

SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| 1 • PRÉSENTATION DE LA PROFESSION | 6 |
| 1.1 Définition..... | 6 |
| 1.2 Typologie des intervenants..... | 8 |
| 2 • ANALYSE ÉCONOMIQUE | 9 |
| 2.1 Principales données économiques de l'activité..... | 9 |
| 2.1.1 Connaissance du marché - Les chiffres clés du secteur..... | 9 |
| 2.1.2 Connaissance du marché - La consommation des ménages en pain et pâtisserie..... | 10 |
| 2.1.3 Connaissance du marché - La distribution de pain et de pâtisserie..... | 11 |
| 2.2 Tendances et Perspectives du marché..... | 13 |
| 3 • STRUCTURE FINANCIÈRE | 15 |
| 3.1 Chiffres clés des entreprises individuelles du secteur..... | 15 |
| 3.1.1 Activité des entreprises individuelles du secteur..... | 16 |
| 3.1.2 Performances des entreprises individuelles du secteur..... | 17 |
| 3.2 Chiffres clés des sociétés du secteur..... | 22 |
| 3.2.1 Activité des sociétés du secteur..... | 22 |
| 3.2.2 Performances des sociétés du secteur..... | 25 |
| 3.3 Eléments d'analyse de l'exploitation..... | 32 |
| 3.4 Financements et aides spécifiques..... | 38 |
| 4 • ENVIRONNEMENT JURIDIQUE | 38 |
| 4.1 Réglementation propre à l'activité..... | 38 |
| 4.2 Obligations en cours d'activité..... | 39 |
| 4.3 Règles de sécurité..... | 41 |
| 4.4 Normes françaises et européennes..... | 42 |
| 5 • PRINCIPALES SPÉCIFICITÉS COMPTABLES, FISCALES ET SOCIALES | 44 |
| 5.1 Spécificités comptables..... | 44 |
| 5.2 Spécificités fiscales..... | 44 |
| 5.2.1 Taux de TVA applicables..... | 44 |
| 5.2.2 Consommation personnelle de l'exploitant..... | 45 |
| 5.3 Spécificités sociales..... | 46 |
| 5.3.1 Convention collective..... | 46 |
| 5.3.2 Champ d'application..... | 46 |
| 5.3.3 Contrat de travail (obligatoirement écrit avec certaines mentions obligatoires)..... | 46 |
| 5.3.4 Congés spéciaux..... | 47 |
| 5.3.5 Durée du travail..... | 47 |
| 5.3.6 Maladie..... | 48 |

| | |
|--|----|
| 5.3.7 Droit individuel à la formation (DIF)..... | 48 |
| 5.3.8 Organismes sociaux spécifiques..... | 48 |
| 5.3.9 Formation..... | 49 |
| 5.4 Evaluation sectorielle | 49 |
| 5.4.1 Critères de performance du secteur | 49 |
| 5.4.2 Méthodes d'évaluation et ratios les plus fréquemment rencontrés dans le secteur | 50 |
| 6 • PRINCIPALES ZONES DE RISQUES À ANALYSER | 50 |
| 6.1 Risques liés au démarrage de l'entreprise | 50 |
| 6.1.1 Aspects généraux..... | 50 |
| 6.1.2 Aspects juridiques..... | 51 |
| 6.1.3 Aspects financiers | 51 |
| 6.1.4 Compromis d'achat..... | 51 |
| 6.2 Risques liés à l'activité | 52 |
| 6.2.1 Tableau de bord | 52 |
| 6.2.2 Bilan annuel ou situations..... | 52 |
| 6.2.3 Date de clôture..... | 52 |
| 6.3 Risques liés à l'organisation de la mission | 52 |
| 6.3.1 Missions comptable et fiscale..... | 52 |
| 6.3.2 Mission sociale | 53 |
| 6.4 Ratios d'alerte relatifs à la prévention des difficultés | 53 |
| 6.4.1 Ratio de productivité..... | 53 |
| 6.4.2 Ratio d'exploitation..... | 53 |
| 6.4.3 Ratio de structure..... | 53 |
| 7 • ADRESSES UTILES | 54 |
| 7.1 Organisations professionnelles clés | 54 |
| 7.2 Organismes de formation spécifiques | 55 |
| 8 • BIBLIOGRAPHIE | 55 |
| 8.1 Liste des études de marché existantes | 55 |
| 8.2 Mémoires d'expertise comptable | 56 |
| 8.3 Revues spécifiques | 56 |
| 8.4 Autres ouvrages de référence | 57 |
| 9 • LEXIQUE | 57 |
| 10 • ANNEXES | 58 |
| 10.1 Manifestations importantes | 58 |
| 10.2 Leaders d'opinion | 59 |
| 10.3 Logiciels et outils de gestion | 59 |

SYNTHÈSE

Le secteur des boulangeries pâtisseries en bref

Que recouvre la profession de boulanger pâtissier ?

- Le métier de boulanger pâtissier consiste à fabriquer de manière artisanale et vendre au détail des pains, de la viennoiserie et des pâtisseries fraîches. Il se décompose en 3 activités :
 - › la fabrication et la vente de pains frais et de viennoiserie ;
 - › la fabrication et la vente de pâtisseries fraîches ;
 - › la revente de produits des industries agro-alimentaires tels que les confiseries, le chocolat, etc...

Quelles sont les conditions d'accès à la profession ?

- L'accès à la profession est soumis à des conditions de diplôme technique (CAP minimum) ou d'expérience professionnelle (Décret n° 98-246 du 2 avril 1998), et, depuis la Loi n° 82-1091 du 23 décembre 1982, de stages d'initiation à la gestion dispensés par les Chambres de métiers.
- L'appellation « boulanger » est réservée aux personnes assurant elles-mêmes le pétrissage, la mise en forme et la cuisson du pain sur le lieu de vente à partir de matières choisies.
- En tant qu'artisan commerçant, le boulanger effectue une double immatriculation au Greffe du Tribunal de Commerce et à la Chambre de métiers.

Combien d'entreprises de boulangerie pâtisserie recense-t-on en France ?

- Selon la Confédération nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française, le secteur compte de l'ordre de 33 000 entreprises.
- Les entreprises de moins de 10 salariés sont prépondérantes et représentent 91,7 % des entreprises de boulangerie pâtisserie et 90 % des pâtisseries.

Quelles sont les évolutions majeures dans ce métier ?

Quels sont les principaux éléments de leur performance financière ?

- De l'ordre de 10 Md €, le marché de la boulangerie-pâtisserie est globalement stable.
- Face à la stabilisation de la consommation, les artisans boulangers développent de nouveaux produits (snacking) et comptent sur les produits annexes pour dynamiser leurs ventes.
- En 2010, le résultat courant des TPE en boulangerie pâtisserie représente 14,8 % du CA, contre 15,7 % pour les TPE en pâtisserie (source : FCGA).
- Les sociétés présentent des résultats courant avant impôts de 3,4 % du CA pour les boulangeries-pâtisseries et de < 4,1 % pour les pâtisseries.
- Les investissements en matériel ont un retour sur investissement rapide, compris entre 5 et 7 ans selon la Confédération Nationale de la Boulangerie Pâtisserie Française (CNBF).

1 • Présentation de la profession

1.1 Définition

L'activité de boulangerie pâtisserie consiste à fabriquer de manière artisanale et vendre au détail des pains, des pains spéciaux, de la viennoiserie, des pâtisseries fraîches et glaces, ainsi que des produits vendus en l'état (farine, biscottes, chocolat) dans un lieu ouvert au public. Le pétrissage, le façonnage, la fermentation, la cuisson des pains sont les différentes étapes de la fabrication qui peut se dérouler en phase continue, ou discontinue (utilisation d'une armoire de fermentation ou chambre de pousse).

L'activité se distingue de la boulangerie industrielle par la vente au client final, alors que les boulangers industriels livrent de grandes quantités de pains et pâtons surgelés, le plus souvent aux grandes et moyennes surfaces, aux collectivités, à la restauration d'entreprise et aux terminaux de cuisson.

On distingue 3 grands types de prestations :

- la fabrication et la vente de pains frais ;
- la fabrication et la vente de pâtisseries fraîches ;
- la revente de biens alimentaires simples (confiseries, chocolat, etc.).

Une déclaration est nécessaire auprès de la préfecture si le boulanger souhaite fabriquer des glaces, des crèmes et des sorbets.

Accès à la profession

La **loi n° 98-405 du 25 mai 1998** et plus précisément l'**article L. 121-80 du Code de la consommation** détermine les conditions d'utilisation de l'appellation « boulanger » et « boulangerie ». Ne peuvent prétendre à l'appellation que les personnes assurant elles-mêmes, à partir de matières 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, les produits ne pouvant être surgelés ou congelés à aucun stade de la production ou de la vente.

Ce texte, qui protège les artisans soucieux de qualité et d'authenticité, vise les « points chauds industriels » mais aussi les dépôts annexes des boulangeries artisanales qui ne peuvent donc plus faire apparaître le terme de « boulangerie » sur leurs enseignes.

La **loi n° 2005-882 du 2 août 2005** en faveur des petites et moyennes entreprises modifiant la **loi n° 96-603 du 5 juillet 1996** relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat précise

que les personnes qui n'emploient pas plus de dix salariés et qui exercent l'activité de boulangerie-pâtisserie, biscotterie-biscuiterie, pâtisserie de conservation (sauf terminaux de cuisson) doivent être immatriculées au répertoire des métiers. L'immatriculation au répertoire des métiers ne dispense pas, le cas échéant, de l'immatriculation au registre du commerce et des sociétés.

Le **décret n° 2006-80 du 25 janvier 2006** modifiant le **décret n° 98-247 du 2 avril 1998** relatif à la qualification artisanale et au répertoire des métiers précise que l'immatriculation au répertoire des métiers, qui confère le titre d'artisan, est subordonnée à la justification d'un CAP (certificat d'aptitude professionnelle) ou d'un BEP (brevet d'étude professionnelle), ou d'une immatriculation dans le métier d'au moins six années. Le titre de « maître-artisan » nécessite quant à lui le brevet de maîtrise dans le métier exercé, ou un métier connexe, et deux ans de pratique professionnelle. L'usage abusif de la qualification artisanale entraîne des sanctions pouvant aller jusqu'à la fermeture de l'établissement concerné. Les titres d'artisan et de « maître-artisan » sont attribués par le président de la Chambre de métiers.

La **loi n° 2006-911 du 24 juillet 2006** relative à l'immigration et à l'intégration précise les conditions d'exercice d'une profession industrielle, commerciale ou artisanale par un étranger. L'**article L. 313-10 du Code de l'entrée et du séjour des étrangers** dispose que toute personne physique ou morale, résidant en France et désireuse d'exercer une profession industrielle, commerciale ou artisanale, doit demander, auprès du préfet du département, une carte de séjour temporaire autorisant l'exercice d'une activité professionnelle. L'**arrêté du 12 septembre 2007** fixe la liste des pièces justificatives. L'**article L. 122-1 du Code de commerce**, complété par le **décret n° 2007-1141 du 26 juillet 2007**, précise que tout étranger, ne résidant pas en France, mais désireux d'y exercer une activité professionnelle, doit faire une déclaration au préfet du département ou des autorités consulaires dans son pays. Les ressortissants de l'Union européenne, les Etats parties à l'accord sur l'Espace européen (Norvège, Liechtenstein et Islande) ou la Confédération suisse sont dispensés de cette déclaration.

La **directive n° 2005-36 du 7 septembre 2005**, relative à la reconnaissance des qualifications professionnelles, précise, pour chaque secteur d'activité, la liste des diplômes et qualifications équivalentes dans chacun des pays membres.



1.2 Typologie des intervenants

Le secteur de la boulangerie pâtisserie recouvre 4 grands types d'intervenants :

■ Les exploitants de terminaux de cuisson pour les produits de boulangerie

Établissements dont l'activité consiste en la cuisson, associée à la vente au détail, de pains et de viennoiseries, à partir de pâtes et pâtons surgelés, généralement fabriqués de façon industrielle. Ils incluent notamment les « croissanteries » et « points chauds » non associés à une vente à consommer sur place. Ces établissements sont encore souvent assimilés à la boulangerie pâtisserie à caractère artisanal dans les statistiques officielles, en dépit d'une législation précisant la notion de boulangerie. Ils n'entrent pas dans le champ de notre étude, dans la mesure où leur activité se distingue nettement de celle des artisans boulangers.

■ Les artisans boulangers

Établissements dont l'activité est limitée à la fabrication à caractère artisanal de pains et de viennoiseries, associée à leur vente au détail. Les meuniers ont développé leurs propres marques de commercialisation, comme les Moulins Soufflet Pantin et BAGUEPI ou Les Grands Moulins de Paris et La ronde des pains...

■ Les artisans boulangers pâtisseries

Établissements dont l'activité comprend la fabrication à caractère artisanal de pains, de viennoiseries et de pâtisseries fraîches, associée à leur vente au détail.

■ Les artisans pâtisseries

Établissements dont l'activité comporte la fabrication à caractère artisanal, associée à la vente au détail, de pâtisseries fraîches.

La franchise reste marginale dans le secteur de la boulangerie et de la pâtisserie artisanale. Elle est nettement plus présente au sein des terminaux de cuisson, les exigences de la franchise se prêtant mieux à une production centralisée. En revanche, un partenariat entre meuniers et boulangers se développe malgré les réticences de certains artisans qui craignent de perdre leur indépendance et leur créativité. Le meunier apporte un soutien commercial, financier et technique, tandis que le boulanger s'engage à acheter la farine du meunier, à respecter les normes de qualité et de fabrication, à développer une gamme de produits similaires.

La nomenclature NAF a été modifiée depuis le 1^{er} janvier 2008. L'INSEE regroupe ces activités sous les codes NAF suivants :



- NAF 10.71C (NAF 158C selon la nomenclature 2003) : Boulangeries et boulangeries pâtisseries, 31 382 entreprises en 2010 ;
- NAF 10.71D (NAF 158D selon la nomenclature 2003) : Pâtisseries, 4 800 entreprises en 2010 ;
- NAF 10.71B (NAF 158B selon la nomenclature 2003) : Cuisson de produits de boulangerie (pain, viennoiserie), 5 119 entreprises en 2011.

Le pain peut également être vendu dans des dépôts de pain que l'INSEE et la NAF regroupent sous le code 47.24Z (NAF 522G dans la nomenclature 2003) comptant 4 305 entreprises en 2011 pour un chiffre d'affaires de 135.2 M€ en avril 2011. Ces derniers comprennent également les confiseries et se trouvent ainsi hors du champ de cette étude.

