



Analyse prospective du marché de la boulangerie artisanale et de réseaux à l'horizon 2040

Étude stratégique et scénarios d'avenir pour la BVP



Red Pepper Consulting

Nous accompagnons les acteurs du secteur alimentaire liés à la boulangerie, pâtisserie et chocolaterie dans leurs transformations stratégiques et opérationnelles.

Nous accompagnons les dirigeants de boulangeries, pâtisseries et chocolateries, dans leur développement et problématiques pour en faire des entreprises prospères et scalables.

Nous formons à la gestion, l'I.A, la finance, la RH, la mise en valeur avant vente des entreprises et l'accès à sa première boutique ou son multisite ...

Lionel BROILLIARD est le partenaire de l'INBP, du cabinet d'expertise comptable spécialiste de la boulangerie pâtisserie « Experts&Associés », référent de l'Association « Tradition Gourmande » et chroniqueur pour « La Toque Magazine »



lionel@redpepperconsulting.fr

06 25 23 50 68



Sommaire

01

Introduction : Objectifs et méthodologie de l'étude prospective

02

Contexte et enjeux : Défis majeurs du secteur boulangerie-pâtisserie

03

Évolution rétrospective : Analyse des tendances 2008-2023

04

Facteurs d'influence : Drivers de transformation 2024-2040

05

Scénarios prospectifs : Visions alternatives du marché à 2040

06

Recommandations stratégiques : Axes d'action pour les acteurs du secteur

07

Conclusion

Cette étude prospective vise à éclairer les décisions stratégiques des entreprises de la BVP face aux mutations profondes du marché de la boulangerie-pâtisserie française. À travers une analyse rigoureuse des tendances passées et l'identification des signaux faibles émergents, nous proposons des scénarios d'évolution à l'horizon 2040 pour anticiper les transformations du secteur.

Introduction

Une démarche prospective au service de l'anticipation stratégique

Le marché français de la boulangerie-pâtisserie traverse une période de transformations structurelles majeures qui questionnent les modèles économiques traditionnels et imposent une refonte des stratégies d'approvisionnement en matières premières. Face à ces bouleversements, l'anticipation devient un impératif stratégique.

L'objectif central de cette étude est d'anticiper les évolutions du marché de la boulangerie-pâtisserie française à l'horizon 2040, en identifiant les ruptures possibles, les tendances émergentes et les opportunités de développement pour les acteurs de la filière des matières premières.

Méthodologie prospective rigoureuse

Notre approche combine plusieurs outils d'analyse stratégique pour garantir la robustesse des scénarios élaborés. Nous avons procédé à une **analyse rétrospective approfondie** des tendances de marché sur la période 2008-2024, permettant d'identifier les dynamiques structurelles et les points d'inflexion majeurs.

L'étude de 79 sources ont été nécessaires pour poser cette vision, retrouvables sur le site <https://www.redpepperconsulting.fr/les-supports/>

Identification des signaux faibles

L'étude intègre une veille stratégique sur les **signaux faibles** — ces indices encore discrets mais potentiellement porteurs de ruptures futures. Innovations technologiques, évolutions sociologiques, transformations réglementaires : tous ces éléments ont été scrutés pour détecter les germes du changement.

Construction de scénarios d'avenir

À partir de cette base analytique, nous avons élaboré des **scénarios prospectifs contrastés** à l'horizon 2040. Ces scénarios ne prétendent pas prédire l'avenir, mais offrent des cadres de réflexion permettant aux entreprises de la BVP d'évaluer leurs stratégies et d'identifier les leviers d'action pertinents selon différentes configurations possibles du marché.



2008 ... 2024

Contexte et enjeux

Des défis majeurs qui redéfinissent l'équilibre du secteur

Le secteur de la boulangerie-pâtisserie française fait face à une conjonction de défis structurels qui menacent son modèle traditionnel et imposent une refonte profonde des stratégies d'entreprise. Ces transformations, loin d'être conjoncturelles, s'inscrivent dans des tendances lourdes qui redessineront durablement le paysage concurrentiel.



Désertification rurale

L'exode rural et le vieillissement démographique des territoires périphériques accélèrent la fermeture des boulangeries de proximité. **Les communes de moins de 2 000 habitants voient disparaître progressivement leur dernier commerce alimentaire**, créant des déserts commerciaux qui fragilisent le lien social et l'attractivité territoriale.



Baisse structurelle de la consommation

La consommation de pain poursuit sa trajectoire descendante amorcée depuis plusieurs décennies. **Les nouvelles habitudes alimentaires, marquées par la diversification des produits de petit-déjeuner et la recherche de régimes alternatifs**, érodent la place centrale du pain dans l'alimentation quotidienne française.



