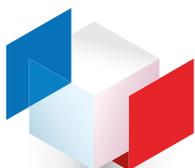




crédits photo : Fotolia

novembre 2017

## ● Ouvrir une boulangerie



« Qui ne pétrit, bon pain ne mange »

(Jean Antoine de Baïf, poète médiéval français, 1532-1589)

“Matin, midi et soir, ordonnance du boulanger.”

Éric Kayser

Ce dossier a bénéficié de la relecture de la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française et d'Éric Collavini, responsable transactions et financements boulangerie & RHF aux Grands Moulins de Paris

## AVERTISSEMENT IMPORTANT

- En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de l'AFE. Pour toute demande : [www.afecreation.fr](http://www.afecreation.fr)



# PROJECTEURS

---

**EN BREF** 4

---

---

**1 | DÉFINITION DE LA PROFESSION** 5

---

---

**2 | ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ** 7

---

---

**3 | MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ** 15

---

---

**4 | ÉLÉMENTS FINANCIERS** 17

---

---

**5 | RÈGLES DE LA PROFESSION** 20

---

---

**6 | CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION** 26

---

1. Dossier réalisé par l'AFE et certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, nous ne pouvons garantir les informations dans le temps et nous déclinons toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles.
2. Le dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise (ex. : les aides à la création d'entreprise ne sont pas traitées). Seules sont analysées les spécificités d'une profession (ex. : les aides pour l'édition de jeux vidéo). Ainsi, pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création (étude de marché, comptes prévisionnels, aides et financements, structure juridique, formalités, etc.), reportez-vous au site Internet de l'AFE : [www.afecreation.fr](http://www.afecreation.fr)

La France compte actuellement près de 32 700 boulangeries et les Français restent très attachés à ce commerce de proximité, gage de qualité et de lien social, notamment en milieu rural. Les habitudes alimentaires et modes de consommation ont pourtant évolué au cours de ces dernières années. La consommation de pain a baissé (120 g par personne en moyenne), mais celui-ci reste un aliment indissociable des repas. Les produits classiques comme la baguette restent les plus prisés, mais les clients sont aussi ouverts à la nouveauté et apprécient de trouver une large variété de pains répondant à leurs goûts, mais aussi aux contraintes alimentaires liées à un régime (pain aux céréales, pain bio, pain sans sel, sans gluten...). Les offres salées/sucrées pour le déjeuner sont aussi un nouvel axe de développement pour ces artisans.

Les boulangers ont ainsi dû réinventer leur métier pour répondre à ces nouvelles attentes. Ils doivent innover tant au niveau de la fabrication qu'au niveau de la commercialisation pour proposer de nouveaux produits ou concepts de vente. Une bonne façon aussi de se distinguer de leurs concurrents (terminaux de cuisson, grandes surfaces...) et de rester ainsi le lieu préféré des Français pour l'achat du pain!

Dans ce secteur, on reprend plus que l'on ne crée et les opportunités sont nombreuses un peu partout en France.

# 1 | DÉFINITION DE LA PROFESSION

La boulangerie artisanale est le commerce de proximité le plus prisé des Français. Deux tiers des ménages s'y rendent trois à quatre fois par semaine en moyenne.

Elle reste le lieu d'achat privilégié pour le pain, garant de la tradition, et représente environ 60 % du marché du pain. Face à la multiplication des concurrents, les boulangers doivent redoubler d'efforts pour diversifier leur offre, garantir la qualité et communiquer sur leurs produits.

Des opportunités sont à saisir partout en France, à des prix abordables. Autant d'affaires à développer en proposant par exemple une gamme de petite restauration, à condition que l'emplacement et la zone de chalandise s'y prêtent.

C'est une affaire souvent rentable; le secteur de la boulangerie-pâtisserie est l'un des plus rémunérateurs pour les chefs d'entreprises artisanales, 45 % d'entre eux gagnent entre 3 000 et 4 500 euros mensuels nets, revenu souvent partagé avec leur épouse.

## CHIFFRES CLÉS

Nombre d'entreprises	Créations annuelles	Investissement de départ
32 747 en 2015 - Insee	Environ 1 300 créations - Insee	150 000 € à 500 000 €

Le nombre d'entreprises est à la hausse depuis six ans (+ 3 % entre 2009 et 2015).

### Évolution du nombre de nouvelles entreprises,

code APE 10.71C, boulangerie et boulangerie-pâtisserie (artisanale)

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1 243	1 268	1 255	1 294	1 291	1 324	1 341

Source : Insee

## ACTIVITÉS

L'activité consiste à fabriquer et vendre au détail des pains, pains spéciaux, viennoiseries, pâtisseries sucrées et offre salée (quiches, pizzas, sandwiches), glaces et produits vendus en l'état (farine, biscottes, thé, confiseries...).

Le boulanger artisanal exécute le pétrissage, le façonnage, la fermentation, et assure la cuisson des pains. La loi 98-405 du 25 mai 1998 détermine que ne peuvent utiliser l'appellation de boulanger et l'enseigne commerciale de boulangerie ou une dénomination susceptible de porter à confusion, (...) les professionnels qui n'assurent pas eux-mêmes, à partir des matières premières choisies, le pétrissage de la pâte, sa fermentation et sa mise en forme ainsi que la cuisson du pain sur le lieu de vente au consommateur ; à aucun stade de la production, les produits ne peuvent être surgelés ou congelés.

Afin d'identifier les professionnels répondant à ces conditions et de les distinguer, notamment des terminaux de cuisson, la profession a créé l'identité visuelle suivante : le logo jaune [enseigne-boulangerie.fr](http://enseigne-boulangerie.fr).



Code APE de la NAF : [10.71 C boulangerie et boulangerie-pâtisserie](#)

6

On distingue trois catégories de boulangeries artisanales :

- les boulangeries artisanales indépendantes,
- les boulangeries artisanales sous enseigne, en franchise,
- les boulangeries artisanales associées à la marque d'un moulin sans être sous franchise.

## APTITUDES

Être résistant : travail et manipulations en position debout dans une atmosphère chaude. Les journées commencent tôt le matin pour préparer les premières fournées.

Les nouvelles pratiques de panification du pain (pétrissage, pousse contrôlée et réfrigération...) permettent néanmoins des aménagements du temps de travail.

La charge de travail pour le patron artisan est d'environ 70 heures par semaine. Les pics d'affluence ont lieu avant l'heure des repas et le week-end.

Le boulanger est aussi un chef d'entreprise et, à ce titre, il assure des tâches de management et de gestion. Il s'occupe de traçabilité, d'hygiène, de droit du travail, de marketing...

### LE MARCHÉ

#### Les boulangeries

Fin 2015, l'Insee recensait près de 32 747 entreprises.

Pendant de nombreuses années, on a assisté à la diminution du nombre des boulangeries traditionnelles (à cause de l'exode rural, de la concurrence des grandes et moyennes surfaces, des terminaux de cuisson et des chaînes de boulangeries).