2 • Analyse économique

2.1 Principales données économiques de l'activité

2.1.1 Connaissance du marché - Les chiffres clés du secteur

Les ventes des boulangeries-pâtisseries, des terminaux de cuisson, des pâtisseries (pâtisseries-chocolateries, pâtisseries-traiteurs, pâtisseries-salons de thé) étaient évaluées à 10,1 milliards d'euros en 2008 (**hors Grandes Surfaces Alimentaires et secteur public**).

En millions d'euros

| Données caractéristiques Ets et CA | Nombre d'Ets 2008 (1) | Chiffre d'affaires 2008 (2) |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie | 35 127 | 8 031 |
| Cuisson de produits de boulangerie | 5 119 | 959 |
| Pâtisserie | 4 572 | 1 111 |

Source : INSEE

Le marché de la Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie (BVP) se répartit de la façon suivante :

| | 2009 | 2000 | 1985 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|
| Boulangeries artisanales | 58,8 % | 67,0 % | 85,0 % |
| Boulangeries industrielles | 31,9 % | 23,0 % | 10,0 % |
| Ateliers des boulangeries des GMS | 9,2 % | 9,8 % | 4,0 % |
| Secteur Public | 0,10 % | 0,2 % | 1,0 % |

Source : Statistiques Fédération des Entreprises de Boulangerie et Pâtisserie Françaises.



Si la production des boulangeries artisanales est dominante, elle diminue régulièrement, d'année en année, au profit des boulangeries industrielles. Ces dernières ont notamment investi dans la production de viennoiseries : elles réalisent 70 % de ce segment de marché.

La production réalisée par les boulangeries des GMS est stable depuis une décennie, avec cependant une tendance à la baisse.

Les boulangeries artisanales assurent la fabrication et la commercialisation des produits. Elles réalisent encore 64 % en volume de la distribution des produits de boulangerie alors que les terminaux de cuisson, les hypermarchés et supermarchés totalisent respectivement en volume 11 % et 25 % de cette distribution¹.

Les terminaux de cuisson et les grandes surfaces alimentaires (GSA) sont majoritairement approvisionnés par les boulangeries industrielles. Selon la Fédération des Entreprises de Boulangerie et Pâtisserie Françaises (FEBPF), les industries de boulangerie-pâtisserie seraient, en 2009, au nombre de 270 et réaliseraient un chiffre d'affaires de 4,81 milliards d'euros dont 10 % réalisés à l'export. Le chiffre d'affaires des industriels auprès des terminaux de cuisson et des GSA est de l'ordre de 70 % alors qu'il n'atteint que 7 % auprès des boulangeries artisanales.

Selon les dernières données établies par la FEBPF, la répartition en valeur (CA global) de l'activité BVP en France, tous secteurs producteurs confondus, serait en 2009 de 67 % pour la boulangerie, 17 % pour la viennoiserie et 16 % pour la pâtisserie.

Pour appréhender le marché de la boulangerie-pâtisserie, il est présenté :

- › La consommation des ménages en pain et pâtisserie,
- › La distribution de pain et de pâtisserie.

2.1.2 Connaissance du marché - La consommation des ménages en pain et pâtisserie

La consommation des ménages en pain et pâtisserie s'est établie à près de 13,25 milliards d'euros en 2010.

Consommation moyenne par personne en pain – Volume

| | 1980 | 1990 | 2000 | 2008 |
|-----------|------|---------|--------|---------|
| En Kg | 70,6 | 61,7 | 57,6 | 51,7 |
| Variation | | -12,6 % | -6,6 % | -10,2 % |

Sources : INSEE, La consommation des ménages en 2009

¹ Chiffres clés 2009 de la Fédération des Entreprises de Boulangerie et Pâtisserie Françaises - FEBPF

Si le pain est présent dans l'alimentation de 98 % des français, la consommation moyenne des français est passée de 325 gr/jour en 1950 à 136 gr/j en 2008. Elle est de 110 gr/j chez les adolescents. Depuis 2003, la consommation de pain baisse régulièrement (FEBPF).

Cependant, le pain reste prépondérant dans la consommation et les boulangeries-pâtisseries vendent principalement du pain (60 % du total des ventes).

En 2009, les pains courants représentaient 75 % des ventes de pains en boulangerie, les pains emballés 8 %. Les pains spéciaux (campagne, complets, seigle, son, céréales, bio...) sont désormais fortement demandés avec 17 % des ventes en 2009. Ils contribuent d'ailleurs à la hausse des prix puisqu'il s'agit de produits de boulangerie à plus forte valeur ajoutée.

En pâtisserie, ce sont les produits les plus classiques qui sont le plus consommés (choux, éclairs, tartes aux pommes...). La situation est identique en viennoiserie avec les croissants et les pains au chocolat qui représentent 65 % des ventes.

Pour les terminaux de cuisson, la vente de pains (35 % des ventes en 2009), de viennoiserie (19 % des ventes 2009) et pâtisserie (15 % des ventes en 2009) constituent également la majorité de leur chiffre d'affaires.

Cependant, face à l'évolution des habitudes alimentaires des français et à l'essor rapide des ventes de sandwiches (en 2008, il serait consommé en France 1,2 milliard de sandwiches pour un CA de 3,8 milliards d'euros), les terminaux de cuisson se sont progressivement développés dans la restauration rapide. La revente de boissons et les produits traiteurs totalisent désormais plus de 30 % de leur chiffre d'affaires en 2009. La part des produits traiteurs et de petite restauration augmente régulièrement au détriment de la vente de pains.

Les industriels de la boulangerie se sont également positionnés sur ce marché : ils approvisionnent les grandes surfaces, les boulangeries, les sandwicheries, les cafés, les brasseries, les stations-service...

2.1.3 Connaissance du marché - La distribution de pain et de pâtisserie

■ Les Boulangeries-pâtisseries artisanales

Elles demeurent le premier circuit de distribution de produits de boulangerie, même si elles ont perdu des parts de marché ces dernières années avec la concurrence des terminaux de cuisson et des grandes surfaces alimentaires.

Le nombre de boulangeries artisanales a sensiblement diminué sur la période 2000-2009, perdant plus de 1 600 unités (-5,7 %).



Les boulangeries-pâtisseries artisanales sont principalement des petites structures : 70 % pour les boulangeries-pâtisseries et 80 % pour les pâtisseries qui ont moins de 6 salariés (0 à 5 salariés).

Répartition des entreprises par taille en % du nombre d'entreprises

| | | 0 salarié | 1 à 5 salariés | 6 à 9 salariés | 10 à 19 salariés | 20 salariés et plus | Total |
|---------------------------------------|--------|-----------|----------------|----------------|------------------|---------------------|-------|
| Boulangerie et boulangerie-pâtisserie | 10.71C | 9,4 % | 60,8 % | 21,5 % | 7,2 % | 1,1 % | 100 % |
| Pâtisserie | 10.71D | 17,8 % | 61,6 % | 10,6 % | 8,0 % | 2,0 % | 100 % |

Source : INSEE, EAE dans le commerce, dernières données disponibles 2006

Le secteur des boulangeries et boulangeries-pâtisseries est principalement composé d'indépendants. Cependant, ils sont de plus en plus nombreux à conclure des partenariats avec des meuniers en vue de proposer des produits labellisés : Banette, La ronde des pains, Baguépi, Copaline.

En outre, des réseaux sous enseigne tendent à se développer : Paul, l'Epi Gaulois par exemple. Ces chaînes de boulangeries comptent souvent des établissements intégrés (détenus en propre) et franchisés. La franchise permet à ces groupes de se développer rapidement. Le développement s'effectue aussi à l'étranger (Pays du Golfe pour Paul).

Les boulangeries-pâtisseries artisanales, commerces de proximité et garants d'une certaine tradition et d'un savoir-faire français, bénéficient d'une bonne image auprès des consommateurs. Elles communiquent sur la qualité et l'authenticité des produits dont elles peuvent revendiquer la fabrication. Cependant elles sont soumises à la concurrence agressive des autres réseaux de distribution sur le prix et sur l'offre (montée en gamme des grandes surfaces alimentaires notamment).

Pour répondre aux attentes des consommateurs et trouver ainsi des relais de croissance à leur activité, les boulangeries, en particulier en milieu urbain, tendent à diversifier leur offre avec la présentation de produits de restauration rapide (sandwiches, salades, quiches, boissons...).

■ Terminaux de cuisson

Les terminaux de cuisson se développent principalement sous forme de franchises (La Mie Caline, Point chaud, Pomme de Pain, La Brioche Dorée,...). Ils ont diversifié leur offre en proposant de nombreux produits de restauration rapide.

Leur offre est plus économique qu'en boulangeries artisanales et plus large, notamment en petite restauration. Ils bénéficient de la notoriété de

leurs enseignes. Mais leur image est moins bonne que les boulangeries artisanales sur le plan de la qualité des produits.

Les terminaux de cuisson sont également majoritairement de petites structures : 87 % ont moins de 6 salariés (0 à 5 salariés). La part des sociétés n'employant aucun salarié est importante (51 %) car ils sont approvisionnés par l'offre industrielle et la préparation du pain nécessite peu ou pas de personnel.

Répartition des entreprises par taille en % du nombre d'entreprises

| | | 0 salarié | 1 à 5 salariés | 6 à 9 salariés | 10 à 19 salariés | 20 salariés et plus | Total |
|------------------------------------|--------|-----------|----------------|----------------|------------------|---------------------|-------|
| Cuisson de produits de boulangerie | 10.71B | 51,3 % | 35,8 % | 9,0 % | 3,2 % | 0,7 % | 100 % |

Source : INSEE, EAE dans le commerce, dernières données disponibles 2006

Les réseaux sous enseigne se développent rapidement notamment sur le segment des terminaux de cuisson. Ce développement s'effectue aussi à l'étranger (Etats-Unis pour La Brioche Dorée par exemple).

■ Grandes surfaces alimentaires

Carrefour, ITM, Groupe Casino (Casino, Géant Casino, Petit Casino, Franprix, Leader Price, Spar, Vival, Monoprix), Lidl, Système U (Super U, Hyper U, Marché U, U Express), Groupe Auchan...

Les GSA ont l'offre la plus économique et bénéficient d'une attractivité compte tenu de l'importance du trafic magasin et de la demande captive de leurs clients sur l'alimentaire. Elles souffrent néanmoins d'un déficit d'image sur la qualité des produits qu'elles fabriquent et commercialisent.

2.2 Tendances et Perspectives du marché

Tendances du marché

- La consommation des ménages en boulangerie reste constante avec une tendance à la hausse en particulier sur certains segments, comme les pains spéciaux et traditionnels.
- Il y a une baisse de la consommation en pâtisseries fraîches compte tenu du prix (les consommateurs font des arbitrages en période de crise) et du souci croissant sur l'équilibre alimentaire.
- L'évolution des habitudes alimentaires (consommation "nomade", temps réduits pour le déjeuner) oriente les professionnels vers la vente de produits de petite restauration (sandwiches, salades...).





- Le contexte économique reste difficile et incite les consommateurs à choisir les produits les moins chers. Les boulangeries sont défavorisées sur ce point. Même les terminaux de cuisson, confrontés à une forte concurrence (notamment des grandes surfaces), ont dû baisser leurs prix pour rester attractifs.
- Il est constaté une concurrence accrue des Grandes Surfaces Alimentaires avec une amélioration de la qualité des pâtisseries industrielles et une présentation des produits plus recherchée (rayons recréant l'ambiance d'une pâtisserie artisanale) qui sont de nature à séduire et fidéliser les consommateurs.
- Les réseaux organisés, essentiellement présents sur le segment des terminaux de cuisson montent en puissance. Ils proposent sur le même lieu de vente, pains, pâtisseries et un espace de consommation (Paul, La Brioche Dorée..).
- Enfin, faire son pain soi-même à domicile répond aussi aux attentes actuelles des consommateurs qui veulent manger sain et qui plus est, à moindre coût. Les machines à pain sont de plus en plus prisées et font concurrence aux boulangeries.

Perspectives du marché

- Le nombre de boulangeries-pâtisseries indépendantes diminuera encore à moyen terme sous la pression concurrentielle des terminaux de cuisson et des grandes surfaces alimentaires qui resteront offensives. Les pressions concurrentielles sont également fortes pour les terminaux de cuisson qui doivent faire face au développement de la grande distribution sur le marché du pain et de la petite restauration.
- Les boulangers traditionnels devront renforcer la qualité de leurs produits, étoffer le choix et proposer des spécialités pour fidéliser leur clientèle. Les efforts portent sur l'élargissement des gammes de pains spéciaux et traditionnels (pains aux céréales, riches en fibres, en oméga 3, à teneur réduite en sel, sans additifs, offre bio...). Les innovations sur l'axe de l'équilibre nutritionnel seront privilégiées. Les boulangeries artisanales en valorisant l'image qualitative de leurs produits ont encore la capacité d'augmenter un peu leurs prix. En outre, l'agencement, l'accueil et l'emplacement du point de vente seront déterminants.
- En partenariat avec les meuniers, les boulangers traditionnels pourront renforcer l'image de leurs produits en développant des labels et des marques. Certains groupes meuniers s'appuient également sur la notoriété de leurs marques (Banette, Baguépi, etc.) pour proposer des concepts de points de vente.

- › Beaucoup de professionnels chercheront également à diversifier leur offre sur le créneau de la petite restauration. Ils seront alors en concurrence directe avec les sandwicheries, certaines enseignes de restauration rapide (Subway, Lina's), les fast-foods et les commerces de proximité (Monop', etc.). Mais la création d'un espace de consommation ou encore d'un salon de thé attenant à la pâtisserie génère des investissements (locaux, aménagements,...) et des frais de personnel importants pour une rentabilité qui peut être aléatoire.
- › Les secteurs de la boulangerie-pâtisserie et de la pâtisserie sont risqués pour les nouvelles entreprises artisanales en raison des prix élevés des fonds de commerce et des équipements, de l'intensification de la concurrence de la part des GSA et des chaînes de boulangerie-pâtisserie. De plus, la clientèle est difficile à conquérir et à fidéliser. Pour un nouvel entrant, la reprise est donc un mode d'installation privilégié. Il est indispensable de prévoir une période de transition entre le cédant et l'acquéreur de façon à sécuriser la clientèle.