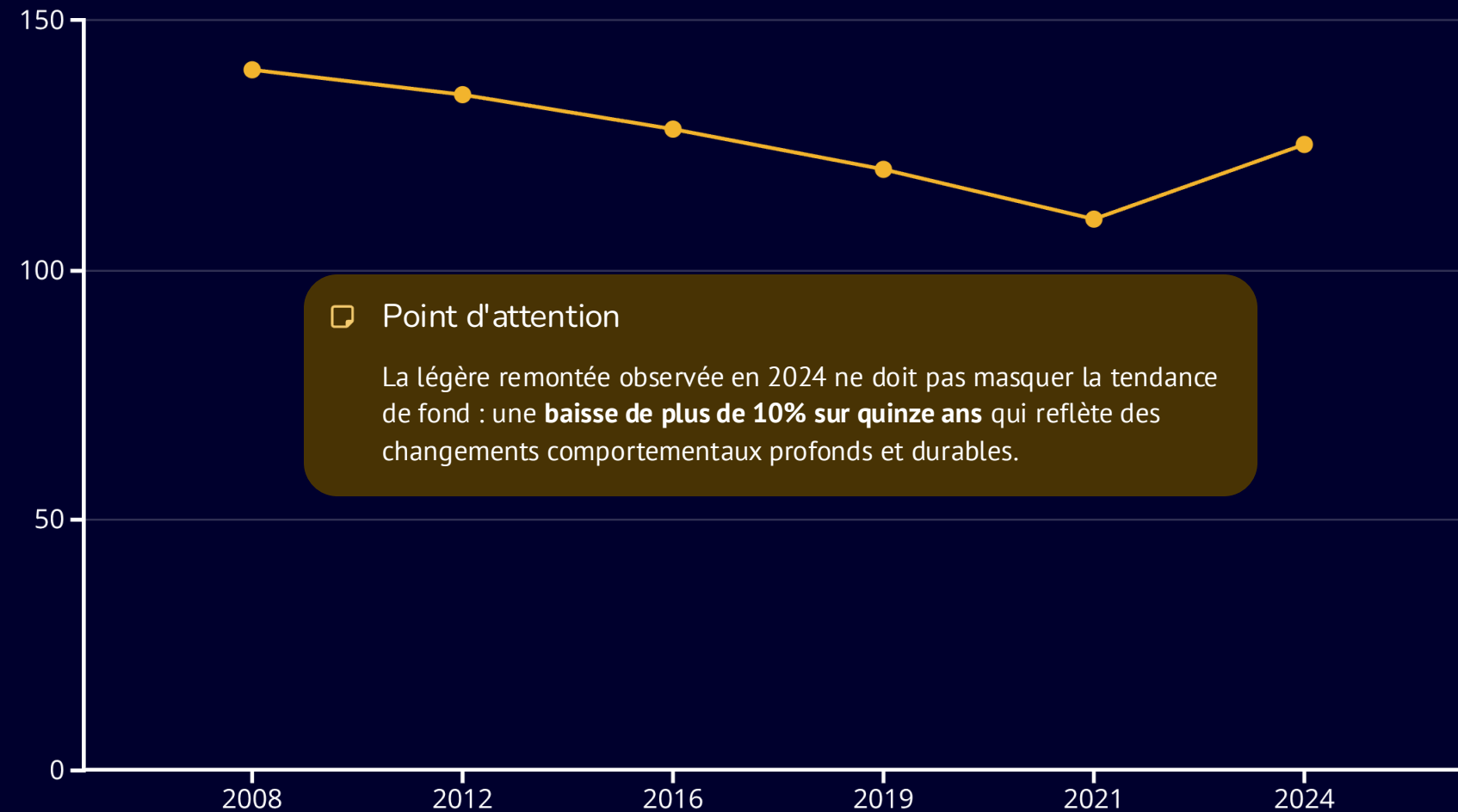
Évolution des comportements des jeunes

Les générations millennials et Z développent un rapport différent à la boulangerie traditionnelle. Plus sensibles aux produits innovants, à la praticité et aux démarches éthiques, ils **privilégient des circuits de distribution alternatifs et des formats de consommation nomades** qui bousculent les codes établis.

Face à ces défis convergents, le secteur doit anticiper des **transformations profondes pour maintenir sa résilience**. Les entreprises de la BVP jouent un rôle crucial dans cette adaptation, en développant des gammes innovantes, en optimisant leurs coûts de production et en accompagnant leurs clients artisans et industriels dans leur mutation stratégique.

Évolution de la consommation de pain

Une érosion structurelle révélatrice de transformations sociétales



Diversification du petit-déjeuner

L'essor des céréales, des produits laitiers enrichis et des alternatives végétales a progressivement rogné la part du pain dans le repas matinal, historiquement son bastion de consommation.

Régimes alimentaires alternatifs

La multiplication des régimes sans gluten, low-carb ou paléo, même au-delà des personnes médicalement concernées, contribue à la désaffection pour les produits céréaliers traditionnels.

Nomadisme alimentaire

L'accélération des rythmes de vie et l'individualisation des prises alimentaires favorisent des formats de consommation moins compatibles avec le pain traditionnel.

La consommation de pain en France a connu une **baisse structurelle significative** sur la période 2008-2024, passant de 140 grammes par personne et par jour à un minimum historique de 110 grammes en 2021, avant une stabilisation relative autour de 125 grammes en 2024. Cette diminution de plus de 10% sur quinze ans ne constitue pas un accident conjoncturel mais le symptôme de **transformations profondes dans les habitudes alimentaires françaises**.

Cette érosion est **particulièrement marquée chez les jeunes générations**, qui développent un rapport distancié au pain quotidien et privilégient des produits perçus comme plus modernes, plus sains ou plus pratiques. Cette dynamique générationnelle constitue un signal d'alerte majeur pour l'avenir du secteur, car elle préfigure une poursuite de la baisse avec l'arrivée à l'âge adulte des cohortes les moins consommatrices.

Disparités générationnelles

Un fossé qui préfigure l'avenir du marché

122.4

Consommation 55+
Grammes de pain/jour

74.5

Consommation 20-29 ans
Grammes de pain/jour

64.3%

Écart générationnel
Les seniors consomment bien plus

Facteurs de désaffection des jeunes

- **Offre diversifiée** : Alternatives au pain traditionnel.
- **Préoccupations nutritionnelles** : Restriction des glucides.
- **Nomadisme et praticité** : Modes de vie rapides.
- **Perte culturelle** : Le pain n'est plus un aliment identitaire.

Implications stratégiques

L'**évolution démographique** présage une poursuite inéluctable de la baisse de consommation globale avec l'arrivée à l'âge adulte des générations les moins consommatrices et le renouvellement générationnel naturel.

Si la tendance jeune persiste, la consommation nationale tous âges confondus pourrait **tomber sous 100g/jour d'ici 2040**.

Face à ce constat, les acteurs du secteur doivent impérativement **reconquérir les jeunes générations** par l'innovation produit, la communication et l'adaptation des formats de distribution. Les entreprises de la BVP ont un rôle crucial à jouer dans cette reconquête, en développant des ingrédients et des solutions techniques permettant de créer des produits répondant aux nouvelles attentes : naturalité, transparence, bénéfices santé, praticité et expérience gustative différenciante.

Nouveaux segments de marché

Une capacité d'adaptation qui ouvre des perspectives



Face à la baisse structurelle de la consommation de pain traditionnel, le secteur a démontré une **remarquable capacité d'innovation** en développant de nouveaux segments porteurs de croissance. Cette adaptation témoigne de la résilience des acteurs et de leur aptitude à capter les nouvelles attentes des consommateurs.