Mais selon les chiffres fournis par l'ISM, Institut supérieur des métiers (défaillances d'entreprises – Banque de France et créations d'entreprises – Insee), en 2016, le solde net entre les créations (1 341) et les défaillances (1 037) d'entreprises, montre un résultat positif de 304.

Les principaux circuits de distribution du pain sont :

- boulangeries artisanales : 62 %
- terminaux de cuisson : 12 %
- hypermarchés : 18 %
- supermarchés : 8 %

Source : Fédération des entreprises de boulangerie, 09/2016

Le nombre d'emplois a progressé de 1,9 % entre 2015 et 2016, passant de 123 334 à 125 654. Source : CNBPF, 05/2017

La boulangerie-pâtisserie génère un chiffre d'affaires annuel d'environ 12,6 milliards d'euros TTC (Xerfi Canal). L'augmentation du chiffre d'affaires du secteur s'explique notamment par l'augmentation du nombre d'habitants et par l'évolution de la qualité du pain qui est vendu plus cher. C'est notamment le cas avec la baguette tradition lancée il y a une dizaine d'années par les artisans pour se démarquer de la concurrence industrielle. Les formules déjeuners, de plus en plus souvent proposées par les boulangers, leur permettent aussi de vendre plus de pâtisseries.

On compte 4,9 boulangeries pour 10 000 habitants : c'est le commerce de proximité par excellence pour les Français. Une densité inégalée!

Mais ce sont aussi des commerces fragiles. Selon le dernier baromètre publié par la société Altares, un tiers des sociétés placées en liquidation ou redressement judiciaires au premier trimestre 2017 sont des boulangeries-pâtisseries. Ce chiffre est au plus haut depuis 2013. Selon les experts, ces chiffres s'expliquent notamment par la fragilité financière des petites boulangeries.

Les boulangeries implantées en milieu rural sont les plus vulnérables. Elles jouent pourtant un rôle très important dans la dynamique d'un village. Elles doivent bien souvent diversifier leurs activités pour se maintenir et se développer.

Certaines continuent par exemple à faire du portage, bien que les tournées ne soient pas toujours très rentables, ou effectuent le dépôt de pain chez d'autres commerçants. D'autres approvisionnent les cantines des établissements voisins comme les écoles, les maisons de retraite, les entreprises, etc.

Autres initiatives repérées :

- "[Des dépôts de pain en ligne pour redynamiser les campagnes](#)", *Le Figaro*, 2016
- "[En Lozère, la renaissance et le succès d'une boulangerie de village](#)", *Reporterre.net*, 2017
- "[Richebourg : la boulangerie ressuscite le village](#)", *Le Parisien*, 2017

### La consommation

On est loin de l'époque où le pain était un élément principal dans l'alimentation. Selon l'Association nationale de la meunerie française, la consommation de pain est actuellement de 120 g par jour et par personne adulte. Mais depuis quelques années, le pain est redevenu un aliment phare, vanté pour ses qualités nutritionnelles et associé au savoir-faire de l'artisan. [Le programme national nutrition santé](#) le recommande même pour ses glucides complexes, qui permettent de retarder la sensation de faim, pour lutter contre l'obésité. Dans 100 g de pain, on trouve des glucides (55 g), des fibres (5 g pour du pain blanc, 7 g pour du pain complet), des protéines végétales, des vitamines fondamentales dans la prévention du vieillissement et de la dégénérescence des tissus (B, PP, E), des lipides en faible quantité (entre 0,8 et 1,2 g) et des minéraux (phosphore, magnésium, potassium, oligoéléments comme le fer et le zinc).

La nouvelle campagne médiatique lancée à l'occasion de la fête du pain 2017 intitulée "Bougez avec le pain" vise d'ailleurs à faire bouger les idées reçues et montrer notamment que le pain est un allié nutritionnel de l'effort.

Selon l'étude réalisée en 2016 par l'institut QualiQuanti, le pain est toujours un élément incontournable de l'alimentation pour 89 % des Français et quel que soit leur âge. C'est le mode de consommation et d'approvisionnement qui diffère selon l'âge. Pour les foyers avec enfants, la consommation est importante. Les jeunes adultes donnent la priorité à la nouveauté, l'originalité, et les seniors apprécient la qualité artisanale.

### Répartition des quantités consommées par tranche d'âge et par repas

- **Enfants** : 25 % au petit déjeuner, 34 % au déjeuner, 11 % au goûter, 29 % au dîner
- **Adolescents** : 20 % au petit déjeuner, 38 % au déjeuner, 7 % au goûter, 32 % au dîner
- **Adultes** : 29 % au petit déjeuner, 34 % au déjeuner, 2 % au goûter, 33 % au dîner

Source : *Observatoire du pain*

La qualité du pain est le critère le plus important pris en compte par les consommateurs lorsqu'ils choisissent leur lieu d'achat. Les Français n'hésitent pas à payer plus cher un meilleur produit. Le deuxième critère de sélection est la praticité du lieu d'achat (proximité avec le domicile ou le travail, horaires d'ouverture...).

Le choix, la diversité et la nouveauté sont également des critères de sélection importants.

Les Français sont également sensibles au respect des règles d'hygiène et à l'accueil reçu en magasin.

## 2 | ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Quelques chiffres :

**Douze millions de Français** rentrent dans une boulangerie chaque jour.

Près de **6 milliards de baguettes** sont vendues chaque année. La baguette classique ou de tradition reste la favorite. Mais les produits proposés sont de plus en plus diversifiés pour s'adapter aux nouvelles habitudes alimentaires de la clientèle.

40 % des Français affirment consommer de 5 à 10 types de pains différents régulièrement (Institut QualiQuanti).

Le panier moyen chez le boulanger s'établit entre 2 € et 2,80 €, selon la CNBPF.

Le goûter et le petit déjeuner sont aussi des moments privilégiés pour les boulangers.

Une récente étude de NPD Group (2017) montre que le goûter reste un moment privilégié en France et concentre plus de 40 % des visites dans des établissements de restauration l'après-midi entre 16 h et 17 h. Les boulangeries sont les grandes gagnantes de ce moment clé qui représente 20 % du total de leurs visites sur la journée. Ainsi, elles doublent leur part de marché en visites pour le goûter – une visite sur quatre se fait en boulangeries entre 16 h et 17 h contre une visite sur huit sur la journée entière. Les Français sont plus portés sur le sucré et ont tendance à consommer presque trois fois plus de pâtisseries ou viennoiseries au goûter que leurs voisins d'outre-Manche. Mais la consommation de produits salés se développe également depuis quelques années.

Même constat pour les petits déjeuners qui se prennent de plus en plus à l'extérieur.

Selon une [étude NPD Group](#) qui portait sur les habitudes alimentaires des Européens pour le premier repas de la journée, les Français seraient de plus en plus nombreux à prendre leur petit déjeuner à l'extérieur. Il reste définitivement sucré et le duo classique expresso/viennoiserie est le plus consommé.