3 • Structure financière

Cette analyse financière est réalisée à partir de données moyennes sur le secteur étudié : celles-ci peuvent être impactées de manière conséquente selon la taille de l'échantillon sélectionné.

A noter :

- › La colonne « global » des tableaux ci-dessous, correspond à une moyenne pondérée par le nombre d'entreprises des données détaillées dans les différentes tranches de chiffre d'affaires.
- › Sauf annotation contraire, les données exprimées sont les données moyennes du secteur.
- › Sauf annotation contraire, les pourcentages sont exprimés en fonction du chiffre d'affaires.

3.1 Chiffres clés des entreprises individuelles du secteur

Le code NAF de cette activité correspond à 10.71 : « Fabrication de pain et de pâtisserie fraîche ». Ce code NAF se décompose en quatre sous classes :

- › 10.71A : « Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche »
- › 10.71B : « Cuisson de produits de boulangerie »



- › 10.71C : « Boulangerie et boulangerie-pâtisserie »
- › 10.71D : « Pâtisserie »

3.1.1 Activité des entreprises individuelles du secteur

La FCGA ne communique aucune donnée concernant le code 10.71A « Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche ».

I Cuisson de produits de boulangerie

| | 2010 |
|-------------------------------------|---------|
| Nombre d'entreprises | 305 |
| Chiffre d'affaires HT € | 133 241 |
| Marge brute globale | 66,2 % |
| Résultat exploitat° hors cot. expl. | 27,4 % |
| Résultat financier | -0,9 % |
| Résultat courant hors cot. expl. | 26,5 % |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071B

I Boulangerie et boulangerie-pâtisserie

| | 2010 |
|-------------------------------------|---------|
| Nombre d'entreprises | 7 335 |
| Chiffre d'affaires HT € | 229 529 |
| Marge brute globale | 71,8 % |
| Résultat exploitat° hors cot. expl. | 23,0 % |
| Résultat financier | -1,5 % |
| Résultat courant | 14,8 % |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071C

I Pâtisserie

| | 2010 |
|-------------------------------------|---------|
| Nombre d'entreprises | 864 |
| Chiffre d'affaires HT € | 199 087 |
| Marge brute globale | 70,5 % |
| Résultat exploitat° hors cot. expl. | 24,0 % |
| Résultat financier | -1,0 % |
| Résultat courant | 15,7 % |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071D

3.1.2 Performances des entreprises individuelles du secteur

A noter : les résultats du code 1071B « cuisson de produits de boulangerie » n'ont pas été présentés dans la mesure où le nombre d'entreprises dans ce code est inférieur à 500 entreprises. Compte tenu du découpage par tranches, l'effectif de chaque segment était inférieur à 100 entreprises dans la France entière.

De ce fait, seuls les codes 1071C « Boulangerie et boulangerie-pâtisserie » et 1071D « Pâtisserie » sont analysés dans cette partie.

■ Performances par taille d'entreprises

› Boulangerie et boulangerie-pâtisserie

| Répartition selon le chiffre d'affaires | Global | Tranche 1 | Tranche 2 | Tranche 3 | Tranche 4 | Tranche 5 |
|---|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| En € | | ≤118 242 | ≤179 777 | ≤260 609 | ≤385 408 | ≤777 740 |
| Nombre d'entreprises | 7 335 | 1320 | 1907 | 1834 | 1394 | 880 |
| Effectif moyen (exploitant inclus) | 3,8 | 1,6 | 2,3 | 3,6 | 5,3 | 8,6 |
| Chiffre d'affaires HT € | 229 529 | 93 054 | 148 075 | 216 712 | 313 462 | 504 509 |
| Chiffre d'affaires par personne € | 60 193 | 59 490 | 64 577 | 60 270 | 59 201 | 58 751 |
| Marge brute globale | 71,8 % | 70,6 % | 70,6 % | 71,4 % | 72,2 % | 72,9 % |
| Valeur ajoutée | 54,3 % | 47,0 % | 50,5 % | 53,7 % | 56,1 % | 57,7 % |
| Impôts et taxes | 2,2 % | 2,7 % | 2,3 % | 2,1 % | 2,1 % | 2,1 % |
| Charges de personnel | 26,7 % | 9,4 % | 16,7 % | 25,3 % | 30,7 % | 35,2 % |
| EBE hors cotisations exploitant | 25,5 % | 34,9 % | 31,5 % | 26,3 % | 23,3 % | 20,4 % |
| Amortissements et provisions | 4,4 % | 4,8 % | 4,9 % | 4,8 % | 4,2 % | 3,7 % |
| Résultat exploitat° hors cot. expl. | 23,0 % | 31,8 % | 28,6 % | 23,5 % | 21,1 % | 18,4 % |
| Résultat financier | -1,5 % | -1,5 % | -1,7 % | -1,6 % | -1,5 % | -1,1 % |
| Résultat courant hors cot. expl. | 21,5 % | 30,3 % | 26,9 % | 21,9 % | 19,6 % | 17,3 % |
| Résultat courant € hors cot. expl. | 49 431 | 28 197 | 39 830 | 47 478 | 61 422 | 87 167 |
| Cotisations de l'exploitant | 6,7 % | 10,9 % | 9,0 % | 7,1 % | 5,9 % | 4,7 % |
| Résultat courant | 14,8 % | 19,4 % | 17,9 % | 14,8 % | 13,7 % | 12,6 % |
| Résultat courant € | 33 975 | 18 063 | 26 511 | 32 127 | 43 014 | 63 553 |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071C





Le chiffre d'affaires moyen en 2010 d'une entreprise exerçant une activité de boulangerie ou de boulangerie-pâtisserie est de 229 529 €. La marge brute moyenne de cette activité est de 71,8 %. Une entreprise exerçant une telle activité, dégage en moyenne un résultat courant de 14,8 % de son chiffre d'affaires.

La marge brute globale, en 2010, des entreprises exerçant une activité de boulangerie ou de boulangerie-pâtisserie est globalement identique quel que soit le chiffre d'affaires réalisé par les entreprises avec toutefois une légère tendance à la hausse en fonction du chiffre d'affaires : 70,6 % de taux de marge pour les plus petites entreprises contre 72,9 % pour les plus importantes.

En lien avec l'effectif moyen qui passe de 1,6 pour les entreprises réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 118 242 €, à 8,6 personnes pour les entreprises réalisant un chiffre d'affaires compris entre 385 409 € et 777 440 €, les charges de personnel apparaissent fortement corrélées au niveau de l'activité : elles passent de 9,4 % à 35,2 % à mesure que les ventes augmentent.

Compte tenu du poids croissant des charges de personnel en fonction de la taille des entreprises, le taux de résultat courant rapporté au chiffre d'affaires s'établit à 19,4 % pour les entreprises de moins de 118 242 € de chiffre d'affaires et baisse progressivement pour atteindre 12,6 % pour celles au-delà de 385 408 €.

› Pâtisserie

| Répartition selon le chiffre d'affaires | Global | Tranche 1 | Tranche 2 | Tranche 3 | Tranche 4 | Tranche 5 |
|---|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| En € | | ≤95 737 | ≤145 501 | ≤214 129 | ≤350 296 | ≤849 437 |
| Nombre d'entreprises | 864 | 156 | 224 | 216 | 164 | 104 |
| Effectif moyen (exploitant inclus) | 3,3 | 1,4 | 1,9 | 2,8 | 4,6 | 8 |
| Chiffre d'affaires HT € | 199 087 | 76 858 | 120 104 | 178 053 | 275 240 | 476 143 |
| Chiffre d'affaires par personne € | 60 455 | 54 663 | 62 787 | 63 154 | 59 656 | 59 532 |
| Marge brute globale | 70,5 % | 69,1 % | 70,2 % | 69,6 % | 70,4 % | 71,9 % |
| Valeur ajoutée | 52,3 % | 46,0 % | 49,5 % | 50,5 % | 53,2 % | 56,0 % |
| Impôts et taxes | 2,4 % | 3,0 % | 2,6 % | 2,3 % | 2,4 % | 2,2 % |
| Charges de personnel | 24,3 % | 7,9 % | 13,5 % | 20,4 % | 28,3 % | 33,6 % |
| EBE hors cotisations exploitant | 25,6 % | 35,0 % | 33,4 % | 27,8 % | 22,5 % | 20,2 % |

| | | | | | | |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Amortissements et provisions | 3,9 % | 3,8 % | 4,1 % | 4,1 % | 3,8 % | 3,6 % |
| Résultat exploitat° hors cot. expl. | 24,0 % | 32,8 % | 31,7 % | 26,1 % | 21,1 % | 18,8 % |
| Résultat financier | -1,0 % | -0,8 % | -1,0 % | -1,1 % | -0,9 % | -1,0 % |
| Résultat courant hors cot. expl. | 23,0 % | 32,0 % | 30,7 % | 25,0 % | 20,2 % | 17,7 % |
| Résultat courant € hors cot. expl. | 45 841 | 24 617 | 36 847 | 44 541 | 55 548 | 84 443 |
| Cotisations de l'exploitant | 7,3 % | 11,2 % | 10,5 % | 8,2 % | 6,3 % | 4,8 % |
| Résultat courant | 15,7 % | 20,8 % | 20,2 % | 16,9 % | 13,9 % | 13,0 % |
| Résultat courant € | 31 351 | 16 018 | 24 214 | 30 007 | 38 164 | 61 773 |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071D

Le chiffre d'affaires moyen en 2010 d'une entreprise exerçant une activité de pâtisserie est de 199 087 €. La marge brute moyenne de cette activité est de 70,5 %. Une entreprise exerçant une telle activité, dégage en moyenne un résultat courant de 15,7 % de son chiffre d'affaires.

Les différentes données de l'activité pâtisserie évoluent selon le niveau des ventes des entreprises de manière similaire à l'activité boulangerie et boulangerie-pâtisserie.

■ Évolution des principaux postes entre 2009 et 2010

› Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie

| Evolution 2009/2010 | |
|---------------------------------|---------|
| Nombre d'entreprises | 6 161 |
| Chiffre d'affaires 2010 HT € | 228 002 |
| Chiffre d'affaires | +0,0 % |
| Marge brute | +0,7 % |
| Valeur ajoutée | +0,2 % |
| Charges de personnel | +2,6 % |
| Résultat courant hors cot.expl. | +2,6 % |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071C





Entre 2009 et 2010, le chiffre d'affaires moyen des entreprises de cette activité est resté stable. La marge brute a quant à elle progressé de +0,7 %.

Les charges de personnel ont augmenté de +2,6 %. Malgré cette augmentation, le résultat courant hors cotisations de l'exploitant a quand même progressé de +2,6 %.

> Pâtisserie

| Evolution 2009/2010 | |
|---------------------------------|---------|
| Nombre d'entreprises | 793 |
| Chiffre d'affaires HT 2010 € | 202 015 |
| Chiffre d'affaires | +0,6 % |
| Marge brute | +1,1 % |
| Valeur ajoutée | +0,4 % |
| Charges de personnel | +2,9 % |
| Résultat courant hors cot.expl. | +1,3 % |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071D

Entre 2009 et 2010, le chiffre d'affaires moyen des entreprises de cette activité a légèrement progressé avec +0,6 %. La marge brute a augmenté de +1,1 %.

Après l'augmentation des charges de personnel de +2,9 %, le résultat courant hors cotisations de l'exploitant s'est tout de même accru de +1,3 %.

■ Autres ratios moyens en 2010

> Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie

| Ratios 2010 | |
|--------------------------------------|-------|
| Nombre d'entreprises | 7 335 |
| Rotation de stocks (jrs achats HT) | 22 |
| Crédit clients (jrs CA TTC) | 4 |
| Crédit fournisseurs (jrs achats TTC) | 49 |
| B.F.R. (jrs CA HT) | -14 |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071C

Le B.F.R. moyen des 7 335 entreprises du secteur ressort négatif à -14 jours de CA HT. Cela est principalement dû à la pratique du paiement comptant et à la durée moyenne de la rotation de stocks

qui est de 22 jours d'achats HT, tandis que le crédit fournisseurs est en moyenne de 49 jours d'achats TTC.

| Répartition selon le chiffre d'affaires | global |
|---|---------|
| Nombre d'entreprises | 6 518 |
| Chiffre d'affaires HT € | 230 148 |
| Capacité autofinancement brute | |
| montant en € | 44 927 |
| jours de CA HT | 70 |
| Prélèvements | |
| montant en € | 30 631 |
| jours de CA HT | 48 |
| Autofinancement net | |
| montant en € | 14 295 |
| jours de CA HT | 22 |
| Investissements | |
| montant en € | 9 032 |
| jours de CA HT | 14 |
| Endettement | |
| montant en € | 54 860 |
| jours de CA HT | 86 |
| Trésorerie | |
| montant en € | 11 831 |
| jours de CA HT | 19 |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071C

L'endettement des boulangeries et boulangerie-pâtisserie reste assez élevé : 23,8 % du chiffre d'affaires moyen (54 860 € d'endettement pour un chiffre d'affaires de 230 148 €).

› Pâtisserie

| Autres ratios 2010 | global |
|---------------------------------------|---------|
| Nombre d'entreprises | 828 |
| Chiffre d'affaires HT € | 200 242 |
| Capacité autofinancement brute | |
| montant en € | 39 783 |
| jours de CA HT | 72 |





| | |
|----------------------------|--------|
| Prélèvements | |
| montant en € | 29 179 |
| jours de CA HT | 52 |
| Autofinancement net | |
| montant en € | 10 604 |
| jours de CA HT | 19 |
| Investissements | |
| montant en € | 8 620 |
| jours de CA HT | 15 |
| Endettement | |
| montant en € | 30 718 |
| jours de CA HT | 55 |
| Trésorerie | |
| montant en € | 12 630 |
| jours de CA HT | 23 |

Source : Fédération des Centres de Gestion Agréés, code 1071D

L'endettement des pâtisseries est beaucoup moins élevé que l'endettement des boulangeries et boulangeries-pâtisseries : 15,3 % contre 23,8 % du chiffre d'affaires moyen.