Produits "sans"

Les produits sans gluten, sans lactose ou sans additifs représentent désormais **environ 10% des ventes** en valeur. Initialement développés pour répondre aux intolérances alimentaires, ces produits ont conquis un public bien plus large, sensible aux arguments santé et naturalité. Le segment sans gluten affiche des taux de croissance annuels à deux chiffres depuis 2018.

Pains bio et alternatives

Les pains biologiques, aux céréales anciennes (épeautre, kamut, seigle), aux graines ou enrichis en protéines gagnent progressivement du terrain. Ces produits premium permettent aux artisans de **valoriser leur savoir-faire** et de justifier des prix plus élevés, compensant partiellement la baisse des volumes.

Clean label et transparence

Les consommateurs recherchent désormais des produits plus sains, avec des **formulations courtes** et des ingrédients naturels clairement identifiables. Cette exigence de transparence pousse les industriels et les artisans à simplifier leurs recettes et à privilégier des matières premières de qualité, créant de nouvelles opportunités pour les fournisseurs d'ingrédients premium.

L'émergence de ces nouveaux segments crée des **opportunités stratégiques** pour les entreprises de matières premières qui sauront anticiper et accompagner ces évolutions :

- **Développement de farines alternatives** (sarrasin, pois chiche, lentilles) pour les produits sans gluten
- **Gammes d'ingrédients fonctionnels** (fibres, protéines végétales, prébiotiques) pour enrichir l'offre nutritionnelle
- **Solutions techniques** permettant d'améliorer la texture et la conservation des produits "sans"
- **Traçabilité renforcée** et certifications (bio, origine France, label rouge) pour répondre aux exigences de transparence
- **Innovation packaging** et communication pour valoriser la qualité des matières premières auprès du consommateur final
- **Accompagnement technique** des artisans et industriels dans la reformulation de leurs recettes

Ces nouveaux segments, s'ils ne compensent pas intégralement la baisse des volumes traditionnels, offrent des relais de croissance en valeur et permettent de **repositionner la boulangerie-pâtisserie sur des territoires à plus forte valeur ajoutée.**

Transformation du paysage concurrentiel

L'émergence des réseaux redessine la carte du secteur

Le marché de la boulangerie-pâtisserie subit une ****restructuration majeure**** avec l'essor des réseaux franchisés, modifiant l'équilibre concurrentiel et impactant toute la filière.

830

Points de vente Marie Blachère

Leader des réseaux en France

1.1B€

Chiffre d'affaires annuel

Un acteur majeur du secteur

18%

Part de marché des réseaux

Progression spectaculaire en 15 ans

Facteurs de succès des réseaux

L'essor de réseaux comme ****Marie Blachère**** (830 points de vente, 1,1 Md€ de CA) représente **18% du CA total du secteur**.

- **Modèle optimisé** : achats centralisés, standardisation.
- **Implantations stratégiques** : zones commerciales, parkings.
- **Offre élargie** : pain, viennoiseries, snacking.
- **Amplitude horaire étendue**.
- **Communication massive**.

Impact sur les artisans

Les **30 100 boulangeries indépendantes** subissent une pression accrue (-15% depuis 2008). Les artisans résistants se distinguent par :

1. Qualité et authenticité
2. Relation client de proximité
3. Innovation produits/services
4. Gestion optimisée

Implications pour les fournisseurs

Cette bipolarisation du marché entre grands réseaux et artisans indépendants exige des **stratégies différenciées** de la part des entreprises de matières premières. Les réseaux privilégient des volumes importants, des prix serrés et une logistique rationalisée, tandis que les artisans recherchent des produits distinctifs, un accompagnement technique personnalisé et de la flexibilité.

Montée en gamme de la grande distribution

Quand les supermarchés deviennent concurrents directs

La **grande distribution** s'est imposée comme un concurrent de plus en plus redoutable pour les boulangeries artisanales et les réseaux franchisés. Le rayon boulangerie-viennoiserie-pâtisserie des grandes surfaces a atteint **2,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires** avec une croissance soutenue de 3,9% en valeur, témoignant de l'attractivité croissante de cette offre.



Stratégie de montée en gamme

Les distributeurs ont massivement investi dans la **qualité perçue** de leur offre boulangerie. Terminaux de cuisson modernes, recrutement de boulangers formés, mise en scène théâtralisée du point chaud : tout est fait pour gommer l'image industrielle et se rapprocher de l'artisanat.

L'introduction de **baguettes tradition** — appellation auparavant réservée aux artisans respectant un cahier des charges strict — constitue un tournant symbolique majeur. Les grandes surfaces proposent désormais des produits comparables en apparence à ceux des boulangeries, à des prix souvent inférieurs de 20 à 30%.

Diversification de l'offre

La gamme s'est considérablement enrichie avec l'apparition de pains spéciaux (céréales, graines, bio), de viennoiseries premium et de pâtisseries individuelles. Cette diversification permet de **concurrencer directement l'artisanat traditionnel** sur tous les segments, du produit d'appel basique à la référence premium.

Les distributeurs exploitent leur avantage logistique en proposant une disponibilité étendue tout au long de la journée, avec des fournées échelonnées garantissant la fraîcheur constante — un argument de poids face aux artisans dont la production est concentrée sur certaines plages horaires.

Commodité d'achat intégrée

L'atout décisif de la grande distribution réside dans la **commodité du parcours d'achat**. Le client effectue ses courses alimentaires en un seul lieu, évitant la multiplication des déplacements. Cette praticité, associée à des horaires d'ouverture très larges et au stationnement gratuit, constitue un avantage compétitif majeur dans un contexte de contraintes temporelles croissantes.

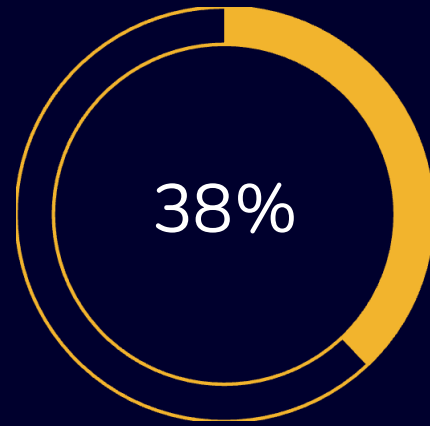
Conséquences pour la filière BVP

La montée en puissance de la grande distribution modifie les **flux d'approvisionnement**, avec des centrales d'achat négociant de gros volumes. Les fournisseurs doivent s'adapter à ce canal exigeant en prix et qualité. Cela crée aussi des opportunités pour des **solutions techniques innovantes**.