9

### ÉVOLUTION DU SECTEUR

#### Activité

Selon la FCGA, le secteur enregistre un léger recul des ventes depuis 2014. Cette dégradation se constate notamment dans les boulangeries-pâtisseries réalisant moins de 138 k€ de ventes annuelles.

2012	2013	2014	2015	2016
0,2 %	0,1 %	+ 1,6 %	- 1,2 %	- 0,5 %

Le secteur est actuellement fortement touché par l'augmentation du prix du beurre, matière première essentielle entrant dans la composition des viennoiseries notamment.

### Évolution du métier

Au cours des dernières années, les boulangers ont dû s'adapter à de nouvelles normes d'hygiène et de traçabilité et faire face à la concurrence de la grande distribution et aux terminaux de cuisson de boulangerie. Les habitudes alimentaires des Français ont également évolué, notamment pour les repas du midi, et beaucoup de boulangers ont diversifié leur offre salée/sucrée pour répondre à cette nouvelle demande. Les ventes de sandwiches ne cessent d'augmenter ! Il s'en est vendu 2,35 milliards en 2016 tous circuits confondus (Gira Conseil).

À lire : "[L'offre salée du déjeuner booste l'activité des boulangeries](#)", *Le Monde des boulangers et des pâtisseries*, 02/2017.

Les consommateurs veulent aussi davantage de nouveautés et de variétés, et les boulangers doivent désormais proposer plus de choix : pains spéciaux, comme le pain sans gluten, pains régionaux, pain bio...

Les consommateurs sont enfin plus sensibles à la présentation des produits, et les boulangers doivent être plus attentifs à l'agencement et au décor de leur magasin.

La notoriété des boulangers passe aussi désormais par les réseaux sociaux et un site Internet.

Autres tendances repérées :

- [Farinez-vous](#), une boulangerie artisanale et solidaire qui propose des pains bio.
- [French co Stick](#), l'autre façon d'acheter du pain – La livraison de pain entre voisins.
- [Rapidle](#), une application "click and collect" qui permet de commander en boulangerie sur Internet et de retirer ensuite ses produits en point de vente sans faire la queue.
- [La Miecyclette](#), une boulangerie bio qui livre le pain à vélo.
- Le site [mon-pain.fr](#) est une plateforme de réservation pour le pain. C'est aussi une vitrine pour les boulangers.
- Certains boulangers n'hésitent pas non plus à ouvrir les portes de leur atelier pour mieux faire découvrir leur métier et leurs produits.
- **La distribution automatique** de pains se développe dans les zones très fréquentées (gare, zone commerciale...), en ville ou dans les zones rurales. En ville, devant la boutique, le distributeur permet de vendre en dehors des heures d'ouverture. À la campagne, c'est une façon de répondre à l'absence de commerces dans les villages.
- Les services **drive-in** arrivent également dans les boulangeries pour servir les clients plus rapidement.

Pour en savoir plus sur les nouvelles tendances :

Les salons professionnels : [Europain](#), [Sirha](#).

Les revues professionnelles : [Les Nouvelles de la Boulangerie-Pâtisserie...](#)

[La Convention internationale de la boulangerie moderne à Paris](#) permet de s'informer sur les nouvelles tendances du secteur.

"[Les boulangeries entre innovation et adaptation face à une concurrence grandissante](#)", So Local.

À lire aussi :

## 2 | ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Supplément technique INBP édité par *Les Nouvelles de la Boulangerie-Pâtisserie*, juillet 2017, [Notions de base du marketing](#) (le marché et ses acteurs, la construction et la valorisation des offres de produits, le développement des ventes).

### Les principales caractéristiques de la boulangerie artisanale

Points forts	Points faibles
<ul style="list-style-type: none"><li>• La baguette symbolise le patrimoine culinaire français, les Français restent parmi les plus gros consommateurs de pain, même si les jeunes générations mangent moins de pain que leurs aînés.</li><li>• La boulangerie, c'est le principal commerce de proximité, on y trouve de plus en plus de produits de petite restauration.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le recrutement pose problème à cause de la pénurie de main-d'œuvre qualifiée, malgré une légère récente amélioration.</li><li>• Le rachat d'une entreprise est coûteux et peut dissuader les meilleures volontés.</li></ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>• Un commerce moderne, des outils de gestion, une organisation rationnelle.</li><li>• Une marque ou une spécialité reconnue.</li><li>• Une petite restauration de midi.</li><li>• L'achat progressif de plusieurs boulangeries est une stratégie pour certains.</li><li>• L'accueil personnalisé grâce à une écoute des attentes du client.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Une concurrence toujours forte de la part d'autres commerces, avec l'apparition de nouveaux concepts lancés notamment par la boulangerie industrielle qui rendent le marché plus confus pour le consommateur.</li><li>• Un défi : un matériel qui permet une meilleure productivité, tout en maintenant la qualité gustative du pain.</li></ul>

11

## CONCURRENCE

De nombreux circuits de distribution vendent du pain et des produits associés :

- les points de vente avec terminal de cuisson, alimentés en pâtons congelés, regroupés dans des chaînes, le plus souvent ;
- les terminaux de cuisson et les "ateliers pain" des supermarchés et hypermarchés ;
- les croissanteries des centres-villes, les "fast-foods" et autres types de restauration rapide.

### PROFIL DU CRÉATEUR

#### Création d'entreprise

Professionnalisme, qualités commerciales, choix judicieux de l'emplacement sont les principaux impératifs pour réussir. Le boulanger traditionnel est un amoureux du pain qui tient à élaborer des recettes personnelles, c'est sa vocation (contrairement aux adeptes du terminal de cuisson).

Positionnement : le boulanger peut vendre exclusivement du pain, ou opter pour la boulangerie-pâtisserie (ce qui nécessite l'embauche d'une personne qualifiée et l'emploi de matières premières plus coûteuses).

Il peut s'installer en ville ou à la campagne, opter pour une spécialisation (boulangerie bio, cuisson au four à bois...).

**Où s'implanter ?** Connaître la densité des boulangeries par département. Se renseigner auprès des organismes professionnels.

**Le budget d'investissement est lourd :** entre le local et le matériel, compter entre 150 000 € et 500 000 € selon la superficie et l'emplacement. Les travaux d'aménagement coûtent cher. Pour le créateur, le choix à faire porte sur le type de fabrication, manuelle ou mécanisée. Les salons professionnels permettent de faire un choix.

**Avec quels partenaires ?** Le boulanger peut agir seul ou rejoindre une enseigne, établir des partenariats avec les meuniers. De nombreux jeunes qui s'installent se font prêter de l'argent par des minotiers et, en échange, s'engagent à acheter la farine chez ces derniers ; beaucoup également utilisent des farines ou des mix (préparations toutes faites pour pains spéciaux) proposés par les meuniers.

12

#### Reprise d'entreprise

On rachète plus qu'on ne crée une boulangerie. Cette solution, largement majoritaire dans la profession, n'est pas plus chère que la création, le prix moyen d'un fonds est en moyenne de 191 000 € en 2015 (Baromètre Bodacc/Altarex 2016).