3.2 Chiffres clés des sociétés du secteur

Le code NAF de cette activité correspond à 10.71 : « Fabrication de pain et de pâtisserie fraîche ». Ce code NAF se décompose en quatre sous classes :

- › 10.71A : « Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche »
- › 10.71B : « Cuisson de produits de boulangerie »
- › 10.71C : « Boulangerie et boulangerie-pâtisserie »
- › 10.71D : « Pâtisserie »

3.2.1 Activité des sociétés du secteur

■ Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche

Forme juridique des sociétés du secteur

| | 2010 |
|--------------------|------------------|
| Sociétés | Effectifs |
| Nombre de sociétés | 153 |

| | |
|--------------------|----|
| Dont SARL | 78 |
| Dont SA | 13 |
| Dont SAS | 59 |
| Dont Autres formes | 3 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071A

Données clés du secteur

| | 2010 |
|------------------------------------|-------------------|
| Chiffre d'affaires H.T en € | 14 143 890 |
| Marge | 10,9 % |
| Valeur ajoutée | 26,1 % |
| Résultat d'exploitation | 2,6 % |
| Résultat financier | 0,6 % |
| Résultat courant avant impôts | 3,1 % |
| Résultat net | 3,3 % |
| Nombre de sociétés | 153 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071A

I Cuisson de produits de boulangerie

Forme juridique des sociétés du secteur

| | 2010 |
|--------------------|-----------|
| Sociétés | Effectifs |
| Nombre de sociétés | 642 |
| Dont SARL | 629 |
| Dont SA | 0 |
| Dont SAS | 13 |
| Dont Autres formes | 0 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071B

Les sociétés exerçant une activité de cuisson de produits de boulangerie ont adopté essentiellement la forme juridique de la SARL (98 %).

Données clés du secteur

| | 2010 |
|-----------------------------|---------|
| Chiffre d'affaires H.T en € | 367 202 |
| Marge | 32,3 % |





| | |
|-------------------------------|--------|
| Valeur ajoutée | 44,1 % |
| Résultat d'exploitation | 4,5 % |
| Résultat financier | -1,0 % |
| Résultat courant avant impôts | 3,5 % |
| Résultat net | 3,4 % |
| Nombre de sociétés | 642 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071B

I Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie

Forme juridique des sociétés du secteur

| | 2010 |
|--------------------|------------------|
| Sociétés | Effectifs |
| Nombre de sociétés | 5 735 |
| Dont SARL | 5 609 |
| Dont SA | 17 |
| Dont SAS | 82 |
| Dont Autres formes | 27 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071C

Les sociétés exerçant une activité de boulangerie et boulangerie-pâtisserie ont adopté essentiellement la forme juridique de la SARL (97,8 %).

Données clés du secteur

| | 2010 |
|-------------------------------|---------|
| Chiffre d'affaires H.T en € | 402 931 |
| Marge | 18,5 % |
| Valeur ajoutée | 53,1 % |
| Résultat d'exploitation | 5,4 % |
| Résultat financier | -1,3 % |
| Résultat courant avant impôts | 4,1 % |
| Résultat net | 4,1 % |
| Nombre de sociétés | 5735 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071C

■ Pâtisserie

Forme juridique des sociétés du secteur

| | 2010 |
|--------------------|------------------|
| Sociétés | Effectifs |
| Nombre de sociétés | 826 |
| Dont SARL | 788 |
| Dont SA | 7 |
| Dont SAS | 30 |
| Dont Autres formes | 1 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071D

Les sociétés exerçant une activité de pâtisserie ont adopté essentiellement la forme juridique de la SARL (97,8 %).

Données clés du secteur

| | 2010 |
|-------------------------------|---------|
| Chiffre d'affaires H.T en € | 410 419 |
| Marge | 23,5 % |
| Valeur ajoutée | 51,8 % |
| Résultat d'exploitation | 5,3 % |
| Résultat financier | -0,8 % |
| Résultat courant avant impôts | 4,5 % |
| Résultat net | 4,2 % |
| Nombre de sociétés | 826 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071D

3.2.2 Performances des sociétés du secteur

Le code 1071A « Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche » n'est pas considéré comme représentatif. En effet, le nombre de société contenu dans ce code est inférieur à 500 sociétés. De ce fait, seuls les codes 1071B, 1071C et 1071D seront analysés dans cette partie.



■ Performances par taille d'entreprises

› Cuisson de produits de boulangerie

| Données 2010 | | | | | | |
|---|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Répartition selon le chiffre d'affaires | Global | Tranche 1 | Tranche 2 | Tranche 3 | Tranche 4 | Tranche 5 |
| En € | | ≤100 000 | ≤200 000 | ≤400 000 | ≤600 000 | >600 000 |
| Nombre de sociétés | 642 | 112 | 180 | 135 | 104 | 111 |
| Chiffre d'affaires H.T en € | 367 202 | 65 039 | 147 756 | 276 055 | 490 826 | 1 022 973 |
| Marge | 32,3 % | 33,5 % | 34,0 % | 34,6 % | 29,1 % | 32,5 % |
| Valeur ajoutée | 44,1 % | 29,4 % | 36,6 % | 40,2 % | 45,6 % | 47,4 % |
| Impôts et taxes | 1,4 % | 2,1 % | 1,6 % | 1,3 % | 1,4 % | 1,4 % |
| Charges de personnel | 33,9 % | 24,3 % | 30,1 % | 32,7 % | 35,2 % | 35,3 % |
| EBE | 9,1 % | 3,5 % | 5,4 % | 6,8 % | 9,5 % | 10,9 % |
| Amortissements et provisions | 4,1 % | 6,6 % | 5,0 % | 4,0 % | 4,1 % | 3,8 % |
| Résultat d'exploitation | 4,5 % | -2,1 % | 1,6 % | 3,5 % | 4,4 % | 5,9 % |
| Résultat financier | -1,0 % | -1,6 % | -1,3 % | -1,5 % | -1,0 % | -0,7 % |
| Résultat courant avant impôts | 3,5 % | -3,6 % | 0,3 % | 2,0 % | 3,4 % | 5,2 % |
| Résultat net | 3,4 % | 4,9 % | 1,9 % | 3,1 % | 3,2 % | 3,9 % |
| Résultat net en € | 12 625 | 3 159 | 2 791 | 8 506 | 15 774 | 40 185 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071B

Le chiffre d'affaires moyen en 2010 d'une société exerçant une activité de cuisson de produits de boulangerie est de 367 202 €. La marge moyenne de cette activité est de 32,3 %. Une société exerçant une telle activité dégage en moyenne un résultat net de 3,4 % de son chiffre d'affaires.

La marge des sociétés exerçant cette activité est globalement stable selon leur niveau de chiffre d'affaires. Cependant, l'EBE s'améliore considérablement en fonction du niveau des ventes : il passe de 3,5 % pour les plus petites structures à 10,9 % pour les plus importantes.

► Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie

| Données 2010 | | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Répartition selon le chiffre d'affaires | Global | Tranche 1 | Tranche 2 | Tranche 3 | Tranche 4 | Tranche 5 |
| En € | | ≤175 000 | ≤250 000 | ≤350 000 | ≤550 000 | >550 000 |
| Nombre de sociétés | 5 735 | 1 184 | 1 075 | 1 040 | 1 297 | 1 139 |
| Chiffre d'affaires H.T en € | 402 931 | 122 163 | 212 150 | 298 181 | 436 568 | 932 195 |
| Marge | 18,5 % | 22,0 % | 20,2 % | 18,2 % | 18,6 % | 17,7 % |
| Valeur ajoutée | 53,1 % | 43,7 % | 49,5 % | 52,8 % | 54,4 % | 54,6 % |
| Impôts et taxes | 1,6 % | 1,6 % | 1,5 % | 1,6 % | 1,5 % | 1,7 % |
| Charges de personnel | 43,7 % | 36,3 % | 40,2 % | 43,2 % | 44,6 % | 45,1 % |
| EBE | 8,4 % | 6,6 % | 8,4 % | 8,8 % | 9,0 % | 8,3 % |
| Amortissements et provisions | 4,2 % | 5,7 % | 5,0 % | 4,7 % | 4,2 % | 3,7 % |
| Résultat d'exploitation | 5,4 % | 2,2 % | 4,6 % | 5,4 % | 6,1 % | 5,7 % |
| Résultat financier | -1,3 % | -1,8 % | -1,7 % | -1,7 % | -1,5 % | -1,0 % |
| Résultat courant avant impôts | 4,1 % | 0,3 % | 2,9 % | 3,6 % | 4,6 % | 4,7 % |
| Résultat net | 4,1 % | 2,7 % | 3,9 % | 4,4 % | 4,3 % | 4,2 % |
| Résultat net en € | 16 583 | 3 281 | 8 267 | 13 264 | 18 725 | 38 851 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071C

Le chiffre d'affaires moyen en 2010 d'une société exerçant une activité de boulangerie et de boulangerie-pâtisserie est de 402 931 €. La marge moyenne de cette activité est de 18,5 %. Une société exerçant une telle activité, dégage en moyenne un résultat net de 4,1 % de son chiffre d'affaires.

Contrairement à l'activité de cuisson de produits de boulangerie, la marge des sociétés a tendance à diminuer en fonction du niveau de chiffre d'affaires. Néanmoins, l'EBE ne suit pas la même tendance. En effet, il progresse à mesure que le niveau d'activité augmente. Le taux de résultat net rapporté aux ventes est quant à lui stable : quelle que soit la tranche de chiffre d'affaires, il se situe entre 3 et 4 %.



> Pâtisserie

| Données 2010 | | | | | | |
|---|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Répartition selon le chiffre d'affaires | Global | Tranche 1 | Tranche 2 | Tranche 3 | Tranche 4 | Tranche 5 |
| En € | | ≤150 000 | ≤250 000 | ≤350 000 | ≤500 000 | >500 000 |
| Nombre de sociétés | 826 | 169 | 201 | 129 | 133 | 194 |
| Chiffre d'affaires H.T en € | 410 419 | 98 239 | 197 133 | 298 739 | 418 649 | 971 970 |
| Marge | 23,5 % | 21,8 % | 21,1 % | 20,5 % | 23,9 % | 24,7 % |
| Valeur ajoutée | 51,8 % | 39,5 % | 48,6 % | 51,0 % | 53,1 % | 53,3 % |
| Impôts et taxes | 1,7 % | 1,7 % | 1,7 % | 1,6 % | 1,6 % | 1,8 % |
| Charges de personnel | 43,0 % | 33,6 % | 40,5 % | 43,9 % | 45,2 % | 43,6 % |
| EBE | 7,7 % | 5,0 % | 7,4 % | 6,6 % | 7,2 % | 8,4 % |
| Amortissements et provisions | 3,8 % | 5,3 % | 4,4 % | 4,0 % | 4,1 % | 3,3 % |
| Résultat d'exploitation | 5,3 % | 0,9 % | 4,8 % | 4,1 % | 4,2 % | 6,3 % |
| Résultat financier | -0,8 % | -1,4 % | -1,3 % | -1,3 % | -0,9 % | -0,6 % |
| Résultat courant avant impôts | 4,5 % | -0,4 % | 3,6 % | 2,9 % | 3,3 % | 5,7 % |
| Résultat net | 4,2 % | 0,7 % | 3,6 % | 3,6 % | 4,0 % | 4,8 % |
| Résultat net en € | 17 274 | 715 | 7 142 | 10 772 | 16 611 | 46 975 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071D

Le chiffre d'affaires moyen en 2010 d'une société exerçant une activité de pâtisserie est de 410 419 €. La marge moyenne de cette activité est de 23,5 %. Une société exerçant une telle activité, dégage en moyenne un résultat net de 4,2 % de son chiffre d'affaires.

L'EBE évolue en fonction du chiffre d'affaires comme pour les boulangeries ou boulangeries-pâtisseries. Il passe de 5 à 8 % de la tranche des plus petites sociétés à celle des plus importantes.

Le taux de résultat net rapport au chiffre d'affaires est également conforme à celui observé parmi les boulangeries ou boulangeries-pâtisseries (3 à 4 %) à l'exception de la tranche des pâtisseries ayant un chiffre d'affaires inférieur à 150 000 €. Ces petites pâtisseries ont un résultat net tout juste à l'équilibre.

■ Évolution des principaux postes entre 2009 et 2010

› Cuisson de produits de boulangerie

| Evolution 2009 / 2010 | Global |
|-------------------------------|---------|
| Nombre de sociétés | 551 |
| Chiffre d'affaires | +2 % |
| Marge | +3,1 % |
| Valeur ajoutée | +2,8 % |
| Charges de personnel | +3,9 % |
| EBE | +7 % |
| Résultat courant avant impôts | +22,9 % |
| Résultat net | +26,6 % |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071B

Entre 2009 et 2010, le chiffre d'affaires moyen des sociétés du secteur a progressé de +2 %. La marge brute a suivi une progression légèrement supérieure, soit +3,1 %. Le résultat net quant à lui a augmenté de +26,6 %.

› Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie

| Evolution 2009 / 2010 | Global |
|-------------------------------|-------------|
| Nombre de sociétés | 4946 |
| Chiffre d'affaires | +2,3 % |
| Marge | -0,9 % |
| Valeur ajoutée | +3,6 % |
| Charges de personnel | +4 % |
| EBE | +12,2 % |
| Résultat courant avant impôts | +32,2 % |
| Résultat net | +36 % |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071C

Entre 2009 et 2010, bien que le chiffre d'affaires moyen des sociétés du secteur ait progressé de +2,3 %, la marge brute a marqué un repli de -0,9 %.

La réduction des consommations intermédiaires a permis aux pâtisseries de faire croître leur valeur ajoutée de +3,6 %.

Le résultat quant à lui a augmenté de +36 %.



> Pâtisserie

| Evolution 2009 / 2010 | Global |
|-------------------------------|------------|
| Nombre de sociétés | 733 |
| Chiffre d'affaires | +1,7 % |
| Marge | +4,1 % |
| Valeur ajoutée | +1,6 % |
| Charges de personnel | +2,9 % |
| EBE | +4 % |
| Résultat courant avant impôts | +11,3 % |
| Résultat net | +10,3 % |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071D

Entre 2009 et 2010, le chiffre d'affaires moyen des sociétés du secteur a progressé de +1,7 % et la marge brute de +4,1 %. Le résultat net quant à lui a augmenté de +10,3 %.

■ Autres ratios moyens en 2010

> Cuisson de produits de boulangerie

| Données 2010 | |
|---|----------|
| Répartition selon le chiffre d'affaires | Global |
| En € | |
| Rotation de stocks en jours achats HT | 7 |
| Crédit clients jours CA TTC | 4 |
| Crédits fournisseurs jours achats TTC | 47 |
| B.F.R en € | - 41 715 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071B, nombre de sociétés : 642

Le B.F.R. moyen des 642 sociétés du secteur est de -41 715 €. Le délai de règlement clients moyen est de 4 jours de CA TTC, et le crédit fournisseurs moyen est de 47 jours d'achats TTC.

| Ratios 2010 | Global |
|---------------------------------|--------|
| En € | |
| Capacité d'autofinancement en € | 21 677 |
| Investissements en € | 11 741 |
| Trésorerie en € | 24 283 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071B, nombre de sociétés : 642

A fin 2010, les opérations de l'année ont permis à l'activité de cuisson de produits de boulangerie d'obtenir en moyenne une trésorerie positive de 24 283 €.

› Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie

| Répartition selon le chiffre d'affaires | Global |
|---|----------|
| En € | |
| Rotation de stocks en jours achats HT | 7 |
| Crédit clients jours CA TTC | 5 |
| Crédits fournisseurs jours achats TTC | 46 |
| B.F.R en € | - 46 771 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071C, nombre de sociétés : 5 735

Le B.F.R. moyen des 5 735 sociétés du secteur est de -46 771 €. Le délai de règlement clients moyen est de 7 jours de CA TTC, et le crédit fournisseurs moyen est de 46 jours d'achats TTC.

| Ratios 2010 | Global |
|---------------------------------|-----------|
| En € | |
| Capacité d'autofinancement en € | 28 590 |
| Investissements en € | 17 105 |
| Trésorerie en € | - 109 702 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071C, nombre de sociétés : 5 735

A fin 2010, les opérations de l'année ont généré en moyenne une trésorerie négative de -109 702 € pour les sociétés du secteur.

› Pâtisserie

| Données 2010 | |
|---|----------|
| Répartition selon le chiffre d'affaires | Global |
| En € | |
| Rotation de stocks en jours achats HT | 18 |
| Crédit clients jours CA TTC | 7 |
| Crédits fournisseurs jours achats TTC | 43 |
| B.F.R en € | - 29 522 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071D, nombre de sociétés : 826



Le B.F.R. moyen des 826 sociétés du secteur est de -29 522 €. Le délai de règlement clients moyen est de 7 jours de CA TTC, et le crédit fournisseurs moyen ressort plus faible que pour les boulangeries ou boulangeries-pâtisseries à 18 jours d'achats TTC.

| Ratios 2010 | Global |
|---------------------------------|--------|
| En € | |
| Capacité d'autofinancement en € | 27 870 |
| Investissements en € | 16 290 |
| Trésorerie en € | 33 375 |

Source : Base de données DIANE au 15 septembre 2011, code 1071D, nombre de sociétés : 826

A fin 2010, les opérations de l'année ont permis aux pâtisseries d'obtenir en moyenne une trésorerie positive de 33 375 €.

3.3 Éléments d'analyse de l'exploitation

■ Prix et facturation

L'article L410-1 du Code de commerce instaure la liberté des prix des biens, produits et services. La seule condition est qu'elle ne cause pas de vente à perte (article L422-2 du Code de commerce). Le secteur de la boulangerie pâtisserie ne fait pas exception à cette loi.

Variation des prix à la consommation par rapport à l'année

| | 2008 | 2009 |
|------------------------------------|--------|--------|
| Pain | +4,5 % | +0,8 % |
| Pâtisserie fraîche et viennoiserie | +4,9 % | +1,4 % |

Source : INSEE

› Boulangerie

Les prix de vente peuvent être établis par une évaluation précise du coût de revient de chacun des produits proposés.

Pour les différents types de pains, les coûts complets de l'activité boulangerie doivent être affectés aux différentes productions boulangères selon les clés de répartition suivantes :

- La matière première utilisée pour chaque type de pain est fonction du rendement au quintal : le nombre d'unités produites avec un quintal de farine varie selon le type de pains que l'on souhaite produire. La norme professionnelle veut qu'avec un quintal de farine, on produise 275 pains de 400 g ou 490 pains de 200 g ;

- Les coûts de la main d'œuvre de production doivent être répartis entre les différents types de pains en fonction du temps de panification. Des temps moyens de panification sont communiqués par les organisations professionnelles : 1 quintal de farine requiert en moyenne 4h30 de panification pour des unités de 400 g et 5h45 pour des unités de 200 g ;
- Les autres charges sont affectées entre les différents types de pains en fonction du nombre d'unités produites ;
- Les prix de vente peuvent également être calculés à l'aide d'un coefficient multiplicateur appliqué au coût matière unitaire (prix de vente TTC / prix d'achat HT). Celui-ci est établi à partir des quantités définies par les recettes et des prix d'achat. Cette méthode imprécise ne prend pas en compte les différences de coût de main d'œuvre de production d'un type de pain à l'autre : elle revient à affecter les coûts de main d'œuvre de production au même titre que les charges indirectes, c'est-à-dire en fonction des unités produites. En produits de boulangerie, l'INBP estime autour de 4 le coefficient multiplicateur, voire plus. Les experts-comptables précisent quant à eux qu'il est nettement supérieur à 4.

› Pâtisserie

Le prix théorique de chaque production pâtissière est établi en fonction des paramètres suivants :

- les quantités de matières nécessaires définies dans la recette ;
- le temps de main d'œuvre nécessaire à la fabrication du gâteau, auquel on applique le tarif horaire (coût total de la main d'œuvre de production pâtissière, divisé par le nombre total d'heures affectées à la pâtisserie y compris les heures improductives et de formation...) ;
- les autres charges sont affectées de façon uniforme pour l'ensemble de l'activité pâtisserie.

En boulangerie, comme en pâtisserie, les prix théoriques ainsi déterminés constituent une base de référence pour le chef d'entreprise. Dans la pratique, ils sont généralement modulés en fonction des risques d'inventus et du positionnement commercial de l'entreprise.



■ Principaux postes de coûts et évaluation du prix de revient

L'INSEE donne la décomposition suivante des charges d'exploitation en boulangerie et en pâtisserie en 2006 :

Compte de résultat des boulangeries, boulangeries-pâtisseries et pâtisseries

Source : INSEE, Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce, 2006

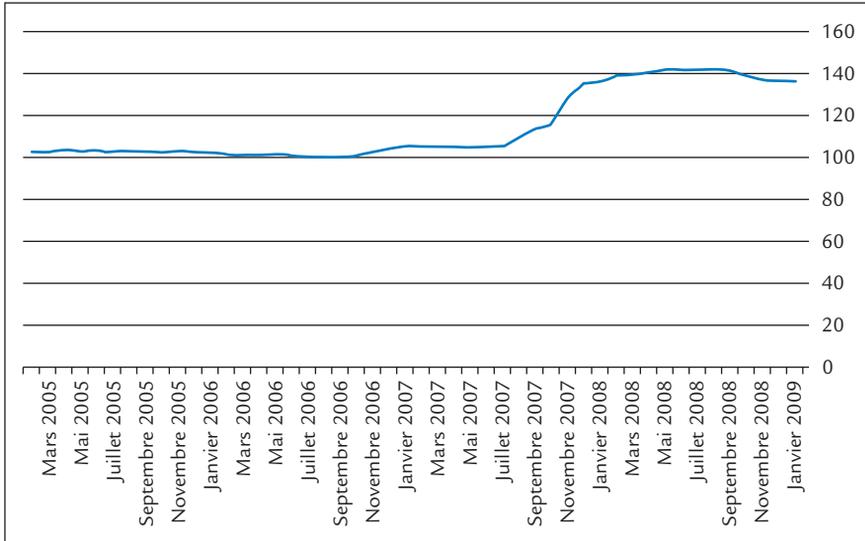
| En % du CA HT | Boulangerie et Boulangerie pâtisserie | | Pâtisserie | |
|---|--|--------------|--------------|--------------|
| | <10 salariés | >10 salariés | <10 salariés | >10 salariés |
| Achats de marchandises | 4,2 | 8,4 | 5,6 | 7,1 |
| Variation des stocks de marchandises | 0,1 | 0 | 0,2 | -0,1 |
| Marge commerciale | ns | ns | ns | ns |
| Consommations intermédiaires | 40,5 | 36,5 | 41,8 | 38,6 |
| Valeur ajoutée | 55,2 | 55,1 | 52,4 | 54,4 |
| Impôts et taxes sur les produits | nd | 2,7 | nd | 2,4 |
| Frais de personnel | 28,8 | 45,6 | 27,8 | 43,3 |
| EBE | 26,4 | 7,2 | 24,5 | 9,0 |
| Dotation aux amortissements et provisions | nd | 3,1 | nd | 3,2 |
| Autres charges d'exploitation | nd | 0,3 | nd | 0,5 |
| Résultat d'exploitation | nd | 5,4 | nd | 6,5 |
| Charges financières | nd | 1,1 | nd | 1,0 |
| Résultat de l'exercice | nd | 4,1 | nd | 4,2 |
| Chiffre d'affaires (en M€) | 6 011,0 | 1 932,7 | 537,6 | 460,2 |

› Coût des matières premières

En boulangerie, les matières premières utilisées sont la farine, l'eau, le sel, la levure et les améliorants pour le pain.

En pâtisserie, les ingrédients varient d'une recette à l'autre. Le produit étant fourni emballé à la clientèle, les conditionnements peuvent être assimilés à de la matière première.

Evolution de l'indice des prix à la production de la farine boulangère



Source : INSEE, Base 100 en 2000, série arrêtée au 1^{er} janvier 2009

Sur la période plus récente, le prix de la farine boulangère a connu de nouvelles hausses dont certaines ont conduit l'Autorité de la Concurrence à ouvrir en 2010 une enquête pour pratique d'entente.

› Charges de personnel

L'INSEE souligne le poids des charges de personnel dans les activités de boulangerie pâtisserie qui s'élèvent à 28,8 % pour les structures de moins de 10 salariés et à 45,6 % pour les entreprises de plus de 10 salariés en 2006. Elles sont légèrement moindres en pâtisserie : 27,8 % pour les moins de 10 salariés et 43,3 % pour les entreprises de plus de 10 salariés. Les activités de boulangerie et de pâtisserie sont avant tout des activités de transformation et donc des activités consommatrices de main d'œuvre.

La main d'œuvre d'une boulangerie pâtisserie est composée de la manière suivante :

- de l'exploitant : il intervient généralement en production et assure la gestion de l'établissement (son travail est évalué en coût de remplacement, c'est-à-dire au montant du salaire qui serait versé à un salarié de même qualification) ;
- du conjoint de l'exploitant : il intervient généralement pour la vente et son travail est évalué en coût de remplacement ;



- du personnel de production : il s'agit du personnel ouvrier employé au fournil de boulangerie et au laboratoire de pâtisserie ;
- du personnel de vente.

› Frais généraux

Les principaux frais généraux inhérents à une activité de boulanger pâtissier sont :

- l'énergie : elle représente un poste de coût important (au moins 5 % du chiffre d'affaires selon l'INBP) ;
- les loyers des locaux et du matériel ;
- les frais d'entretien et de réparation de l'outil de production.

■ Moyens de production

› Locaux

Jusqu'en 1999, la superficie des locaux de production des nouvelles constructions était réglementée : le fournil et la salle de préparation des pâtes devaient couvrir une surface minimum de 120 m². Cette obligation a été supprimée en février 1999.

Leur coût varie fortement en fonction de la situation géographique de la boulangerie : en tant que commerce de proximité, une boulangerie peut être implantée dans tout type de zone (urbaine, périurbaine, communes rurales...).

Nombre de magasins selon la surface moyenne des points de vente

Source : INSEE, Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce, 2006

| Surface moyenne (m ²) | <20 | de 20 à 60 | de 60 à 119 | de 120 à 399 | surface non précisée | Total |
|-----------------------------------|--|---------------|----------------|-----------------|----------------------------|--------|
| | Boulangerie et boulangerie pâtisserie | | | | | |
| Nombre de magasins | 10 096 | 13 622 | 9 668 | 370 | 491 | 34 247 |
| Poids (en %) | 29,5 | 39,8 | 28,2 | 1,1 | 1,4 | 100 |
| | Pâtisserie | | | | | |
| Nombre de magasins | 1 278 | 1 372 | 1 074 | 157 | 314 | 4 195 |
| Poids (en %) | 30,5 | 32,7 | 25,6 | 3,7 | 7,5 | 100 |

69,3 % des points de vente en boulangerie et boulangerie pâtisserie sont inférieurs à 60 m² comprenant la surface de vente et le fournil ou attenant. Les pâtisseries nécessitent un espace plus important tant pour la vente (présence de vitrines réfrigérantes ou non) que pour la fabrication. 63,2 % ont une surface inférieure à 60 m².

■ Equipements et matériels

Pour une boulangerie, l'équipement matériel est déterminant pour la bonne marche de l'entreprise. L'Institut National de la Boulangerie Pâtisserie (INBP) estime ce montant compris entre 100 et 150 K€ au minimum, sans réel changement depuis 2006. A cela s'ajoutent les locaux, et d'autres équipements selon l'activité (pâtisserie, glacier, chocolaterie...). Ces investissements sont lourds mais ils permettent d'améliorer la productivité et le rendement et de minimiser le temps de présence physique du boulanger. Les professionnels estiment à 6 heures le temps de présence minimum nécessaire à la fabrication du pain aujourd'hui.

Exemple de matériel pour un laboratoire de boulangerie

Source : DAFSA d'après entretien INBP, octobre 2007

| Matériel | Prix en euros HT | Commentaires |
|---------------------------------|--------------------------|---|
| Pétrin | 10 000 - 15 000 | généralement 2 ou 3 par boulangerie |
| Refrigerateur d'eau | 5 000 | |
| Diviseuse | 5 000 | 1 par boulangerie |
| Chambre de pousse | 5 000-10 000 | généralement 2 ou 3 |
| Façonneuse | 5 000 | 1 par boulangerie |
| Chambre de fermentation | | |
| Fours : | | |
| a) à soles | 30 - 45 000 | D'une durée de vie supérieure à 25 ans |
| b) ventilés | 15 000-20 000 | D'une durée de vie supérieure à 12 ans ; des chariots complets ou des filets peuvent y rentrer. Ces fours conviennent particulièrement aux baguettes et croissants. |
| c) boîtes à bois, avec soles, | 30 000-45 000 | Reviennent à la mode. D'une durée de vie supérieure à 25 ans |
| Silo-farine ou chambre à farine | 10 000 | 1 en boulangerie |
| Batteur | 5 000 | pour la viennoiserie et les pains spéciaux |
| Laminoin | 5 000 - 10 000 | pour la viennoiserie |
| Divers matériel | 10 000 | Plans de travail, tours réfrigérées, balances, couteaux, thermomètres... |
| Total | 100 000 - 150 000 | |

La vitrine représente un investissement pouvant atteindre 30 à 40 000 euros selon l'INBP comprenant du matériel spécifique (présentoirs réfrigérés ou non...) et la décoration, qui évolue selon les temps forts de l'année.