Défis économiques

L'inflation des matières premières fragilise les équilibres

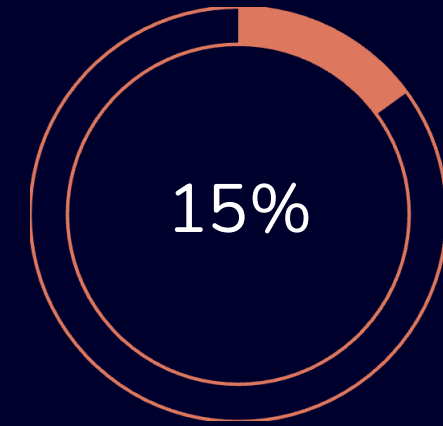
L'inflation des matières premières, brutale depuis 2021, pèse sur la rentabilité du secteur boulangerie-pâtisserie et accélère sa consolidation.



Hausse du prix du beurre
Impact direct sur les marges



Prix du kilo de beurre
Record, difficile à répercuter



Taux de fermetures accéléré
Les moins résilients cèdent

Facteurs inflationnistes

Depuis 2021, Les coûts des matières premières ont fortement augmenté (ex: beurre +38% en 2024, à 9€/kg).

- **Tensions sur l'offre laitière**
- **Coûts énergétiques**
- **Logistique et transport**
- **Céréales et farines**

Impact sur la viabilité

L'inflation pèse sur les marges. La difficulté à répercuter les hausses sur les prix crée un effet ciseau.

1. Accélération des fermetures
2. Concentration des acteurs
3. Recours accru aux matières de second choix
4. Pression sur la qualité

Rôle des fournisseurs

Les fournisseurs de la BVP doivent accompagner le secteur. Ils développeront des solutions techniques pour réduire les coûts et optimiser la qualité, proposant des gammes équilibrées coût/performance.

Maîtriser la structure de coûts tout en préservant la qualité sera déterminant d'ici 2040. Les fournisseurs innovants auront un avantage compétitif crucial.

Défis opérationnels majeurs

Le secteur de la boulangerie-pâtisserie française subit une transformation profonde, confronté à des contraintes opérationnelles exigeant adaptation et investissements rapides.



Pénurie de main-d'œuvre

70,6% des entreprises rencontrent des difficultés de recrutement.

- Métier perçu comme contraignant (horaires décalés)
- Vieillesse et départs massifs à la retraite
- Concurrence accrue pour les jeunes talents



Nécessité d'automatisation

Investissements technologiques créent un clivage compétitif.

- Solutions robotiques et IA pour compenser la pénurie
- Coûts élevés, créant une fracture grandes/petites structures
- Modernisation des outils pour la compétitivité

Cette double contrainte — manque de ressources humaines et investissements nécessaires — impose de gérer l'urgence et d'anticiper les transformations structurelles. Les fournisseurs doivent adapter leurs offres à ces réalités divergentes.

2024 ... 2040

Facteurs d'influence structurants 2024-2040

L'évolution du marché de la boulangerie-pâtisserie d'ici 2040 sera déterminée par la convergence de quatre grandes familles de facteurs qui interagissent et se renforcent mutuellement. Comprendre ces dynamiques est essentiel pour anticiper les ruptures potentielles et identifier les opportunités stratégiques.

1

Facteurs démographiques

Évolution de la structure de la population française avec un impact direct sur les volumes de consommation et les habitudes alimentaires. Le vieillissement démographique et la baisse de la natalité redéfinissent les marchés cibles.

2

Facteurs technologiques

Accélération de l'innovation avec l'intelligence artificielle, la robotique et la digitalisation des parcours clients. Ces technologies transforment à la fois la production et la distribution.

3

Mutations sociétales

Changement profond des modes de consommation, des attentes en matière d'expérience client, et émergence de nouvelles générations avec des codes radicalement différents (Génération Z notamment).

4

Enjeux environnementaux

Pression croissante pour la décarbonation, développement des circuits courts, exigences de traçabilité et montée en puissance du bio dans les attentes consommateurs.

L'importance des signaux faibles

Au-delà de ces grandes tendances, l'identification précoce des **signaux faibles** permettra d'anticiper les ruptures avant qu'elles ne deviennent évidentes. Ces signaux peuvent inclure l'émergence de nouveaux modèles économiques, des innovations de rupture dans les process de fabrication, ou des changements réglementaires qui redéfinissent les règles du jeu. Une veille stratégique active sur ces dimensions est indispensable pour maintenir un avantage concurrentiel.

Évolution démographique : un tournant historique

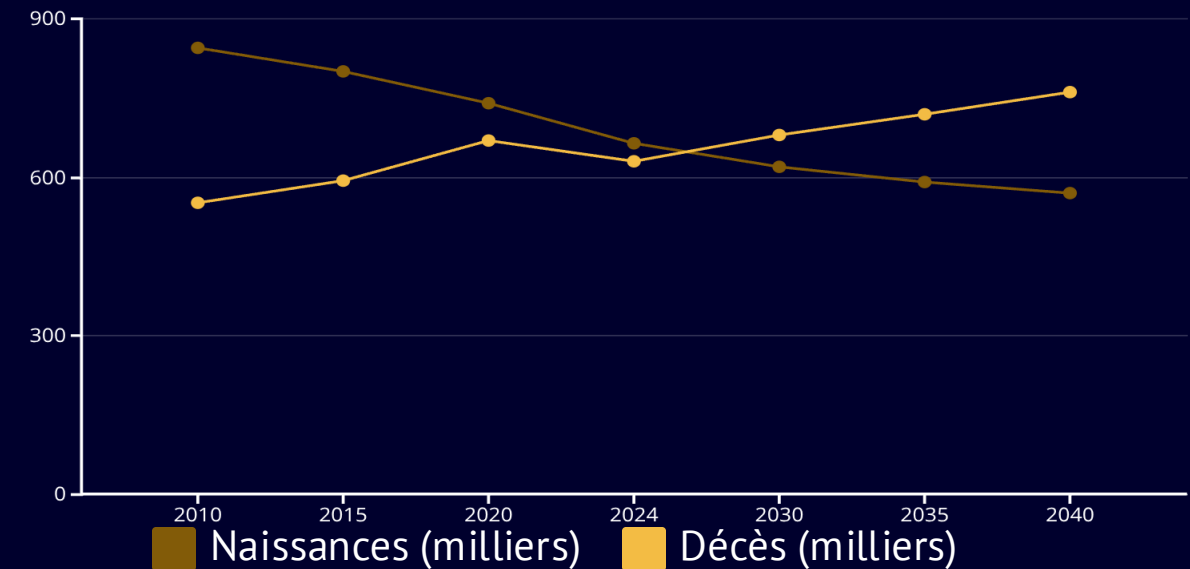
La France connaît une mutation démographique majeure, impactant profondément les secteurs alimentaires. Les données 2024 confirment l'accélération de cette tendance, bouleversant les projections de marché.