La reprise permet de bénéficier d'une clientèle déjà établie qu'il s'agira de fidéliser, tout comme les nouveaux clients, avec de bons produits et un accueil chaleureux. L'artisan doit être à l'écoute de son environnement, échanger et partager pour réussir.

Comme pour tous les commerces, d'autres éléments sont à prendre en compte tels que l'emplacement, l'état du matériel de fabrication ou les activités développées.

Les représentants, les grossistes, les organisations professionnelles, les meuniers, les notaires et les experts-comptables connaissent les opportunités de cession. [Des bourses d'opportunités régionales](#) en ligne, gérées par les chambres de commerce et d'industrie et les chambres de métiers et de l'artisanat, permettent également de consulter des annonces de commerces à reprendre.

Consulter aussi les sites d'annonces :

[Les Nouvelles de la Boulangerie - Fonds de commerce](#)

[Boulangerie-pâtisserie-salon-de-thé](#)

[Le site d'annonces des Grands Moulins de Paris](#)

Pour en savoir plus sur la méthodologie à suivre pour reprendre une entreprise, consulter le [site de l'AFE](#).

### Conseils sur les pratiques et usages lors de la cession d'un fonds de commerce :

- vérifier la destination du bail,
- vérifier que la mairie ne préempte pas,
- contrôler le règlement de copropriété,
- bien mesurer le CA précédant immédiatement la vente,
- vérifier les jours de fermeture, les congés.

**Attention :** la mise en état des locaux (hygiène, sécurité) peut nécessiter de gros travaux. Il est conseillé que le vendeur et l'acheteur soient assistés chacun par un conseil ([Soverial](#) en région parisienne, l'application [Mavimplant](#)).

### Quelques conseils pour une étude de marché locale ou régionale

La mairie, les organismes consulaires (CCI et Chambre de métiers et de l'artisanat), les données Odil de l'Insee ([creation-entreprise.insee.fr](#)) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.

[Le site du ministère des Finances](#) permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune. La consommation des ménages est analysée par l'Insee et grâce aux IDC, indices de disparité des dépenses de consommation. Et par [www.monemplacementcommercial.fr](#).

Autres sources d'information : les antennes départementales des fédérations professionnelles et la FCGA qui présente aussi ses ratios par région (voir rubrique 4). Sans oublier la nouvelle base de données publiques : [www.data.gouv.fr](#).

Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le pôle Prisme de la [Bibliothèque nationale de France](#) (site François Mitterrand) permet l'accès à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers.

## PRINCIPALES ENTREPRISES

### Partenariats d'enseigne

Les partenariats d'enseigne unissent un artisan à un meunier. En contrepartie d'un soutien commercial, financier et technique, le boulanger s'engage à vendre une gamme de pains fabriqués avec les farines du meunier. L'exemple le plus notoire est celui du [pain Banette](#), en partenariat avec le groupe Banette SA. Créée en 1981, elle est devenue une des marques les plus connues des Français, et fédère 3 000 artisans boulangers. Elle est conçue avec une farine de froment spécifique ; des contrôles de qualité sont réalisés chez les boulangers ; une gamme de services est proposée par le meunier, comme l'agencement du magasin, l'animation produit.

Autres partenariats :

- [Campaillette](#) et Copaline sous l'égide de [Grands Moulins de Paris/Nutrixo](#). 1 500 boulangers Campaillette et 300 boulangers Copaline. Les Grands Moulins de Paris proposent un accompagnement complet technique et financier.
- [Festival des pains](#) : près de 2 000 artisans en France et 27 meuniers indépendants.
- [La marque Baguépi](#), par les Moulins Soufflet. Baguépi est aussi un concept global : démarche qualité au niveau des produits, animations en magasin, communication sur les baguettes Baguépi avec la mise en valeur des qualités nutritionnelles.

Pour en savoir plus : [Association nationale de la meunerie française](#), 66 rue La Boétie, 75008 Paris, tél. : 01 43 59 45 80.

[MPME](#), Moyenne et petite meunerie française. Sous cette dénomination sont regroupés tous les adhérents du syndicat des petites et moyennes entreprises de meunerie.

6234 route de Lyon, La Caborne, 69440 Saint-Maurice-sur-Dargoire, tél. : 09 79 01 50 24

### Groupes - Franchises

14

Quelques grandes enseignes se sont développées sur le marché.

Le premier groupe de boulangerie française est Paul, groupe familial (Holder) qui continue son expansion et ouvre des magasins en France et à l'étranger...

Mais c'est un terminal de cuisson!

Le Moulin de Paiou, le Grenier à Pain et Marie Blachère se sont lancés sur le marché du pain artisanal. Il n'est pas nécessaire pourtant d'être artisan boulanger soi-même, les franchiseurs recrutent volontiers des commerçants-gestionnaires qui embaucheront au moins un titulaire du CAP professionnel pour être en conformité avec la loi.

En savoir plus : [www.dynamique-mag.com](http://www.dynamique-mag.com)

### RESSOURCES HUMAINES

La gestion d'une boulangerie se fait souvent en couple : la femme reçoit les clients, assure la comptabilité, tient le magasin, et son conjoint assure la fabrication du pain, aidé le plus souvent par un ouvrier et par un apprenti. À l'écoute de la clientèle, elle répercute les attentes de celle-ci pour faire évoluer l'offre de produits, au besoin.

La taille des effectifs a tendance à augmenter et il faut savoir gérer une équipe et trouver des apprentis.

[Grille des salaires au 1<sup>er</sup> janvier 2017](#)

#### Convention collective

Convention collective de la boulangerie-pâtisserie artisanale (Code IDCC 0843), brochure no 3117, disponible au Journal officiel ou consultable gratuitement sur [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr). Il existe aussi la brochure distribuée par les fédérations départementales membres de la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française.

#### Recrutement

Le recrutement se fait surtout grâce au "bouche-à-oreille" dans les régions.

Il existe le groupement professionnel des boulangers-pâtisseries dans chaque département, qui renseigne sur les opportunités d'emplois locaux : [www.boulangerie.org](http://www.boulangerie.org).

Vous trouverez aussi des petites annonces sur le journal [Les Nouvelles de la Boulangerie-Pâtisserie](#).

Autres sources d'information :

- Le site [www.devenir-boulangier.com](http://www.devenir-boulangier.com)
- Les CFA, centres de formation des apprentis
- Pôle emploi métiers de bouche : [www.pole-emploi.fr](http://www.pole-emploi.fr)

Consulter le [Supplément technique INBP Management "Spécial recrutement"](#), Les Nouvelles de la Boulangerie-Pâtisserie, 12/2016, qui aborde les étapes clés du processus de recrutement.

### LOCAUX

**Surface :** une boulangerie de proximité type a une surface de vente de 40 mètres carrés et reçoit près de 330 clients par jour en moyenne. Il faut souvent compter plus de 100 mètres carrés pour la surface de travail du laboratoire, le fournil, afin d'exécuter les différentes phases de préparation du pain.

