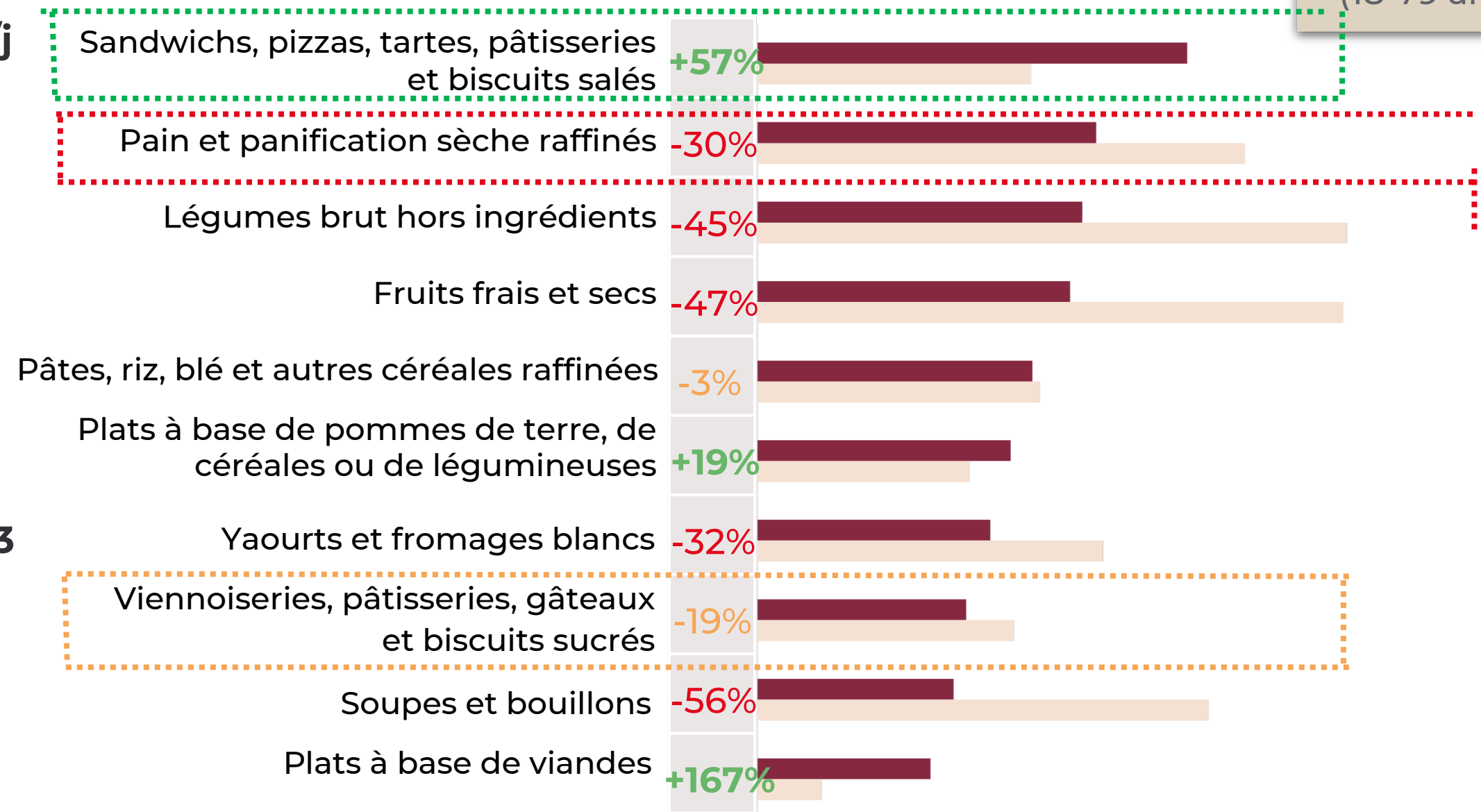


**NUTRIMÉTRIE, 2024**

A titre de comparaison, nomenclature INCA 3



**INCA 3, 2014-2015**



■ Nutrimétrie 2024   ■ INCA 3\*, 2014-2015

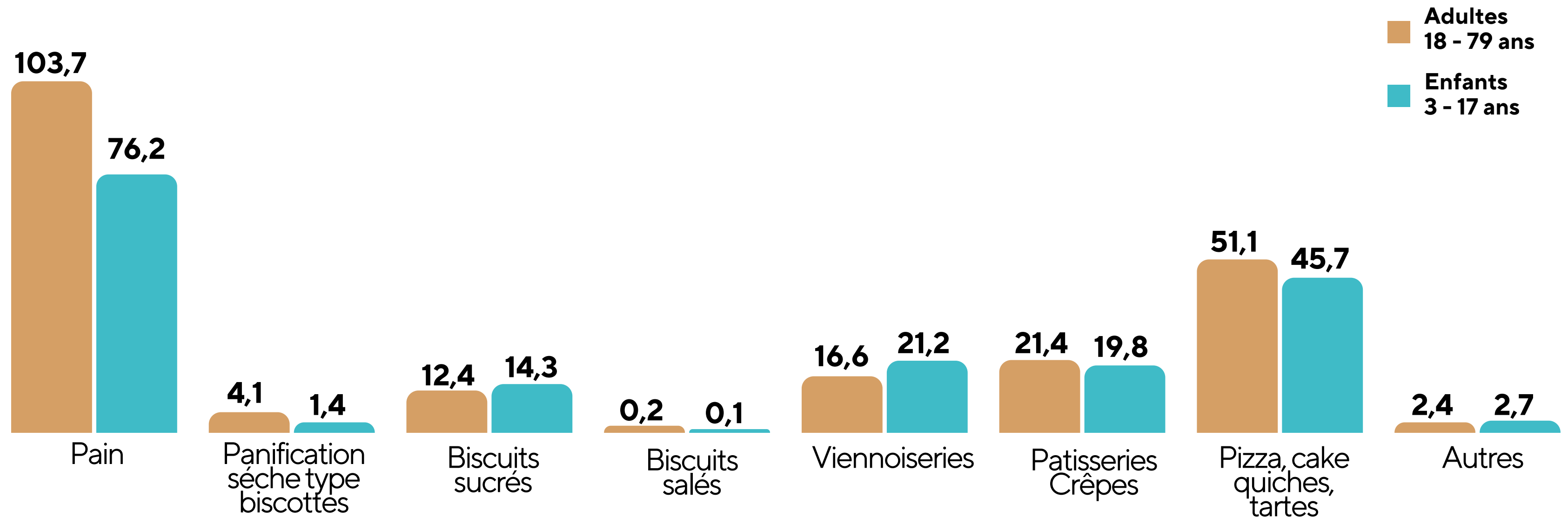
\*L'enquête INCA 3 est une enquête de consommation par carnets alimentaires menée par l'ANSES entre 2014 et 2015

# Consommation 2024

Quantités moyennes consommées par jour (g/j) – Total population

Le pain est la catégorie consommée en plus grande quantité (76,2 g/j chez les enfants et 103,7 g/j chez les adultes), suivie des pizzas/quiches (45,7 g/j chez les enfants et 51,1 g/j chez les adultes)

Base : 3201 individus (1008 Enfants et 2193 Adultes)