Chiffres clés 2024

- **663 000 naissances** enregistrées en 2024, soit une baisse de **21,5% par rapport à 2010**
- Indice de fécondité tombé à **1,64 enfant par femme**
- À partir de **2030**, les naissances seront inférieures aux décès
- Accélération du vieillissement : **29% de la population** aura plus de 60 ans en 2040

Implications stratégiques

Cette évolution démographique implique une **contraction du marché domestique** en volume. Les segments seniors et les produits adaptés aux nouveaux modes de vie représentent des relais de croissance essentiels.



Le croisement des courbes naissances/décès en 2030 marque un tournant démographique historique avec des impacts majeurs sur la consommation.

Désertification commerciale rurale : un défi territorial majeur

Le maillage territorial des commerces de proximité, notamment des boulangeries, subit une érosion continue, posant des questions cruciales d'aménagement et de cohésion sociale.

62%

Communes sans commerce
en 2024, contre 25% en 1980

12 000

Boulangeries fermées
depuis 2010 (env. 800/an)

35%

Communes rurales
sans commerce alimentaire de proximité

Dynamiques de la désertification

- **Concentration urbaine** : exode rural continu
- **Baisse de rentabilité** : volumes insuffisants
- **Difficultés de transmission** : manque de repreneurs
- **Concurrence des grandes surfaces**

Initiatives et alternatives

Face à cette réalité, des initiatives locales émergent pour l'accès au pain :

- **Dépôts de pain** : points de vente relais
- **Boulangeries communales** : rachat par collectivités
- **Tournées de pain** : services ambulants

Ces solutions restent fragiles et insuffisantes.

Révolution technologique : l'automatisation au service de la production

Le secteur de la boulangerie-pâtisserie connaît une transformation technologique par l'IA, la robotique et la digitalisation. Ces innovations répondent aux défis de pénurie de main-d'œuvre et aux nouvelles attentes consommateurs.



Robotisation de la production

Les robots produisent jusqu'à **200 baguettes par heure**, compensant le manque de main-d'œuvre tout en assurant une qualité constante.



Intelligence artificielle

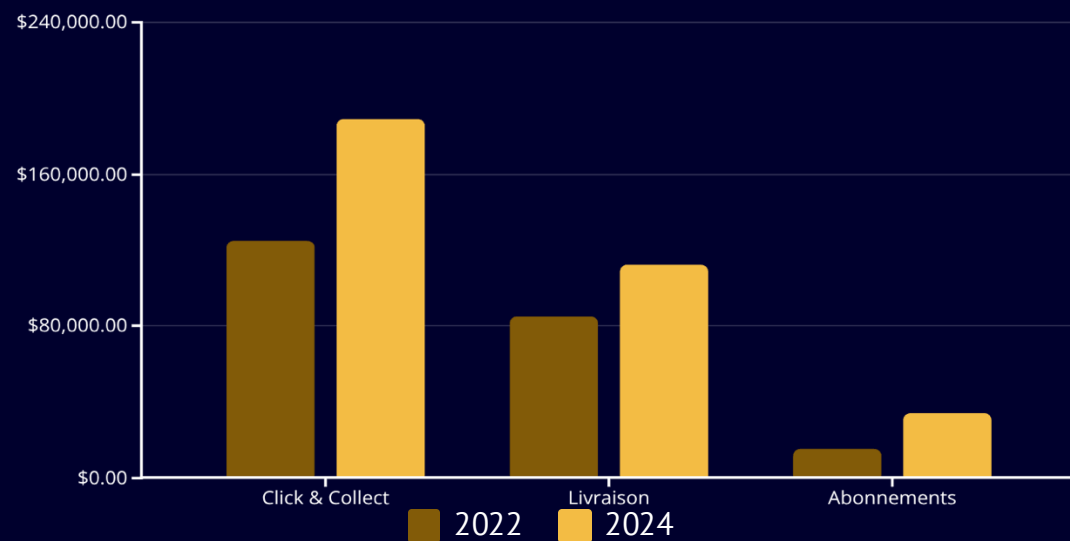
L'IA optimise la gestion des stocks, prédit la demande, personnalise les recommandations clients et adapte la production en temps réel.



Digitalisation des ventes

Le click & collect connaît une croissance de **+51% en 2 ans**. Les plateformes numériques augmentent le panier moyen de **30%** grâce à la facilité de commande.

Évolution des canaux digitaux



Impacts stratégiques

La technologie redéfinit les **avantages concurrentiels**. Investir dans ces technologies augmente la productivité, la flexibilité et la capacité d'adaptation, tout en optimisant les coûts opérationnels.

Pour les fournisseurs, cela implique :

- Adaptation des conditionnements pour l'automatisation
- Traçabilité digitale complète
- Interfaces numériques pour la logistique

Mutations sociétales : la Génération Z redéfinit les codes

L'émergence de la Génération Z (née après 1997) comme force consommatrice majeure bouleverse les codes traditionnels du secteur de la boulangerie. Cette génération, parfaitement à l'aise avec le digital, porte des attentes radicalement nouvelles en matière d'expérience, de transparence et de responsabilité environnementale.

Digitalisation native

46% des étudiants consomment régulièrement via les applications de livraison. Le smartphone est leur interface privilégiée : commande, paiement, programme de fidélité, tout doit être mobile-first.