3.4 Financements et aides spécifiques

Pour retrouver toutes les aides dont peut bénéficier chaque entreprise selon son secteur d'activités, rendez-vous à l'adresse suivante : <http://semaphore.cci.fr>

Retrouvez également des informations sur le financement des entreprises dans la rubrique « Financement » du site du Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables : <http://www.experts-comptables.fr> et rejoignez le blog des experts-comptables, dédié au financement des TPE / PME : www.financement-tpe-pme.com

4 • Environnement juridique

4.1 Réglementation propre à l'activité

Les principaux textes spécifiques au métier de la boulangerie pâtisserie sont :

- **Loi 2010-853 du 23 juillet 2010** relative aux réseaux consulaires au commerce artisanat et services ;
- **Loi 2008-776 du 4 août 2008** de modernisation de l'économie ;
- **Décret n° 2006-80 du 25 janvier 2006** modifiant le **décret n° 98-246 du 2 avril 1998** précisant les conditions d'obtention des titres d'artisan et de maître artisan ;
- **Règlement n° 852/2004** relatif à l'hygiène des denrées alimentaires, inclus dans le Paquet Hygiène ;
- **Loi n° 98-405 du 25 mai 1998** déterminant les conditions juridiques de l'exercice de la profession d'artisan boulanger ;
- **Arrêté du 12 décembre 1995** réglementant l'appellation de l'enseigne de boulangerie ; Arrêté du 12 décembre 1995 réglementant l'appellation de l'enseigne de boulangerie ;
- **Arrêté du 9 mai 1995** réglementant l'hygiène des aliments remis directement au consommateur ;
- **Décrets n° 93-1074 du 13 septembre 1993** et **n° 97-917 du 1^{er} octobre 1997** concernant la définition de certaines catégories de pains ;
- **Arrêté du 16 novembre 1999**, sur l'affichage des prix en boulangerie ;
- **Décret n° 2007-1461 du 12 octobre 2007**, régissant l'utilisation des titres restaurant.

Il existe également une abondante réglementation sur le pain et les aliments nécessaires à sa fabrication :

- › **Directive européenne 95/2/CE, décret n° 93-1074 du 13 septembre 1993**, et divers arrêtés réglementant l'utilisation d'améliorants dans les produits de boulangerie (additifs, adjuvants et auxiliaires technologiques) ;
- › **Arrêté du 17 mars 2008** fixant les exigences et recommandations en matière de certification de conformité des blés, farines et pains ;
- › **Arrêté du 2 mai 2001** relatif aux additifs pouvant être employés.

4.2 Obligations en cours d'activité

■ Construction et aménagement des locaux

L'**arrêté du 19 octobre 2001** modifiant l'**arrêté du 9 mai 1995** réglementant l'hygiène des aliments remis directement au consommateur expose désormais les prescriptions relatives en matière d'aménagement et de construction de boulangerie.

■ Information pour les consommateurs

L'**arrêté du 16 novembre 1999** relatif à la publicité à l'égard du consommateur fixe les conditions d'étiquetage des prix du pain et de la pâtisserie.

Chaque catégorie de pain exposée à la vue du public, dans tous les points de vente au détail, doit être accompagnée d'un écriteau fixé à la base et au milieu de chacune des grilles ou étagères où les pains sont exposés. Les mentions suivantes doivent figurer :

- › La dénomination exacte de la catégorie de pain ;
- › Le poids en grammes pour les pains vendus à la pièce (cette mention n'est pas obligatoire pour les pains d'un poids inférieur à 200 g) ;
- › Le prix de vente à la pièce ou au kilogramme selon qu'il s'agit de pains vendus à la pièce ou au poids ;
- › Le prix de vente rapporté au kilogramme pour les pains vendus à la pièce d'un poids supérieur à 200 g.

Par ailleurs, une affiche blanche imprimée en noir, ayant pour titre « Prix du pain » doit être apposée dans tous les points de vente au détail à une hauteur maximale de 2 m au-dessus du sol sans qu'un obstacle puisse gêner la vue des consommateurs. Elle énumère à raison d'un article par ligne, toutes les catégories de pains mises en vente avec :

- › La dénomination précise ;
- › Leur poids ;



- › Leur prix à la pièce ;
- › Leur prix au kg (pour les pains vendus à la pièce d'un poids égal ou supérieur à 200 g).

Le pain préemballé (en général le pain de mie) doit faire l'objet d'un étiquetage portant mention du nom du produit, des ingrédients qu'il renferme en pourcentage, son poids, sa composition avec tous les additifs utilisés par ordre décroissant, le nom du producteur. Les pains emballés devant le client ne sont pas considérés comme préemballés.

La mention « décongelé » doit être portée sur les pâtisseries décongelées vendues non préemballées dans le magasin, suivant le **décret n° 91-187 du 19 février 1991**.

■ Utilisation des titres restaurant

Le **décret n° 67-1165 du 22 décembre 1967**, l'**ordonnance n° 67-830 du 27 septembre 1967** modifiée par le **décret n° 2007-1461 du 12 octobre 2007**, et l'article 3 de la **loi de finances rectificative pour 2001**, n° 2001-1276 du 28 décembre 2001, régissent l'utilisation des titres restaurant.

Les principales modifications concernent :

- › la définition des établissements pouvant accepter les titres restaurants : Les personnes, entreprises ou organismes qui assurent uniquement les prestations de portage ou de livraison de repas à domicile ne peuvent bénéficier de l'assimilation à l'activité de restaurateur ;
- › les justifications et pièces à fournir par les établissements concernés : transmettre par lettre recommandée avec avis de réception à la Commission nationale des titres restaurant un dossier complet dont la composition est fixée par un arrêté du ministre chargé de l'Economie et du ministre chargé du Commerce.

Les titres restaurant ne sont utilisables que pour « acquitter le prix d'un repas » ou l'achat de « préparations alimentaires immédiatement consommables » pouvant servir de substitut au repas.

Les commerçants assimilés peuvent accepter les titres en paiement à raison d'un seul titre par achat. Une tolérance d'utilisation de deux titres restaurant au plus a été admise dès 1975, à condition toutefois de ne pas rendre la monnaie. Il est en effet interdit de rendre la monnaie sur un titre restaurant. Le remboursement des titres est obtenu sous 21 jours maximum après remise des titres. En outre, les titres restaurants sont limités dans le temps à leur année d'émission et dans l'espace, puisqu'ils ne sont utilisables que dans le département du lieu de leur travail et les départements limitrophes.

Le site de la Commission nationale des titres restaurant (www.cntr.fr) réunit l'ensemble des informations applicables aux titres restaurant.

4.3 Règles de sécurité

■ La sécurité dans les installations de boulangerie pâtisserie concerne 3 aspects essentiels :

- › La **sécurité mécanique et électrique** : les matériels mis en service doivent se conformer à l'**article RO233-49-5 du Code du travail**, transposant en droit français la **directive européenne n° 89/655** dite « directive utilisateurs » définissant les mesures d'organisation des équipements de travail et une obligation de mise en conformité des machines en service. L'ensemble des machines utilisées doit notamment comporter le marquage CE ;
- › La **sécurité contre l'incendie** : la boulangerie est sujette aux risques d'incendie et l'utilisation des fours et des matières inflammables impose d'être vigilant. Pour limiter ces risques et intervenir rapidement en cas de sinistre, la réglementation impose plusieurs mesures en matière d'équipement en extincteurs, d'aménagement des locaux en vue d'évacuations éventuelles et d'utilisation et d'entretien des conduits de fumée et de ventilation ;
- › Le **respect des règles d'hygiène et de sécurité** est étroitement contrôlé par les autorités publiques et donne lieu à de très fréquents contrôles des services d'inspection. Les sanctions applicables en cas de manquement vont de l'amende à l'emprisonnement, en passant par la fermeture de l'établissement.

■ Hygiène des aliments remis directement aux consommateurs

Les réglementations d'hygiène auxquelles est soumis le secteur de la boulangerie pâtisserie sont pour l'essentiel :

- › **Règlement n° 852/2004 du 29 avril 2004**, inclus dans le **Paquet Hygiène**, entré en vigueur le 1^{er} janvier 2006 qui précise la responsabilité des exploitants, le respect des règles d'hygiènes par l'utilisation de guides de bonnes pratiques d'hygiène et la mise en place de la méthode HACCP (principe dont l'objectif est la prévention, l'élimination ou la réduction à un niveau acceptable de tout danger biologique, chimique et physique par une analyse des dangers permettant la mise en place de points critiques où il est possible de les maîtriser) ;
- › **Arrêté du 9 mai 1995**, réglementant l'hygiène des aliments remis directement au consommateur ;
- › **Arrêté du 28 mai 1997**, relatif aux règles d'hygiène applicables à certains aliments et préparations alimentaires destinés à la consommation humaine (remise indirecte) ;



- › **Arrêté du 20 juillet 1998**, fixant les conditions techniques et hygiéniques applicables au transport des aliments ;

Les entreprises peuvent se reporter au **Guide de bonnes pratiques d'hygiène en pâtisserie** que la Confédération a mis au point avec la Confédération de la pâtisserie glacierie chocolaterie traiteur qui propose un ensemble de moyens adaptés aux structures artisanales et dont l'efficacité a été reconnue par les administrations de contrôle. Le guide est téléchargeable sur le site : www.cannelle.com.

4.4 Normes françaises et européennes

■ Les normes

Les normes concernant les matériels et machines sont nombreuses. Le site AFNOR (www.boutique.afnor.fr) recense les suivantes :

- › **NF EN 13288 (2006)** : Machines pour les produits alimentaires – Élévateurs / basculeurs de cuve - Prescriptions relatives à la sécurité et à l'hygiène ;
- › **NF EN 12042 (2006)** : Machines pour les produits alimentaires - Diviseuses automatiques - Prescriptions relatives à la sécurité et l'hygiène ;
- › **NF EN 13591 (2006)** : Machines pour les produits alimentaires - Élévateurs-enfourneurs - Prescriptions relatives à la sécurité et à l'hygiène ;
- › **NF EN 13954 (2006)** : Machines pour les produits alimentaires – Machines à couper le pain – Prescriptions relatives à la sécurité et à l'hygiène ;
- › **NF EN 13389 (2006)** : Machines pour les produits alimentaires - Pétrins horizontaux - Prescriptions relatives à la sécurité et à l'hygiène ;
- › **NF EN 13390 (2002)** : Machines pour les produits alimentaires - Fonceuses à tartes - Prescriptions relatives à la sécurité et à l'hygiène ;
- › **NF EN 1674 (2000)** : Machines pour les produits alimentaires - Laminoirs à pâte - Prescriptions relatives à la sécurité et à l'hygiène ;
- › **NF EN 12043 (2000)** : Machines pour les produits alimentaires - Chambres de repos - Prescriptions relatives à la sécurité et à l'hygiène ;
- › **NF EN 12041 (2000)** : Machines pour les produits alimentaires - Façonneuses - Prescriptions relatives à la sécurité et à l'hygiène ;
- › **NF EN 454 (2000)** : Machines pour les produits alimentaires - Batteurs-mélangeurs - Prescriptions relatives à la sécurité et l'hygiène ;

- › **NF EN 453 (2000)** : Machines pour les produits alimentaires - Pétrins - Prescriptions relatives à la sécurité et l'hygiène.

Toutes ces normes répondent aux spécifications de la marque NF-HSA. D'autres normes sont en cours d'élaboration dans le cadre de la transposition de la **directive DI n° 98/37 du 1^{er} juin 1998** concernant le rapprochement des législations des états membres relatives aux machines.

Les normes européennes EN applicables au matériel et équipement de boulangerie pâtisserie ainsi que des explications sont disponibles sur le site www.cannelle.com rubrique matériel.

La mise en conformité des équipements de travail en service a été rendue obligatoire par la **directive n° 89/655** transcrite dans la réglementation française sous les **décrets n° 93-40** et **n° 93-41 du 11 janvier 1993**. Elle concerne les équipements suivants : les pétrins, les batteurs-mélangeurs, les laminoirs, les façonneuses, les « peseuses » (sous ce terme sont visées les diviseuses volumétriques automatiques), les diviseuses, les fours rotatifs, les chambres de repos à balancelles. Ne sont pas visés les équipements de travail mis en service après le 1^{er} janvier 1993 qui sont en principe conformes.

■ Autres marques de qualité pour les matériels

Une marque de qualité spécifique, attribuée par l'AFNOR, a été développée pour les équipements de boulangerie pâtisserie traiteur : NF-HSA ou Norme Française Hygiène Alimentaire Sécurité et Aptitude à l'Emploi, Filière Boulangerie Pâtisserie. Elle répond à deux objectifs :

- › assurer que le marquage CE des machines est conforme à la réglementation en vigueur ;
- › vérifier que la machine est facilement nettoyable (l'hygiène du produit traité est garantie), qu'elle est sûre (la sécurité de l'utilisateur est garantie), tout en l'appréciant en conditions réelles d'utilisation.

La marque NF-HSA certifie la conformité des matériels aux exigences combinées de l'hygiène alimentaire, de la sécurité du personnel et de l'aptitude à l'emploi. Elle est attribuée après contrôle des machines en laboratoire. Un audit des sites de fabrication est également assuré par un organisme indépendant des constructeurs.

Par ailleurs, les artisans peuvent également demander la présence d'une attestation de conformité sur le matériel acheté. Cette attestation est validée par le CETIM, Centre Technique des Industries Mécaniques.





■ Les appellations en boulangerie

Les appellations des produits doivent être conformes :

- Soit à des textes réglementaires (ex. : **décret n° 93-1074 du 13 septembre 1993** modifié par le **décret 97-917 du 1^{er} octobre 1997** pour le pain maison, le pain au levain et le pain de tradition française, réglementation des produits bio, ...);
- Soit aux usages loyaux et constants du commerce (ex : recueil des usages concernant les pains en France, distinction des appellations baguettes et flûtes ...);
- Soit à la jurisprudence (ex : pain cuit au bois);
- Le site de la confédération de la boulangerie apporte toutes les précisions sur ce thème-là : www.boulangerie.org/reglementation/appelation_boul.htm

5 • Principales spécificités comptables, fiscales et sociales

5.1 Spécificités comptables

A défaut d'un plan comptable professionnel, il est souhaitable de ventiler les achats de matières pour la fabrication en compte 601 et les achats de marchandises revendues en l'état en compte 607 (à ventiler par taux de tva). Cette ventilation doit être adaptée à l'activité réelle de l'affaire : boulangerie, pâtisserie, chocolaterie ...