**Travaux :** prévoir des frais d'agencement et de mise aux normes, le cas échéant. Une boutique rénovée disposant d'une ouverture sur le fournil, par exemple, voit ses ventes de pain et de pâtisserie progresser de 10 à 20 % sur deux ans.

Il faut également penser à rénover régulièrement son commerce. Il sera plus facile à revendre, surtout en milieu rural.

["L'art et la manière d'être en règle..."](#), *Le Monde des boulangers et des pâtisseries*, 11/2016

Le logiciel [Mavimplant](#) aide à la création ou au réaménagement d'un fournil ou d'un laboratoire.

## 3 | MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

### FONDS DE COMMERCE

Pour une boulangerie-pâtisserie, le fonds de commerce s'évalue de 70 % à 120 % du CA HT (Baromètre Bodacc/Altaires, 03/2016). Il faut également prendre en compte le résultat.

Mais la valeur est très dépendante de l'état du matériel de fabrication, de l'emplacement, des activités annexes développées...

### ÉQUIPEMENTS - IMMOBILISATIONS - INVESTISSEMENTS DE DÉPART

#### Matériel traditionnel pour la fabrication du pain

Silo à farine, refroidisseur d'eau, pétrin, diviseuse, chambre à balancelle, façonneuse, chambre de fermentation, congélateur, four et petit matériel.

Pour le laboratoire de pâtisserie, il faut prévoir : une tour réfrigérée, un batteur mélangeur, un laminoir, une armoire pâtissière, une armoire de congélation, un four pâtissier et du petit matériel.

### MATIÈRES PREMIÈRES - ÉQUIPEMENTS

16

Eau, farine, sel, levure...

La farine s'achète auprès des minotiers, des grossistes, groupements d'achats ou coopératives. Il existe environ 416 unités de production, certains professionnels privilégient les meuniers locaux.

Il faut se renseigner auprès des fédérations régionales et départementales de la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie. Il existe notamment un cahier des charges qui donne l'assurance que les produits répondent à des normes qualitatives et réglementaires. [www.boulangerie.org](http://www.boulangerie.org)

Pour les équipements, se renseigner auprès d'*Ekip*, une association professionnelle qui fédère les constructeurs équipementiers français et les filiales de constructeurs européens ayant une activité significative en France d'équipements pour la boulangerie, pâtisserie, glacerie, confiserie, chocolaterie, restauration boulangère et traiteur.

Les salons *Europain/Intersuc*, *Sirha* et les salons régionaux sont aussi de bonnes occasions de rencontrer des fournisseurs.

### INNOVATION

Ce sont les innovations dans le domaine de la boulangerie qui permettent d'accroître la productivité, d'économiser l'énergie, de rendre moins pénibles certaines tâches ou d'en raccourcir la durée, de s'adapter à de nouveaux produits, de concilier tradition et modernité!

Pour en savoir plus sur les innovations : [salon Europain](#), [salon Sirha](#), le [Pôle d'Innovation de l'INBP](#) et les journaux professionnels.

### CHIFFRE D'AFFAIRES - FACTURATION

Le chiffre d'affaires par famille de produits s'établit ainsi : 54 % pour la boulangerie, 22 % pour la pâtisserie, 16 à 18 % pour la viennoiserie et le reste, et 6 % à 8 % pour divers produits de confiserie.

Le boulanger tient au jour le jour un cahier avec les fabrications quotidiennes réalisées.

Il existe des logiciels de gestion adaptés au secteur de la boulangerie, des caisses enregistreuses qui permettent rapidement de visualiser le chiffre d'affaires, de visualiser les ventes et d'adapter sa production. Se renseigner dans les salons professionnels pour connaître toutes les solutions.

### PRIX DE REVIENT - MARGE - RÉSULTAT

Répartition des principaux éléments du coût de revient d'une baguette tradition :

- 22 % : matières premières
- 48 % : salaires, charges comprises
- 5 % : énergie
- 6 % : taxes
- 6 % : loyer et charges
- 5 % : investissement
- 8 % : revenu

Le prix de vente d'un produit doit intégrer toutes les charges supportées pour fabriquer, stocker et commercialiser le produit. L'INBP a édité [un logiciel](#) qui calcule le prix de revient des produits fabriqués.

#### Principales charges

- Matières premières (sel, farine, levure, eau) : 25 % à 29 % du prix de vente HT.
- Autres achats non stockés (gaz, électricité...) et charges externes (loyers, impôts, énergie, emballages...) : 15 à 20 % du PVHT du produit fini.
- Charges de personnel : 30 à 36 % du PVHT du produit fini.

Source : [Gestion d'une boulangerie pâtisserie – Coût de revient, prix et rentabilité](#), INBP (2015)

**Évolution des charges :** le prix des matières premières comme, par exemple, celui du beurre, ne cesse d'augmenter depuis plusieurs mois, en raison d'une production de lait insuffisante. La boulangerie reste néanmoins un des métiers les plus rentables des commerces de détail alimentaires.

Le CA moyen est de 255 000 € pour une entreprise individuelle (source FCGA ci-dessous).

### Ratios 2015 communiqués en novembre 2016 - Boulangerie-pâtisserie Fédération des centres de gestion agréés

CA HT	Marge brute % CA	Valeur Ajoutée % CA	Charges de personnel % CA	Résultat courant % CA	Crédit clients en jours	Crédit fournisseurs en jours	Rotation stocks en jours
255261 €	71,2 %	52,7 %	28,3 %	19,3 %	4	48	21

### Autres résultats - FCGA

CA/personnes	62 664 €
Résultat courant	33 380 €
Effectif moyen (exploitant inclus)	4,1 personnes
BFR	15 jours de CA

La trésorerie est bonne, généralement, grâce au paiement comptant des clients.

## FINANCEMENT - AIDES SPÉCIFIQUES

Pour une personne qui souhaite s'installer, les banques demandent environ 30 % du montant de l'investissement pour une création et 20 % pour une reprise.

### Aides spécifiques

Différentes aides publiques, comme les [aides nationales en milieu rural](#) et les [aides au commerce de proximité en milieu rural](#), ont été mises en place pour favoriser le maintien du commerce en milieu rural. Ne pas hésiter à se renseigner avant d'ouvrir une boulangerie en milieu rural.

### Cautions

Il existe des sociétés de caution comme la Siagi, la Socama...

- [Siagi](#), société de caution mutuelle pour les commerçants
- [Socama](#), Banques Populaires

Particularité du secteur, en cas d'emprunt, les meuniers peuvent aussi se porter caution ; en contrepartie, le boulanger signe un contrat pour son approvisionnement en farines. D'une manière générale, les minoteries développent un partenariat actif avec les boulangers : soutien logistique, aménagement des magasins, approvisionnement de farine. Formules "épargne et financement" développées par les minotiers.

[Bpifrance](#) finance les entreprises à chaque étape de leur développement, en crédit, en garantie et en fonds propres.