- Expérience sans friction recherchée (1-click ordering)
- Intégration avec les réseaux sociaux (Instagram, TikTok)
- Personnalisation poussée des recommandations
- Programmes de fidélité gamifiés

Expérience avant produit

La Gen Z achète une **expérience globale** plus qu'un simple produit. L'ambiance du lieu, l'histoire de la marque, l'esthétique comptent autant que le goût.

- Design des espaces de vente réinventé
- Storytelling authentique de la marque
- Concepts éphémères et collaborations exclusives
- Partageabilité sociale des moments de consommation

Engagement durable

La durabilité n'est pas une option mais une **exigence fondamentale**. Cette génération privilégie les marques alignées avec leurs valeurs environnementales et sociales.

- Transparence totale sur la provenance et les process
- Engagement zéro déchet et emballages réutilisables
- Circuits courts et soutien aux producteurs locaux
- Réduction mesurable de l'empreinte carbone

Implications pour le secteur

Ces mutations sociétales obligent les acteurs traditionnels à repenser fondamentalement leur proposition de valeur. Il ne s'agit plus seulement de produire un bon pain, mais de créer un **écosystème d'expériences** cohérent avec les attentes de cette nouvelle génération, tout en maintenant la fidélité des générations précédentes. Cette double contrainte générationnelle crée des opportunités pour des modèles hybrides innovants.

Circuits courts et bio : impératifs environnementaux

Le défi de la décarbonation

L'urgence climatique impose au secteur de réduire drastiquement son empreinte carbone. Actuellement, une baguette traditionnelle génère en moyenne **172 grammes de CO₂**, de la culture du blé jusqu'à la cuisson finale.

01

Culture et transformation

Optimisation des pratiques agricoles, réduction des intrants chimiques, mécanisation raisonnée

02

Transport et logistique

Mutualisation des flux, véhicules électriques, réduction des distances parcourues

03

Production et cuisson

Fours basse consommation, énergies renouvelables, récupération de chaleur

04

Emballages et déchets

Suppression du plastique, contenants réutilisables, lutte contre le gaspillage

L'essor des circuits courts

Les **circuits courts et le bio** sont en forte progression, répondant à une conscience environnementale et à une demande de transparence croissantes. Les consommateurs privilégient les achats locaux et écologiques.

- **Contrats directs** : moins d'intermédiaires, meilleure rémunération producteurs.
- **Farines locales & bio** : traçabilité de la parcelle à la boulangerie.
- **Saisonnalité** : gammes adaptées aux récoltes régionales.



Objectif 2040 : -50% d'empreinte carbone

Le secteur doit réduire son empreinte carbone de 50% d'ici 2040, visant moins de 86g de CO₂ par baguette. Cela implique une transformation complète de la chaîne de valeur, de l'agriculture à la distribution, avec un rôle clé des fournisseurs de matières premières décarbonées.

Les scenari

Dynamiques du marché dans le scénario **optimiste**

Consommation et demande

La consommation se stabilise à **120 grammes par jour et par personne**, soutenue par une revalorisation culturelle du pain artisanal et une prise de conscience des bienfaits nutritionnels du pain de qualité. **Les consommateurs privilégient des produits à plus forte valeur ajoutée**, créant un cercle vertueux pour l'ensemble de la filière.

L'offre se diversifie considérablement avec l'émergence de gammes premium, bio, sans gluten, et enrichies en nutriments fonctionnels. **Les boulangeries deviennent des lieux d'expérience où le conseil nutritionnel et la personnalisation de l'offre créent une nouvelle relation client.**

Structure du marché

Les boulangeries artisanales indépendantes maintiennent 55% des parts de marché grâce à leur capacité d'innovation et leur ancrage territorial., **Les réseaux franchisés représentent 30%** avec une montée en gamme significative de leur offre. **L'industriel se recentre sur 15% du marché**, principalement en grande distribution.

Les zones rurales voient **émerger des modèles hybrides combinant boulangerie traditionnelle, vente de produits locaux et services de proximité**, créant ainsi des pôles d'attraction commerciale viables économiquement.

Marché premium

Croissance de 45% du segment premium avec des produits à forte valeur ajoutée, pains de terroir et créations originales

Emballages éco-responsables

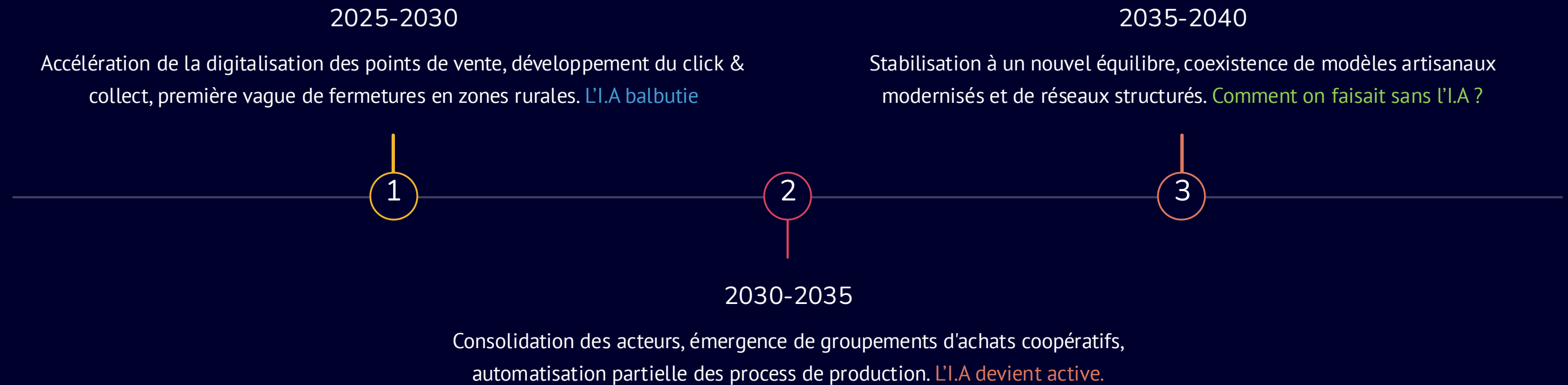
Développement d'une filière d'emballages biosourcés et compostables, répondant aux attentes environnementales

Expansion internationale

Export de savoir-faire français vers les marchés asiatiques et nord-américains en forte demande d'authenticité

Scénario réaliste : Consolidation et coexistence

Le scénario réaliste projette une poursuite des tendances actuelles avec une consolidation progressive du secteur. **Les réseaux franchisés poursuivent leur développement pour atteindre 35% du marché en 2040**, tandis que **les boulangeries indépendantes maintiennent une présence significative mais sous pression constante**.