Peu de professionnels sont équipés de caisses enregistreuses avec ventilation ; aussi cette distinction comptable des achats - à partir desquels sont réalisées des marges très différentes - permet de ventiler les recettes en conséquence : comptes 701 et 707.

Il est à noter, par ailleurs, que le matériel de fabrication immobilisé peut être amorti selon le mode dégressif. L'amortissement par composants peut s'appliquer aux fours à soles, utilisant le gaz ou le fuel : le brûleur a une durée de vie de 10 ans (pour 25 ans de l'ensemble) et représente 10 % du prix global du four.

5.2 Spécificités fiscales

5.2.1 Taux de TVA applicables

- Les recettes provenant de la vente des produits des artisans boulangers sont généralement taxées au taux réduit de 5,5 %.

- Certains produits annexes, tels que les boissons, les produits de confiserie et certains produits composés de chocolat, sont assujettis au taux de 19,6 % ; depuis le 01/01/2006, les chocolats bénéficient du taux réduit s'ils ne dépassent pas 5 cm et 20 grammes. Restent au taux normal les chocolats de taille supérieure au lait, blancs, fourrés, chocolaté à la taza et chocolaté familial à la taza. Voir Instruction du 16/03/2006, 3 C-2-06.
- La répartition du chiffre d'affaires par activité (comptes 701 et 707), telle que décrite ci-dessus, nécessite un deuxième éclatement par taux de TVA.
- Les recettes s'effectuent en majorité au comptant ; il convient de respecter l'obligation de tenue d'un livre de caisse ne représentant que les espèces.
- Les ventes doivent en principe être comptabilisées d'une manière détaillée, chaque opération faisant l'objet d'une inscription distincte. Cependant, l'administration admet que les opérations au comptant pour des valeurs inférieures à 76 € TTC peuvent être inscrites globalement sur le livre à la fin de chaque journée, et le montant des opérations, inscrites sur le livre, totalisé à la fin de chaque mois.
- Toutefois, l'administration considère que les recettes journalières doivent être justifiées par des bandes de caisse enregistreuse identifiant l'article et indiquant le prix de vente.
- L'absence de désignation des articles vendus enlève toute valeur probante aux sommes déclarées. Aussi est-il préférable d'utiliser une caisse enregistreuse et de conserver pendant 6 ans (et plus s'il existe un déficit reportable).
- Les rouleaux de caisse enregistreuse font partie intégrante des pièces justificatives du chiffre d'affaires.
- Le ticket récapitulatif édité par les machines est utilisé pour le traitement comptable.
- Il est également recommandé de conserver pendant la même durée les cartes, les bons de commande, le carnet de réservation... qui permettent de justifier le montant des recettes déclarées.

5.2.2 Consommation personnelle de l'exploitant

Le chef d'entreprise et sa famille bénéficient d'avantages en nature, qui doivent être comptabilisés soit en recettes (compte 791), soit en diminution des charges (achats, loyers, électricité).

Il convient de reverser à l'état la TVA correspondante.



5.3 Spécificités sociales

5.3.1 Convention collective

Les salariés du secteur relèvent de la convention collective nationale de la boulangerie pâtisserie artisanale entrée en vigueur le 1^{er} avril 1976 et étendue par l'arrêté du 21 juin 1978 (brochure n° 3117 du Journal Officiel). Il faut se référer également aux annexes départementales.

5.3.2 Champ d'application

Entreprises dont l'activité principale consiste à fabriquer et vendre, essentiellement au consommateur final, du pain, de la viennoiserie et de la pâtisserie. Entreprises constituées d'un ou de plusieurs établissements dont chacun répond à au moins deux des critères suivants :

- › Fabrication de pain inférieure à 5 400 quintaux annuels ;
- › Effectif inférieur à 50 salariés ;
- › Vente directe au consommateur final constitue l'essentiel de l'activité commerciale de l'entreprise.

Il s'agit notamment de boulangerie, de boulangerie-pâtisserie, de points de vente de pain dépendant d'une boulangerie ou d'une boulangerie-pâtisserie

5.3.3 Contrat de travail (obligatoirement écrit avec certaines mentions obligatoires)

■ Prime de chou blanc

Tout salarié régulièrement embauché, et qui vient pour travailler à l'heure convenue du début du travail, percevra, s'il se trouve décommandé à ce moment précis, une indemnité de huit heures de salaire horaire minimum professionnel national dite indemnité de « chou blanc » (se référer également aux annexes régionales départementales).

■ Heures pour recherche d'emploi

Uniquement en cas de licenciement par l'employeur, le salarié aura droit, pour rechercher un nouvel emploi, à 2 heures libres par jour au cours de la dernière semaine de préavis.

Ces deux heures seront prises alternativement au choix de l'employeur et du salarié, toutefois un accord pourra intervenir permettant, entre autres, de grouper tout ou partie de ces heures.

Seules, les heures utilisées seront rémunérées.

■ Régime des « extra » (voir aussi les annexes départementales)

Extra : salarié occupé en surnombre ou en remplacement à un poste de travail.

Pour assurer aux ouvriers en extra une rémunération hebdomadaire équivalente à celle d'un ouvrier à demeure, il faut majorer le salaire journalier de 25 % pour la 8^{ème} heure et de 50 % à partir de la 9^{ème} heure et au-dessus si la durée hebdomadaire de travail s'étend sur 6 jours.

■ Prime de fin d'année

Prime due aux salariés occupés par l'entreprise le 31 décembre, payable au plus tard le 15 janvier : 3,84 % du montant du salaire brut du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Les salariés embauchés suite à un licenciement pour motif économique recevront cette prime au prorata du temps de présence dans l'entreprise.

Exceptionnellement, les salariés qui ne sont pas occupés par l'entreprise le 31 décembre (notamment parce qu'ils ont fait l'objet d'un licenciement économique en cours d'année ou qu'ils ont quitté volontairement ou non l'entreprise pour bénéficier de leurs droits à la retraite ou à une préretraite) et qui, au moment de leur départ, avaient une année de présence dans l'entreprise, recevront cette prime dont le montant sera alors calculé à partir du montant du salaire brut payé au salarié au 1^{er} janvier au moment de leur départ de l'entreprise.

5.3.4 Congés spéciaux

■ Congés supplémentaires

Jours de congés supplémentaires, suivant ancienneté et le département (Loiret, Loire Atlantique, Somme, Lot et Garonne).

5.3.5 Durée du travail

■ Accord RTT du 31 mai 1999

Plusieurs modalités (pouvant se combiner entre elles) de réduction de temps de travail le cas échéant : jours de repos, modulation, répartition hebdomadaire de l'horaire collectif.

■ Travail de nuit

Dispositions prévues par la convention collective (article 23) sans dérogation possible par accord d'entreprise : définition du travailleur de nuit, contreparties en repos et en argent, pauses, durées maximales de travail.





■ Travail un jour férié

› Dispositions nationales

Salaire doublé pour la journée de travail.

› Dispositions départementales

Sur le plan départemental ou interdépartemental ou régional, seront déterminés paritairement, outre le 1^{er} mai dont le régime est défini par la loi, au moins 10 jours fériés avec des majorations spécifiques (Bouches du Rhône, Calvados, Loiret).

■ Travail du dimanche

Le salaire de tout salarié employé le dimanche sera majoré de 20 % calculé sur le produit de son salaire horaire de base par le nombre d'heures de travail effectuées le dimanche. S'il n'est pas rémunéré à l'heure, le salaire horaire de référence sera le salaire horaire minimum national de sa catégorie.

Dispositions spécifiques : Calvados, Loire Atlantique, Lot et Garonne, Vendée.

5.3.6 Maladie

■ Clause de garantie d'emploi

En cas de maladie, l'emploi est garanti au salarié ayant 2 ans d'ancienneté pour une période de 6 mois sous réserve qu'aucune incapacité constatée par l'autorité médicale compétente ne l'empêche de tenir son emploi à son retour.

5.3.7 Droit individuel à la formation (DIF)

Les heures de formation accomplies dans le cadre du DIF sont réalisées à hauteur de 85 % pendant le temps de travail.

5.3.8 Organismes sociaux spécifiques

■ Retraite complémentaire

Conformément à l'accord du 22 janvier 1958 et à ses avenants, toutes les entreprises rentrant dans le champ d'application de la présente convention sont affiliées obligatoirement à l'ISICA.

■ Régime de prévoyance

ISICA Prévoyance, Institution de Prévoyance régie par le Code de la Sécurité Sociale (26, rue de Montholon - 75305 Paris cedex 09) comme organisme assureur des garanties de prévoyances susvisées : incapacité de travail, décès et invalidité permanente et totale.

Accords spécifiques en Moselle, Haut-Rhin et Bas-Rhin.

■ Frais de soin santé

Avenant n° 83 du 24 avril 2006 étendu par arrêté du 16 octobre 2006, JO 25 octobre 2006 modifié par la suite par plusieurs avenants et en dernier lieu par l'avenant n° 7 du 4 décembre 2009 étendu par arrêté du 23 décembre 2010 applicable à compter du 1^{er} janvier 2010 (avenant n° 8 du 20 juillet 2010 non étendu, applicable à compter du 1^{er} septembre 2010).

Régime conventionnel relatif à des prestations complémentaires au régime obligatoire de Sécurité sociale en cas de frais médicaux, chirurgicaux et d'hospitalisation.

5.3.9 Formation

Un Fonds d'Assurance Formation Boulangerie a été créé par accord paritaire du 1^{er} juillet 1995 pour financer la formation continue des salariés, des artisans et des conjoints non salariés travaillant dans des entreprises de boulangerie pâtisserie artisanale.

Dans le cas des salariés, 3 conditions sont requises :

- une ancienneté de 3 mois au minimum au moment du stage ;
- le suivi du stage pendant les heures de travail et non pendant les congés payés ;
- être salarié pendant toute la durée du stage.

Le Fonds prend en charge les frais de formation et assure le maintien du salaire pendant la durée du stage.

5.4 Evaluation sectorielle

5.4.1 Critères de performance du secteur

Emplacement commercial, visibilité, accès facile et stationnement important ;

Qualité et entretien de l'équipement en matériels ;

Respect des normes sanitaires et de sécurité ;

Existence de contrats de fournitures (restaurant, école ...) et de tournées ;

Produits à forte valeur ajoutée : pains spéciaux, pâtisserie diversifiée, traiteur ;

Qualification du personnel et turn over ;

Nombre de jours de fermetures et de congés / an compte tenu du métier à forte pénibilité.



5.4.2 Méthodes d'évaluation et ratios les plus fréquemment rencontrés dans le secteur

Le chiffre d'affaires est l'élément principal de l'évaluation d'un fonds de commerce dans le secteur de la boulangerie. Le barème Francis Lefebvre, édition 2007, qui ne présente aucun caractère officiel, mais qui est généralement utilisé par les experts et les tribunaux, donne pour base d'évaluation :

- Boulangerie - pâtisserie : 50 à 120 % du CA HT annuel ;
- Pâtisserie : 50 à 110 % du CA TTC annuel ;
- Croissanterie - Briocheerie : 50 à 110 % du CA TTC annuel.

Les résultats obtenus par application de ce barème indicatif doivent être corrigés pour tenir compte des caractéristiques propres à l'affaire.

Cette évaluation s'entend matériel compris, à l'exclusion du stock de marchandises.

Ces pourcentages doivent être réduits si le chiffre d'affaires est particulièrement important par rapport à la moyenne. Le chiffre d'affaires retenu est souvent le chiffre d'affaires moyen des trois dernières années.

L'existence de contrats de fournitures et/ou de tournées diminue la valorisation dudit fond. Il est d'usage de ne retenir que 15 à 20 % au grand maximum de ce chiffre d'affaires TTC dans la valorisation globale.

6 • Principales zones de risques à analyser

6.1 Risques liés au démarrage de l'entreprise

6.1.1 Aspects généraux

Malgré une rentabilité encore satisfaisante, la réussite de la première installation d'un ouvrier boulanger qui devient "patron" est conditionnée par :

- La volonté forte du couple qui devra travailler durement suivant des horaires décalés, et à des moments où la majorité des gens sont en congés (Noël, week-end, vacances dans les zones touristiques, ...) ;
- Le choix d'un emplacement qui représentera une valeur commerciale intrinsèque ; un logement associé au fonds de commerce est un plus, coût du logement moindre et disponibilité permanente ;
- Une installation technique aux normes et en état de fonctionner. Il est toujours conseillé à un repreneur de faire expertiser le matériel par un négociant, et de solliciter une visite des services vétérinaires départementaux. Par ailleurs, il n'est pas rare que les banques soumettent l'accord de prêt sous réserve de ces expertises.

6.1.2 Aspects juridiques

L'analyse des contrats est incontournable :

- › Bail commercial, avec ou sans appartement ;
- › Crédit-bail ;
- › Location simple (machines, système de sécurité) ;
- › Contrat de fourniture (farine) ;
- › Contrat d'enseigne ;
- › Contrats de travail.

6.1.3 Aspects financiers

Le montage du tableau de financement devra tenir compte de :

- › La nécessité d'un apport minimal (20 %) ;
- › L'obligation de faire cautionner les emprunts bancaires par des personnes extérieures à l'entreprise : membre de la famille ou meunier ; le recours à la garantie OSEO devient systématique, mais elle occasionne un surcoût financier non négligeable ;
- › L'ensemble des investissements, non seulement au moment de l'acquisition ou création du fonds, mais aussi dans les 3 - 4 ans ;
- › La durée de remboursement des emprunts sera le plus souvent de 7 ans, parfois plus ;
- › Les besoins en fonds de roulement sont nuls (sauf rayon d'épicerie en zone rurale).

L'importance des éléments incorporels du fonds de commerce (de 50 à 85 %) nécessitera une rentabilité nette en conséquence, lesdits éléments n'étant pas amortissables.

Des subventions peuvent aussi être accordées ; il convient de contacter la chambre des Métiers pour obtenir les informations concernant les conditions d'attribution. Il est préférable de ne pas tenir compte de ces subventions dans le plan de financement initial, conformément à la règle de prudence. Ces aides souvent remboursables sur des durées inférieures à 4 ans peuvent constituer un handicap, car elles alourdissent les engagements financiers mensuels.