*Le pain inclut ici le pain issu des sandwiches*

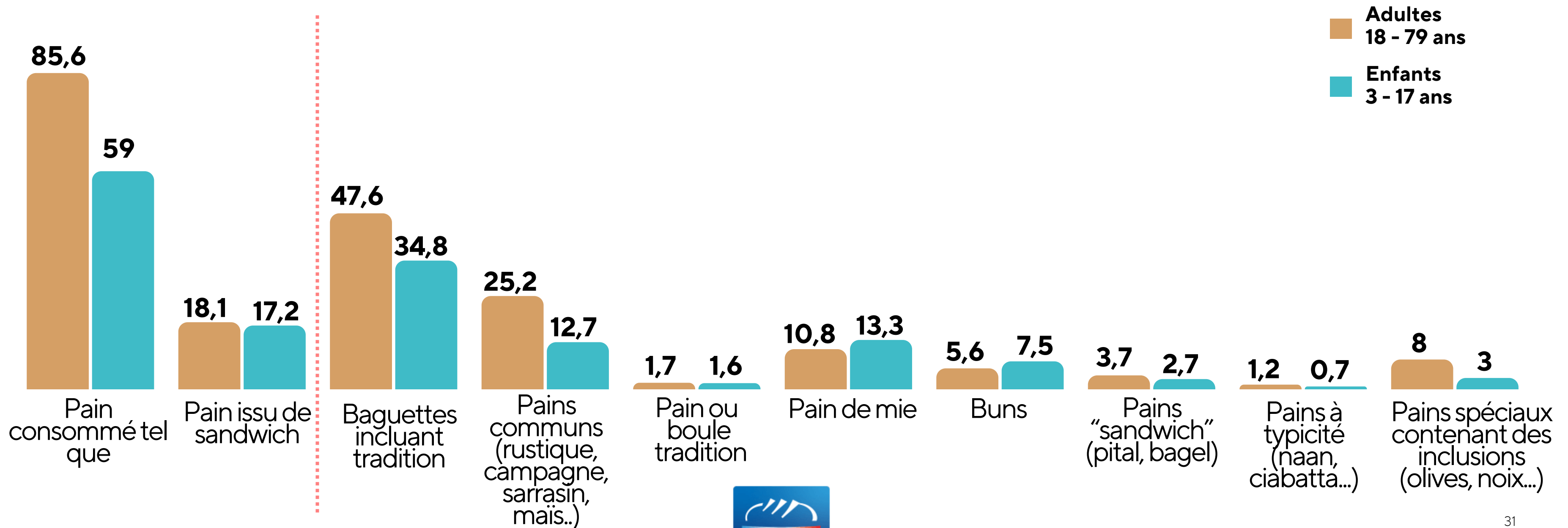
# Quantités de pain

Quantités moyennes pain consommées par jour (g/j)

Le pain est davantage consommé tel quel : 83% des quantités pour les adultes et 77% pour les enfants

La baguette est le type le pain consommé en plus grande quantité : 47,6 g/j pour les adultes et 34,8g/j pour les enfants

Base : 3201 individus (1008 Enfants et 2193 Adultes)

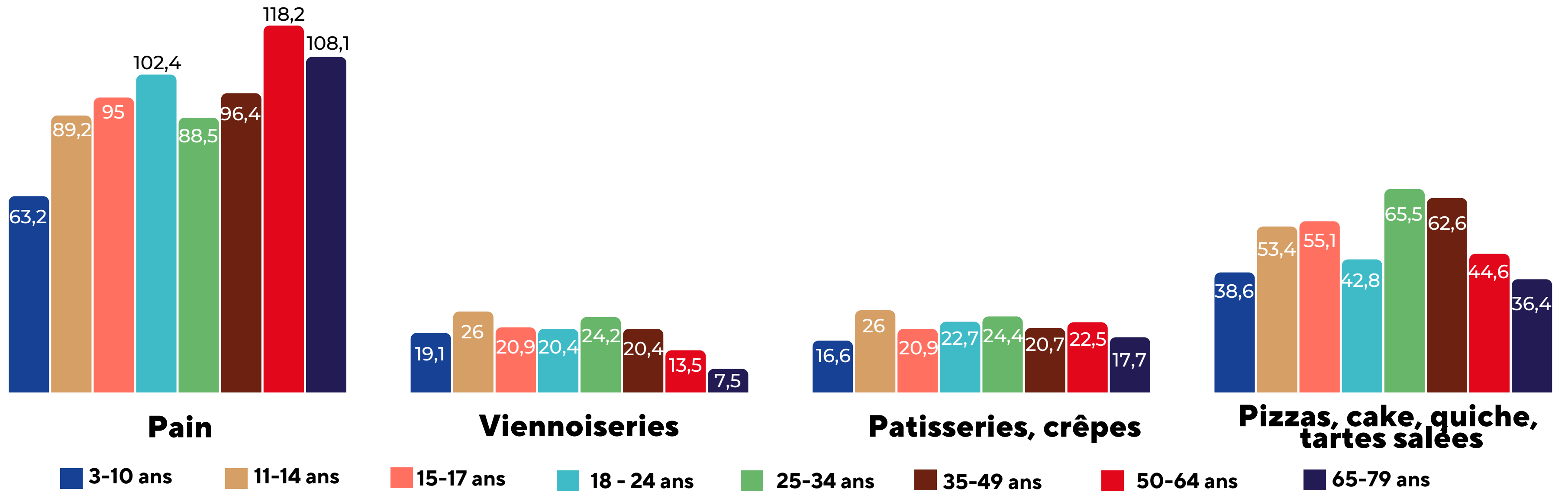


# Consommation en fonction de l'âge

Quantités moyennes de produits BVP consommées par jour (g/j)

Chez les enfants, les quantités moyennes de pain consommées sont croissantes avec l'âge. Les pizzas/cake/quiches sont davantage consommées par les 11-17 ans.