Consommation

Déclin modéré vers **110 grammes par jour et par personne**, compensé partiellement par la montée en gamme et la diversification de l'offre vers la pâtisserie et les snacks salés.

Territoires ruraux

Fermeture de la moitié des boulangeries rurales traditionnelles, compensée par le développement de **tournées mobiles** utilisant des véhicules équipés et de points relais multiservices. Ces nouveaux modèles assurent la continuité du service tout en optimisant les coûts logistiques.

Scénario **pessimiste** : Disruption et concentration

Le scénario pessimiste anticipe une transformation brutale du secteur sous l'effet de chocs exogènes cumulatifs : crise énergétique durable, inflation persistante des matières premières, et accélération de la désertification commerciale des territoires. Cette combinaison crée un environnement de rupture où seuls les acteurs les plus capitalisés et industrialisés peuvent survivre.

Concentration du marché

Les boulangeries indépendantes ne représentent plus que **25% du marché**, principalement concentrées dans les métropoles et les zones touristiques premium. Les réseaux franchisés et industriels dominent avec 60% des parts, bénéficiant d'économies d'échelle massives.

Effondrement de la consommation

La consommation chute à **90 grammes par jour et par personne**, sous l'effet conjugué de l'inflation, de la banalisation de l'offre et de la concurrence accrue des substituts (produits **industriels 15% du marché**, alternatives sans gluten).

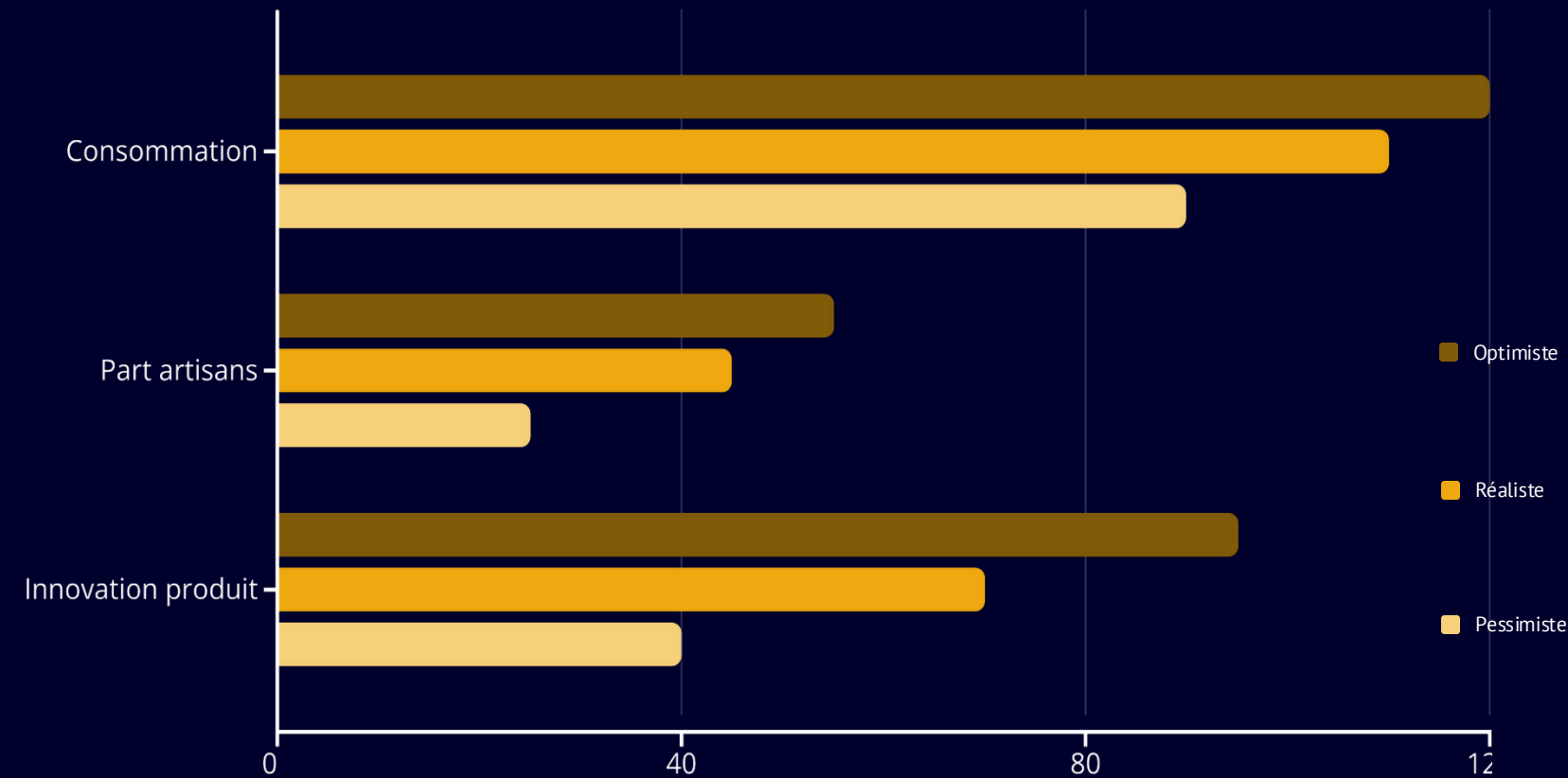
Automatisation massive

Généralisation des lignes de production **robotisées**, disparition progressive des savoir-faire artisanaux traditionnels. Les métiers évoluent vers la supervision technique et la maintenance industrielle.

📌 **Impact sur la filière des matières premières** : Ce scénario entraîne une standardisation extrême des cahiers des charges, une pression maximale sur les prix et une concentration des volumes sur un nombre réduit de fournisseurs capables de répondre aux exigences industrielles. Les meuniers artisanaux et les producteurs d'ingrédients premium voient leur marché se contracter drastiquement.