Pensez aussi au financement participatif!

### Le financement participatif

Le financement participatif, très en vogue actuellement, peut constituer une aide décisive pour les porteurs de projet. Au-delà des fonds récoltés, les avantages peuvent être considérables en termes de :

- communication : bénéficiant souvent d'un bon référencement Web, les plateformes de *crowdfunding* peuvent générer un "effet bouche-à-oreille" chez les internautes;
- connaissance des clients : le projet peut être affiné grâce à leurs commentaires et ainsi rendre l'étude de marché plus pertinente.

Exemples de plateformes de financement participatif :

- [KissKissBankBank](#), plateforme généraliste leader en Europe
- [Ulule](#), plateforme généraliste qui se revendique également n°1 en Europe
- [Bulb in Town](#), site de crowdfunding de proximité

À lire sur le site de l'AFE, l'interview de Stéphane Vromman : "[Réussir sa campagne de crowdfunding](#)", février 2015.

### CONDITIONS D'INSTALLATION

#### Qualification pour les artisans

La loi 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement du commerce et de l'artisanat et son décret d'application 98-246 du 2 avril 1998 déterminent des niveaux de qualification minimum pour l'exercice de l'activité.

Le boulanger doit être titulaire d'un Cap ou d'un Bep ou d'un diplôme ou d'un titre homologué de niveau égal ou supérieur délivré pour l'exercice de son métier. À défaut, il doit justifier d'une expérience professionnelle de trois années effectives acquise en qualité de travailleur indépendant ou de salarié dans l'exercice du métier.

D'une façon générale, pour tout savoir sur les formalités et la réglementation pour s'installer, retrouvez la [fiche de synthèse](#) conçue par l'AFE.

### RÈGLES ET USAGES DE L'ACTIVITÉ

20

#### Réglementations sur le commerce en général

Ces réglementations sont nombreuses. Elles concernent principalement :

- les conditions pour être commerçant, pour exercer en France,
- la sécurité,
- les règlements sanitaires, d'hygiène,
- les conditions d'ouverture et de fermeture hebdomadaire,
- l'affichage des prix et autres informations obligatoires de l'étiquetage,
- la concurrence loyale, les reventes à perte, la publicité mensongère, les pratiques déloyales et discriminatoires, le refus de vente au consommateur,
- la qualité des produits vendus,
- les contrats avec les fournisseurs,
- les obligations comptables,
- la sécurité des moyens de paiement, les chèques impayés, les délais de paiement,
- les règles d'urbanisme commercial, etc.

Informations sur les règles de la consommation :

- [DGCCRF](#), Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
- [Les Direccte](#), Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi
- [Les Chambres de métiers et de l'artisanat](#)
- [Les CCI](#), chambres de commerce et d'industrie
- [La CNBF](#), Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française

### Réglementations sur le commerce de pains

#### Les prix et l'information vis-à-vis du consommateur

En 1986, la liberté du prix du pain a été adoptée (ordonnance 86-1243 du 1er décembre 1986). Il faut respecter les règles de publicité relatives au prix des produits vendus, l'affichage en boulangerie des différents prix du pain (arrêtés ministériels du 9 août 1978, du 3 novembre 1978 et du 10 mars 1981). Pâtisserie : la mention "décongelé" doit être portée sur les pâtisseries décongelées vendues, non préemballées dans le magasin (décret 91-187 du 19 février 1991).

#### Règles sanitaires et d'hygiène

[Le Paquet hygiène](#), constitué de plusieurs règlements européens, relatif à l'hygiène des aliments et remis directement au consommateur, impose le respect de règles d'hygiène relatives :

- aux locaux : entretien, aménagement et disposition,
- aux équipements,
- à l'alimentation en eau,
- au personnel : matériel mis à disposition pour assurer l'hygiène corporelle et vestimentaire du personnel,
- aux denrées alimentaires,
- aux déchets.

La Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française a élaboré [un document unique en ligne](#) pour aider les boulangers-pâtisseries dans l'évaluation des risques professionnels spécifiques à leur secteur.

Les professionnels du secteur sont invités à se procurer [le "Guide des bonnes pratiques d'hygiène"](#) élaboré par les organisations professionnelles concernées.

Consulter également [les documents](#) publiés par la CGAD (Confédération générale de l'alimentation en détail).

Tout artisan boulanger est également invité à se procurer, auprès de la [préfecture du lieu d'implantation](#), le règlement sanitaire départemental.

Les boulangeries sont l'objet de contrôles sanitaires effectués par la Direccte.

D'autres mesures ont trait aux rongeurs, au renouvellement de l'air dans le magasin, au type de grilles, etc.

Prévenir les réactions allergiques et respiratoires en adoptant de bonnes pratiques de travail. Veiller à assurer une bonne extraction et l'apport en air neuf, éviter les courants d'air, regrouper les opérations générant des poussières sur une même zone, ne pas secouer les vêtements, mais les laver par voie humide, etc. Le pôle innovation de l'INBP a mis en ligne sur son site [une fiche technique](#) expliquant les mesures de prévention.

### Sécurité

[Les normes de sécurité Erp](#) sont précisées sur le site de l'AFE.

Pour la boulangerie, tous les appareils des entreprises comprenant des salariés sont censés être aux normes européennes sur le plan de la sécurité.

Par ailleurs, les installations techniques doivent respecter les règles concernant la tranquillité du voisinage. En effet, les systèmes de ventilation, de climatisation, d'extraction frigorifique doivent être correctement isolés, conformément au décret no 95-408 du 18 avril 1995 relatif à la lutte contre les bruits du voisinage.

Des documents récapitulent tous les risques du secteur : déchets, eaux usées, sécurité, énergie.  
[www.artisanat.fr](http://www.artisanat.fr)

[Le Pôle d'Innovation de l'INBP](#) répond à toutes les questions d'ordre réglementaire concernant l'aménagement des locaux de fabrication.

### Assurances

La responsabilité civile et pénale est engagée, et en cas de préjudices (intoxication alimentaire) causés au client, la preuve de ceux-ci est à la charge du plaignant. Il faut donc contracter une assurance responsabilité civile.

Il est également conseillé de contracter une assurance "perte d'exploitation" pour compenser le manque à gagner, dans le cas où l'entreprise devrait interrompre provisoirement son activité.

22

### Développement durable : écologie

Plusieurs [suppléments techniques de l'INBP](#) édités par Les Nouvelles de la Boulangerie-Pâtisserie. "[Un guide des bonnes pratiques environnementales en boulangerie-pâtisserie](#)", 2011.

Ce guide propose les bons réflexes à adopter afin de mettre en place une démarche de développement durable.

## STATUT

Le boulanger est avant tout un artisan inscrit au répertoire des métiers. Il effectue également des actes de commerce et à ce titre, il doit s'inscrire à la Chambre de commerce. Une double inscription s'impose donc auprès de la Chambre des métiers et de l'artisanat et auprès de la Chambre de commerce et d'industrie.