Chez les adultes, les quantités de pizzas/cake/quiches et de viennoiseries consommées diminuent avec l'âge, tandis que le pain suit plutôt la dynamique inverse



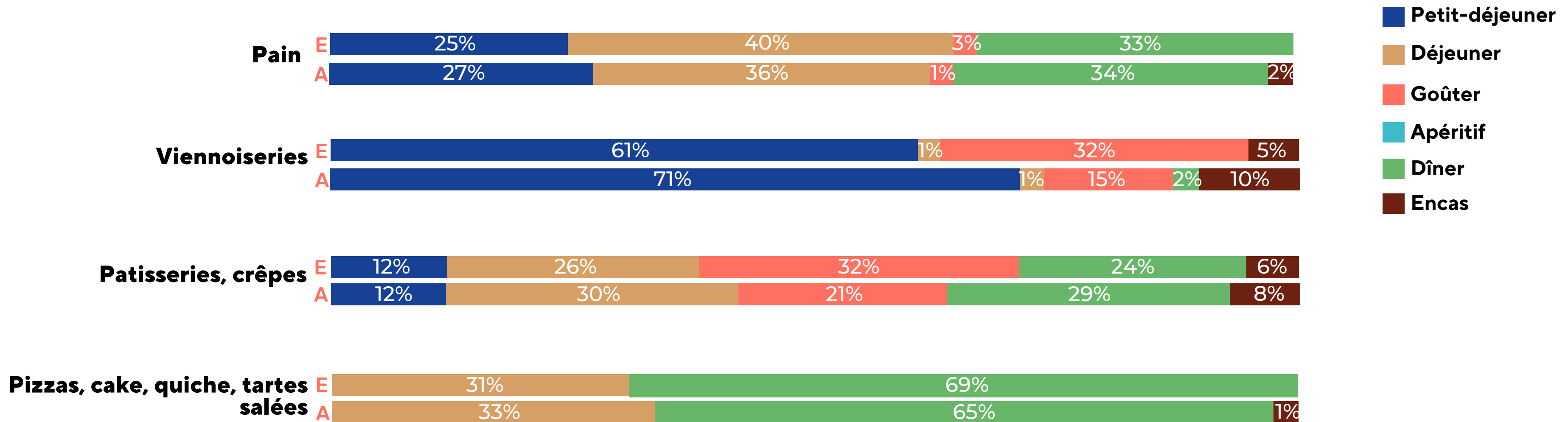
# Moments de consommation

Quantités moyennes consommées par moment de consommation (%g/jour)

La consommation de pain se concentre sur les trois repas principaux, déjeuner puis dîner en tête. Les viennoiseries ou encore les pâtisseries sont davantage consommés lors du goûter

E = 1008 enfants

A = 2193 adultes



# Les principaux enseignements

## Une inflation importante de l'alimentation avec un consommateur qui arbitre et jongle entre le bon, le pratique et l'économique

- Le **prix reste le premier critère de choix** pour les consommateurs
- Les **produits céréaliers figurent parmi les grands gagnants** : ils combinent **accessibilité prix, praticité et fort ancrage dans les habitudes alimentaires**

## Les produits de BVP tirent leur épingle du jeu

- En 2024, **forte progression des sandwiches et produits de panification** dans l'alimentation des Français
- Le pain reste le premier produit consommé chez les enfants (**76,2 g/j**) et chez les adultes (**103,7 g/j**)
- La **baguette est la reine**, chez les enfants comme chez les adultes
- Le pain est principalement consommé au déjeuner puis au dîner

## Une filière responsable au coeur de l'alimentation quotidienne

- Hier, **réduction du taux de sel de plus de 20%**
- Demain, **accord collectif de réduction du taux de sucre** dans les viennoiseries/ pâtisseries



# Suivez notre actualité en ligne !

---

Un site internet complet [www.entrepreneursboulangerie.org](http://www.entrepreneursboulangerie.org)

Une communication impactante sur les réseaux sociaux



@Federation\_feb



Fédération des Entrepreneurs de Boulangerie



@FederationFEB



Fédération des Entrepreneurs de Boulangerie