Comparatif des trois scénarios

L'analyse comparative des trois trajectoires possibles révèle des écarts significatifs sur l'ensemble des dimensions structurantes du marché. Ces scénarios ne sont pas mutuellement exclusifs mais représentent plutôt un continuum de possibles dont la réalisation dépendra des choix stratégiques des acteurs et des politiques publiques mises en œuvre.



Impact sur l'emploi

- **Optimiste** : Maintien de 180 000 emplois, compétences revalorisées.
- **Réaliste** : Stabilisation à 150 000 emplois, profils plus polyvalents.
- **Pessimiste** : Contraction à 100 000 emplois, supervision industrielle.

Dynamique d'innovation

- **Optimiste** : Innovation tous azimuts : produits, services, modèles économiques.
- **Réaliste** : Innovation incrémentale : efficacité opérationnelle et digitalisation.
- **Pessimiste** : Innovation limitée à l'automatisation et réduction des coûts.

Implications pour les fournisseurs

- **Optimiste** : Opportunités premium, co-développement, partenariats stratégiques.
- **Réaliste** : Flexibilité, services à valeur ajoutée, digitalisation.
- **Pessimiste** : Pression sur les prix, volumes concentrés, relations transactionnelles.

Time line

Préparation aux ruptures (2027-2035)

La période 2027-2035 constituera une phase critique de transformation où les acteurs de la filière devront simultanément gérer leurs activités actuelles et construire les fondations de leur modèle futur. Cette double exigence nécessite une planification stratégique rigoureuse et des investissements ciblés.

Digitalisation complète des relations B2B

La digitalisation ne se limite plus à la simple commande en ligne mais englobe l'ensemble de la chaîne de valeur :

- **Plateformes de commande intelligentes** intégrant l'intelligence artificielle pour la **prédiction des besoins**, l'optimisation des stocks et la suggestion de gammes complémentaires
- **Systèmes de traçabilité blockchain** garantissant la provenance et la qualité des matières premières, répondant aux exigences réglementaires croissantes
- **Outils de pilotage en temps réel** permettant aux boulangers d'ajuster leur production selon la demande effective
- **Logistique optimisée** avec des **tournées dynamiques**, des hubs de consolidation et une réduction de 30% de l'empreinte carbone

Innovation produit accélérée

Les fournisseurs de matières premières doivent anticiper et accompagner les évolutions structurelles du marché :

- **Ingrédients fonctionnels** : farines enrichies en protéines, fibres prébiotiques, micronutriments ciblés répondant aux attentes santé
- **Solutions végétales** : alternatives aux œufs et produits laitiers, développement de gammes 100% plant-based premium
- **Compatibilité avec l'automatisation** : standardisation des formats, régularité des performances, facilité de mise en œuvre
- **Clean label absolu** : formulations ultra-courtes, ingrédients reconnaissables, transparence totale



R&D collaborative

Partenariats avec centres de recherche et startups foodtech



Modernisation industrielle

Investissements dans l'outil de production et la flexibilité



Formation des équipes

Upskilling massif sur le digital et les nouvelles technologies

Vision long terme (2035-2040)

Au-delà de 2035, les acteurs de la filière devront repenser fondamentalement leurs modèles économiques pour s'adapter à un marché domestique mature voire déclinant. Deux grandes stratégies se dessinent, non exclusives mais nécessitant des choix d'allocation de ressources clairs.

Stratégie 1 : Spécialisation sur des niches à haute valeur

Cette approche vise à se positionner sur des segments ultra-premium ou des besoins spécifiques à forte marge :

- Développement d'ingrédients d'exception pour la haute gastronomie et la pâtisserie de création
- Solutions sur-mesure pour des segments santé (nutrition médicale, sportifs de haut niveau)
- Ingrédients patrimoniaux et terroirs protégés avec AOC/IGP
- Innovations de rupture sur des alternatives (farines d'insectes, protéines cultivées)

Stratégie 2 : Intégration dans des écosystèmes industriels globaux

Cette voie implique de devenir un maillon essentiel de chaînes de valeur internationales :

- Consolidation pour atteindre la taille critique sur les marchés export
- Partenariats stratégiques avec des groupes internationaux
- Diversification vers d'autres secteurs de la transformation alimentaire
- Développement de compétences en formulation et services techniques globaux

Internationalisation stratégique

Marchés prioritaires

Asie-Pacifique : Chine, Japon, Corée du Sud avec une demande croissante pour l'authenticité française

Amérique du Nord : États-Unis et Canada, marché mature mais valorisant le premium

Modalités d'expansion

Partenariats locaux pour la distribution, adaptation des produits aux goûts locaux, formation de boulangers aux techniques françaises

Enjeux critiques

Logistique et conservation, certifications sanitaires, protection de la propriété intellectuelle, gestion de la marque France

Une transformation profonde en cours

Le marché de la boulangerie-pâtisserie traverse une mutation sans précédent depuis l'après-guerre. Cette transformation n'est pas une crise passagère mais une reconfiguration structurelle qui redéfinit les règles du jeu pour l'ensemble des acteurs de la filière, des producteurs de matières premières aux distributeurs finaux.

01

Excellence opérationnelle

Maîtrise des fondamentaux industriels et commerciaux, optimisation continue des processus, efficacité sans compromis sur la qualité

02

Innovation continue

Capacité à anticiper et accompagner les évolutions du marché, développement produit agile, expérimentation permanente

03

Adaptabilité stratégique

Flexibilité des modèles économiques, diversification des sources de revenus, résilience face aux chocs exogènes

Les entreprises qui réussiront seront celles qui sauront accompagner leurs clients dans cette transformation tout en préservant et valorisant la tradition artisanale française. Cette double compétence - modernité et authenticité - constitue un avantage concurrentiel décisif sur les marchés domestiques comme internationaux.

Le succès passera par une collaboration renforcée au sein de la filière, des investissements soutenus en R&D et digitalisation, l'I.A ne sera pas une bulle mais le nouveau support qui amènera à l'excellence, et une capacité à raconter une histoire convaincante sur la valeur du savoir-faire français dans un monde en quête d'authenticité et de sens.

Retrouvez l'étude complète, les ressources et les autres analyses...

www.redpepperconsulting.fr
Rubrique : les supports

Merci !

Lionel BROILLIARD - Red Pepper Consulting

lionel@redpepperconsulting.fr - 06 25 23 50 68