## ORGANISMES SOCIAUX

Selon la structure juridique choisie, les boulangers dépendent du régime général des salariés ou du RSI. Le boulanger en entreprise individuelle, ou gérant majoritaire d'Eurl ou de Sarl est affilié au régime social des indépendants (RSI). Cet organisme collecte l'ensemble de ses cotisations sociales et délègue le versement des prestations à des organismes conventionnés.

## 5 | RÈGLES DE LA PROFESSION

En cas de création d'une Sas (ou Sasu) ou si le boulanger est gérant minoritaire ou égalitaire dans une Sarl, il est affilié au régime général des salariés. Le versement de ses cotisations se fait auprès de l'Urssaf et de l'Agirc/Arrco. Ses prestations maladie sont versées par la CPAM et ses prestations en matière de retraite par la Carsat, l'Agirc et l'Arrco.

À noter qu'à compter du 1er janvier 2018, le RSI sera supprimé et la gestion de la protection sociale des indépendants sera confiée au régime général. Progressivement, sur une période de deux ans, les différentes missions du RSI seront reprises en gestion par les caisses du régime général.

### Rappel

Le cadre du dossier "Projecteurs" ne permet pas de développer les aspects juridiques, fiscaux et sociaux (sans parler de l'étude de marché, des aides, etc.) de la création d'une entreprise! Retrouvez tous les aspects de la méthodologie sur le [site de l'AFE](#) et dans ses publications.

## STRUCTURE JURIDIQUE

23

En 2016, les nouveaux chefs d'entreprises ont choisi comme structure juridique		
Sociétés unipersonnelles (Eurl - Sasu)	Sociétés pluripersonnelles (Sas-Sarl...)	Entreprises individuelles
360	741	240

Source : Insee

On constate une augmentation des entreprises créées sous forme sociétale dans le secteur de la boulangerie.

## RÉGIME FISCAL

### TVA

Les **boulangeries** et **pâtisseries** doivent appliquer des **taux de TVA** différents selon la nature des produits vendus et le lieu de consommation.

### TVA sur le pain

5,5 % sur les produits de panification : baguette, pains spéciaux, pain de tradition, pain de mie. Si le pain est consommé sur place dans un espace dédié, le taux de TVA à facturer est de 10 %.

### **TVA sur les viennoiseries**

5,5 %. En cas de consommation sur place, le taux de TVA à appliquer est de 10 %.

### **TVA sur les pâtisseries**

10 % pour une consommation sur place dans un espace dédié ou 5,5 % dans le cas contraire.

### **TVA sur les produits salés**

10 %, quel que soit le lieu de consommation.

## **DÉMARCHE QUALITÉ**

### **Appellations des produits traditionnels français**

Ces appellations ont pour objet de permettre aux entreprises qui fabriquent elles-mêmes leur pain de se démarquer des terminaux de cuisson et des établissements qui utilisent des pré-mélanges prêts à l'emploi, et donc de faire reconnaître le bon pain fabriqué avec des méthodes artisanales.

Références, décret pain 93-1074 du 13 septembre 1993 :

- pain maison, entièrement fabriqué sur le lieu de commercialisation,
- pain de tradition française, sans surgélation ni additifs,
- pain au levain.

### **Appellation boulangerie**

La loi 98-405 du 25 mai 1998, transcrite aujourd'hui aux [articles L122-17 et L122-18 du Code de la consommation](#), précise que :

*L122-17 : "Les professionnels qui n'assurent pas eux-mêmes, à partir de matières premières choisies, le pétrissage de la pâte, sa fermentation et sa mise en forme ainsi que la cuisson du pain sur le lieu de vente au consommateur final ne peuvent utiliser l'appellation de "boulangier" et l'enseigne commerciale de "boulangerie" ou une dénomination susceptible de porter à confusion, sur le lieu de vente du pain au consommateur final ou dans des publicités à l'exclusion des documents commerciaux à usage strictement professionnel.*

*La pâte et les pains ne peuvent à aucun stade de la production ou de la vente être surgelés ou congelés."*

## 5 | RÈGLES DE LA PROFESSION

L122-18 : *“L’appellation de boulanger et l’enseigne commerciale de boulangerie mentionnées à l’article [L122-17](#) peuvent être utilisées lorsque le pain est vendu de façon itinérante par le professionnel, ou sous sa responsabilité, lorsque ce professionnel remplit les conditions énoncées au même article.”*

Les infractions à ces articles sont sanctionnées par les peines d’amende et/ou d’emprisonnement prévues à l’article [L132-27](#) dudit Code.

*“Le fait de méconnaître les dispositions des articles [L122-17](#) et L122-18 est puni d’une amende de 300 000 euros.*

*Le montant de l’amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d’affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d’affaires annuels connus à la date des faits.”*

### ORGANISMES PROFESSIONNELS

La profession est bien regroupée autour de ses fédérations.

- [CNBPF](#), Confédération nationale de la boulangerie pâtisserie française  
C'est l'organisation professionnelle représentative de la profession, syndicats départementaux et fédérations régionales.
- [Syndicat des boulangers-pâtisseries du Grand Paris](#)  
Ce syndicat, membre de la CNBPF, défend les intérêts des artisans de la boulangerie parisienne et de la petite couronne. Il les informe et les conseille sur la réglementation, la législation...
- [INBP](#), Institut national de la boulangerie pâtisserie  
Centre de formation et de conseil spécialisés en boulangerie, pâtisserie, chocolaterie-confiserie, glacerie et snacking. L'institut dispose également d'un [pôle d'innovation](#) qui a notamment pour mission d'accompagner les professionnels dans leur démarche d'innovation.

### FORMATION

26

#### Formation initiale

Il existe six niveaux de qualification allant du niveau 6 (terme de la scolarité obligatoire) au niveau 1 (bac + 5) parmi lesquels :

- Le Cap boulanger (niveau V) qui est à 95 % la voie d'accès à la profession. Il valide en deux ans les connaissances et le savoir-faire professionnel de base. La majorité des candidats âgés de 16 à 25 ans suit la voie de l'apprentissage dans les Centres de formation d'apprentis. Mais cela peut aussi s'acquérir par la formation continue : par exemple, l'INBP forme en cinq à six mois des adultes en reconversion qui ont un projet de rachat ou de création d'un fonds de boulangerie.
- Les Mentions complémentaires boulangerie spécialisée et pâtisserie boulangère (niveau V) permettent, en une année, un approfondissement dans les domaines professionnels. Elles contribuent à une meilleure adaptation à l'emploi.
- Le Brevet professionnel boulanger (niveau IV), d'une durée de deux ans en apprentissage après le Cap, atteste d'une haute qualification. Son programme est axé sur la pratique, la technologie, la gestion d'entreprise et les sciences. Le BP peut également s'obtenir en formation continue, sur une durée d'une vingtaine de semaines à l'INBP.
- Le Bac pro boulanger-pâtisseries (niveau IV) se prépare en trois ans après la troisième. La formation intègre les fondamentaux des fabrications de boulangerie, de pâtisserie et de produits traiteurs. L'accent est mis sur la gestion de l'exploitation, la commercialisation, la communication et la démarche qualité. Il se prépare essentiellement dans un lycée professionnel ou un CFA.

- Le Brevet de maîtrise en boulangerie ou pâtisserie (niveau III) consacre l'achèvement d'un parcours de formation. Ce titre forme aussi les candidats à la gestion d'entreprise (comptabilité, ressources humaines, action commerciale...). Il se prépare en formation continue dans les Chambres de métiers ou à l'INBP.
- Aux formations à la fabrication, il faut également ajouter les formations du personnel de vente. Ces formations deviennent indispensables pour valoriser les produits, accueillir la clientèle, la conseiller et assurer le lien avec la fabrication.
- Le Cap employé de vente spécialisé option produits alimentaires (niveau V en deux ans) dispense une formation transversale aux métiers de l'alimentation.
- Le Certificat technique des métiers (CTM) vendeur-vendeuse en boulangerie-pâtisserie (niveau V).

### Formation continue

De nombreuses formations sont dispensées à l'[INBP, Institut national de la boulangerie pâtisserie](#). 150 boulevard de l'Europe, BP 1032, 76171 Rouen Cedex, tél. : 02 35 58 17 77

Le chef étoilé Thierry Marx et Frédérique Calandra ont ouvert en 2012 un centre de formation aux métiers de la restauration qui propose notamment une formation au métier de boulanger : [Cuisine mode d'emploi\(s\)](#).

[Baguette Academy](#), premier site de formation en ligne dédié à la boulangerie pour les professionnels.

[École de boulangerie et de pâtisserie de Paris](#). Elle propose des formations et des stages aux jeunes et aux adultes en reconversion.

### Sources d'information sur les formations

Une multitude d'écoles et d'organismes de formation ou d'associations de formateurs, aussi bien français qu'internationaux, sont présents chaque année au salon Européen.

[Opcalim](#) rassemble toutes les entreprises des **branches de l'industrie alimentaire, de la coopération agricole et de l'alimentation en détail**. Organisme collecteur, il a notamment pour mission d'informer les entreprises et leurs salariés sur les dispositifs de formation professionnelle et de les accompagner dans l'analyse de leurs besoins en formation.

Le [Fafcea](#), Fonds d'assurance formation des chefs d'entreprise artisanale, a pour mission **d'organiser**, de **développer** et de **promouvoir la formation** des chefs d'entreprises artisanales ainsi que celle de leurs conjoints collaborateurs ou associés, de leurs auxiliaires familiaux. Il participe au financement de cette formation.

Autres sources :

[www.devenir-boulangier.com](http://www.devenir-boulangier.com)

[www.boulangerie.org](http://www.boulangerie.org)

### SALONS - CONCOURS

- [Salon Européen](#) de la boulangerie, de la pâtisserie et des traiteurs à Paris Nord Villepinte. Il a lieu tous les deux ans, le prochain aura lieu en février 2018. C'est le grand rassemblement de la profession : une mine d'informations, d'animations, de contacts nationaux et internationaux.
- [Univers Boulangerie](#) : événement annuel organisé par la Confédération nationale de la boulangerie pâtisserie française. Il permet aux professionnels de réfléchir et d'échanger sur l'avenir de la profession.
- [Fête du pain](#) annuelle.
- [Le Sirha](#) : Salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation, destiné aux professionnels de la restauration et de l'hôtellerie. Il accueille le salon national de la boulangerie-pâtisserie. Il se tient tous les deux ans à Lyon. Le prochain salon aura lieu en 2019.
- [Franchise Expo Paris](#), annuel ; des enseignes de boulangerie et de terminaux de cuisson y sont présentes.
- [La Semaine du goût](#), annuelle.
- [Salon Iba à Munich](#), rendez-vous mondial de la boulangerie-pâtisserie, tous les trois ans (2018).

[Coupe du Monde de la Boulangerie](#)

[Concours des jeunes entrepreneurs en boulangerie](#) organisé chaque année par les Grands Moulins de Paris.

[Concours des Meilleurs jeunes boulangers de France](#)

[Trophée des Talents, du conseil et de la vente en boulangerie-pâtisserie](#)

[Coupe de France de la Boulangerie](#)

[Coupe d'Europe de la Boulangerie](#)

[Concours international des jeunes boulangers](#)

[Olympiades des Métiers](#)

[Concours "Un des Meilleurs Ouvriers de France"](#)

### INTERNET - TÉLÉVISION

Autres sites que ceux déjà cités :

- [www.boulangerie.net](http://www.boulangerie.net) : offres d'emplois, annuaire des professionnels (artisans, meuniers, fabricants de matériel, etc.).
- [www.espace-pain-info.com](http://www.espace-pain-info.com) : centre d'information sur toute la filière pain.
- Émission "[La meilleure boulangerie de France](#)" sur M6. Cette émission, lancée en 2013, permet de découvrir des boulangeries implantées dans différentes régions de France.
- [TVboulangerie.fr](http://TVboulangerie.fr), géré par le Syndicat des boulangers du Grand Paris. Permet de revoir les émissions réalisées lors de la Fête du pain 2017.

### OUVRAGES ET ÉTUDES

- De nombreux ouvrages techniques sur la fabrication du pain sont édités et diffusés par l'[INBP](#). On peut commander notamment [les nombreux suppléments techniques](#) de l'INBP.
- [Boulangeries et pâtisseries](#), Xerfi, avril 2016.
- L'[Espace Pain Information](#) publie des guides, brochures et affiches sur le pain.
- [Guide pratique 2016/2017](#) publié par le Syndicat patronal des boulangers du Grand Paris.
- Boulangerie-pâtisserie – Convention collective 2016.
- [La stratégie commerciale en boulangerie pâtisserie](#), 2016.
- [S'engager dans la production de pain bio](#), guide pratique de l'Agence Bio.

### REVUES ET ANNUAIRES

#### Revues de la filière pain

- [Les Nouvelles de la Boulangerie Pâtisserie](#)
- [La Toque Magazine](#)
- [Le Monde des boulangers et pâtissiers](#), magazine et newsletter
- [La Tribune des Métiers](#)

---

## **AUTRES DOSSIERS** PROJECTEURS **AFE** **À CONSULTER, LE CAS ÉCHÉANT**

---

- [Terminal de cuisson de boulangerie](#)
- [Commerce de détail de confiserie chocolaterie](#)
- [la restauration rapide et la VAE, vente à emporter](#)

ISBN : 978-2-84079-695-4 (PDF)

Référence AFE : COD.02

Code APE : APE 10.71C

Date d'actualisation : novembre 2017

14 rue Delambre  
75682 Paris Cedex 14  
Tél. : (33) 01 42 18 58 58  
Télécopie : (33) 01 42 18 58 00  
Internet : [www.afecreation.fr](http://www.afecreation.fr)