6.1.4 Compromis d'achat

Lors de l'acquisition d'un fonds existant, toutes les négociations doivent être précisées dès le compromis. Aux clauses traditionnelles du remboursement par le successeur de la CFE et de la CVAE (contribution foncière des



entreprises et contribution sur la valeur ajoutée de l'entreprise), le vendeur doit de son côté rembourser au preneur, les congés payés, et le prorata de la prime de fin d'année.

6.2 Risques liés à l'activité

6.2.1 Tableau de bord

Les éléments les plus caractéristiques de l'exploitation sont à suivre, mois par mois ou au moins au trimestre :

- › Chiffre d'affaires ;
- › Nombre de quintaux achetés ;
- › Marge brute ;
- › Salaires.

Une situation financière en découvert ou un allongement du crédit fournisseur au-delà de 45 jours peuvent déceler ou une rentabilité insuffisante ou des prélèvements personnels excessifs.

6.2.2 Bilan annuel ou situations

Comme dans tous les commerces de détail, la ventilation des recettes résulte le plus souvent d'une approche par secteur, servant aussi de base au calcul des différents taux de TVA :

- › Panification (5,5 %) : comptabiliser les quantités de farine achetées (ordinaires ou spéciales, y compris gratuites). Le rendement au quintal panifié est une notion intéressante ;
- › Pâtisserie - Viennoiserie (5,5 % et 19,6 %) ;
- › Revente en état (5,5 % et 19,6 %) ;
- › Journaux (commissions exonérées).

6.2.3 Date de clôture

Compte tenu du surcroît d'activité entre les bûches de Noël et les galettes des rois, la date d'inventaire du 31 décembre, et donc du bilan, n'est pas très opportune.

6.3 Risques liés à l'organisation de la mission

6.3.1 Missions comptable et fiscale

Compte tenu de la taille de la majorité de ces entreprises et du type d'organisation administrative interne, le choix d'un régime sociétaire ne sera préconisé que pour des raisons spécifiques.

Par ailleurs, le choix du régime fiscal conditionnera l'organisation comptable. La transcription des recettes journalières reste souvent un point délicat à régler et il convient d'y consacrer sur place le temps nécessaire.

6.3.2 Mission sociale

Comme certains secteurs difficiles (CHR, Bâtiment) le recrutement de personnel motivé est un souci important désormais.

La fermeture hebdomadaire de deux jours, même non consécutifs, devient un critère d'attractivité du personnel.

Il convient de ne pas minimiser le temps affecté à la mission sociale, et de prévoir dans la lettre de mission une clause permettant sa valorisation.

6.4 Ratios d'alerte relatifs à la prévention des difficultés

Trois ratios méritent une surveillance particulière.

6.4.1 Ratio de productivité

Il est généralement admis qu'un ouvrier boulanger produit environ 85 000 € de chiffre d'affaires HT et un ouvrier pâtissier 65 000 €.

Compte tenu de son expérience et de son temps de travail, le chef d'entreprise atteindra un chiffre d'affaires supérieur de 30 % à ces chiffres.

La perception de ces chiffres est particulièrement utile lors de l'élaboration du prévisionnel à l'occasion de l'achat d'un fonds de commerce ou d'une création : un palier intermédiaire rend l'affaire peu rentable.

6.4.2 Ratio d'exploitation

Le coût des denrées alimentaires rentrant dans le prix de vente n'a cessé de baisser. Si bien que la marge brute (Prix de Vente HT/Achats denrées HT) ressort en moyenne à 72 %. De bons professionnels dépassent 80 %.

En revanche, une marge brute inférieure à 66 % (sauf si le secteur épicerie-revente en l'état est important) est une anomalie qui doit être analysée : remises trop importantes accordées à des dépôts ou à des cantines et restaurateurs, invendus conséquents (croûtes), pertes en fabrication, détournement d'argent, absences de négociations des prix chez les fournisseurs, non augmentation annuelle des tarifs, ...

6.4.3 Ratio de structure

Sur le plan financier, le client paie généralement comptant et les fournisseurs sont réglés en moyenne à 20-30 jours. Le professionnel n'a donc pas en



général de besoin en fonds de roulement, mais plutôt d'une ressource en fonds de roulement.

Un découvert bancaire régulier ou/et un crédit fournisseurs supérieur à 90 jours est une anomalie qui doit être rapidement analysée : mauvaise rentabilité récurrente, prélèvements de l'exploitant exagérés, investissements sans emprunts, ...

7 • Adresses utiles

7.1 Organisations professionnelles clés

| Organismes | Coordonnées |
|---|---|
| CNBF Confédération nationale de la boulangerie pâtisserie française | 27, rue d'Eylau, 75782 Paris Cedex 16 Tél. : 01 53 70 16 25 contact@boulangerie.org www.boulangerie.org |
| CNGA DE LA BOULANGERIE ET DE LA PÂTISSERIE Centre de gestion agréé et habilité | 27, rue d'Eylau, 75782 Paris cedex 16 Tél. : 01 53 70 16 25 |
| ANMF Association nationale de la meunerie française | 66, rue La Boétie, 75008 Paris Tél. : 01 43 59 45 80 anmf@anmf.glaboetie.org www.meuneriefrancaise.com |
| CNPCCGF Confédération nationale de la pâtisserie, confiserie, chocolaterie, glacerie de France | 31, rue Marius AUFAN, 92309 Levallois Perret Tél. : 01 40 89 96 70 contact@confederationdelapatisserie.com www.confederationdelapatisserie.com |
| INBP Institut national de la boulangerie pâtisserie Centre de formation, de documentation, et de statistiques | 150, boulevard de l'Europe, BP 1032 76171 Rouen Cedex Tél. : 02 35 58 17 77 bal@inbp.com www.inbp.com www.cannelle.com |
| UFFEB Union des fabricants français d'équipements pour la boulangerie et la pâtisserie | 64, rue de Caumartin, 75009 Paris Tél. : 01 55 07 82 22 contact@equip.com www.uffeb.com |
| FEBPF Fédération des entreprises de boulangerie et de pâtisserie françaises : fabrication pour une revente en « gros » (grande distribution, hôtels, restaurants, restauration collective, magasins de détail, terminaux de cuisson, viennoiseries, hôpitaux, écoles) | 34, quai de la Loire, 75019 Paris Tél. : 01 53 20 70 38 contact@febpf.fr www.febpf.fr |

7.2 Organismes de formation spécifiques

| Programmes de formation et organismes | Coordonnées |
|--|--|
| INSTITUT NATIONAL DE LA BOULANGERIE PÂTISSERIE (INBP) Formation initiale et formation à la carte pour les boulangers pâtisseries dans le cadre de stages de courte durée | 150, boulevard de l'Europe, BP 1032 76171 Rouen Cedex Tél. : 02 35 58 17 77 bal@inbp.com www.inbp.com |
| FONDS D'ASSURANCE FORMATION DES CHEFS D'ENTREPRISES ARTISANALE (FAFCEA) Information sur les organismes de formation, financement | 2, rue de Châteaudun, 75009 Paris Tél. : 01 49 70 85 70 cb-fafboulangerie@wanadoo.fr www.faf-alimentation.boulangerie.org |

Notons que de nombreux organismes peuvent proposer des formations de CAP ou BEP, soit en formation initiale dans les CFA, centre de formation des apprentis, ou en formation continue via les GRETA notamment.

8 • Bibliographie

8.1 Liste des études de marché existantes

| Thèmes et organismes | Coordonnées |
|--|---|
| <i>Boulangier, février 2011</i> <i>Boulangerie Pâtisserie artisanale, janvier 2010</i> <i>Terminal de cuisson de boulangerie, janvier 2010</i> APCE | 14, rue Delambre, 75682 Paris Cedex 14 Tél. : 01 42 18 58 58 www.apce.com |
| <i>Les perspectives du marché de la boulangerie, viennoiserie, pâtisserie industrielle en France, juillet 2009</i> EUROSTAF | 16, rue du Quatre Septembre, 75112 Paris Cedex 02 Tél : 01 49 53 65 65 www.eurostaf.fr |
| <i>Boulangerie et pâtisseries – novembre 2010</i> XERFI | 13-15, rue de Calais, 75009 Paris Tél : 0810 039 035 xerfi@xerfi.fr www.xerfi.fr |
| <i>Les entreprises du commerce de détail en 2006</i> <i>Le commerce en 2009</i> <i>La consommation des ménages en 2009</i> INSEE | 18, bd Adolphe Pinard, 75675 Paris Tél. : 01 41 17 50 50 www.insee.fr |
| <i>La France des TPE : Données et évolutions 2006</i> FCGA - Fédération des Centres de Gestion Agréés | 2, rue Messonier, 75017 Paris Tél. : 01 42 67 80 62 www.fcga.fr |



8.2 Mémoires d'expertise comptable

Source : *Bibliothèque*

| Titres | Dates | Auteurs |
|--|-------|------------------|
| La reprise d'une boulangerie-pâtisserie artisanale : outils d'aide à la détermination d'un prix juste du fonds et rentabilité d'exploitation | 2010 | MALOU Karim |
| L'évolution d'une mission de tenue vers du conseil en gestion adapté à un commerce de détail | 2004 | GRIER Olivier |
| Contribution de l'expert-comptable à la réussite professionnelle des artisans et commerçants, du début au retrait de la vie active - Application pratique au secteur de la boulangerie | 2001 | AUBOURG François |

Ces mémoires sont disponibles au Centre de documentation des experts-comptables et des commissaires aux comptes : « Bibliothèque » - 19, rue Cognacq Jay, 75007 Paris.

Tél. : 01 42 12 85 55 / Fax : 01 47 66 20 95 / www.bibliobaseonline.com

8.3 Revues spécifiques

| Titres | Coordonnées |
|--|--|
| <i>Filière gourmande</i> SEPP | 23, rue Galilée, 75116 Paris Tél. : 01 44 92 50 50 www.filieregourmande.fr |
| <i>La Toque Magazine</i> Mensuel (10 numéros) Groupe France Agricole | BP 176, 84405 Apt cedex Tél. : 04 90 04 65 65 www.latoque.fr |
| <i>Le Journal du Pâtissier</i> Mensuel (11 numéros) Editions des Pâtisseries de France | 28, rue Louis Rouquier, 92300 Levallois Perret Tél. : 01 40 89 28 70 www.lejournaldupatissier.fr |
| <i>Panessiel (ex Boulangerie Gagnante)</i> Mensuel (11 numéros) BG Presse | 16, rue Henri Dunant, 38180 Seyssins Tél. : 04 38 12 44 44 |
| <i>Les Nouvelles de la Boulangerie Pâtisserie</i> Bi-mensuel (24 numéros) CNBF / SOTAL | 27, rue d'Eylau, 75782 Paris Cedex 16 Tél. : 01 53 70 16 25 sotal@boulangerie.org www.boulangerie.org |
| <i>Valeurs Boulangères</i> Trimestriel SIAC | 84, boulevard de Sébastopol, 75003 Paris Tél. : 01 42 74 28 00 www.valeursboulangeres.fr |

8.4 Autres ouvrages de référence

| Titres | Coordonnées |
|---|---|
| <i>Le Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène en Pâtisserie</i> <i>Les réactions allergiques aux poussières de farine</i> SOTAL | 27, avenue d'Eylau, 75782 Paris Cedex 16 Tél. : 01 53 70 16 25 Téléchargeable sur www.cannelle.com rubrique hygiène et santé |

9 • Lexique

| Terme | Définition |
|-----------------------|---|
| Balancelle | Enceinte dans laquelle se déplacent des godets en feutre où sont disposés les pâtons afin qu'ils se détendent entre le pesage et le façonnage. |
| BVP | Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie. |
| Diviseuse | Machine qui assure la division des pâtons sous une forme généralement rectangulaire. |
| Four | Matériel permettant de cuire le pain, les viennoiseries et la pâtisserie. Les énergies sont l'électricité (résistances), le gaz et le fuel (avec brûleur), et le bois qui revient à la mode. |
| Fournil | Endroit où se trouve le four du boulanger. |
| HACCP | Hazard Analysis Critical Control Point : Méthode basée sur 12 étapes qui vise à identifier évaluer et maîtriser les dangers significatifs au regard de la sécurité des aliments. |
| Laminoir | Matériel utilisé pour aplatir la pâte. Il augmente la productivité et permet de fabriquer une grande variété de produits : croissant, feuilletage, fond de tarte... |
| Levain | Mélange d'eau et de farine qui fermente naturellement, sans levure boulangère. |
| Machine à pain ou MAP | Machine permettant aux particuliers de fabriquer du pain ou des viennoiseries. |
| Meunier ou minotier | Fabricant de farine. |
| Pain maison | L'utilisation de la dénomination de « pain maison » pour la vente d'un produit de boulangerie est restreinte aux pains entièrement pétris, façonnés et cuits sur le lieu de vente. Elle peut également être utilisée lorsque le pain est vendu au consommateur final, de façon itinérante, par le professionnel qui a assuré sur le même lieu les opérations de pétrissage, de façonnage et de cuisson. |





| | |
|------------------------------------|--|
| Pain de tradition française | Peuvent seuls être mis en vente sous cette dénomination (ou celle de « pain traditionnel de France » ou « pain traditionnel français » ou tout autre dénomination combinant ces termes) les pains, quelle que soit leur forme, n'ayant subi aucun traitement de surgélation au cours de leur élaboration, ne contenant aucun additif et résultant d'une pâte dont les caractéristiques sont définies par la loi. |
| Pétrin | Machine utilisée par le boulanger pour mélanger les ingrédients et former la pâte. |
| Terminal de cuisson ou point chaud | Le terminal de cuisson assure la cuisson du pain surgelé acheté à des industriels. Aucune compétence particulière n'est exigée. Bien souvent le « point chaud » n'assure que la cuisson ou la finition des produits. |
| Tour | Contrairement à son nom, le tour réfrigéré ne tourne pas... C'est un meuble bas recouvert d'un marbre ou d'une plaque inox permettant au professionnel de travailler sa viennoiserie et sa pâtisserie. Le dessous, réfrigéré, comporte 2,3 ou 4 portes. |

10 • Annexes

10.1 Manifestations importantes

| Manifestations | Dates et lieu |
|---|---|
| SALON NATIONAL DE LA BOULANGERIE PÂTISSERIE GLACERIE ET TRAITEUR organisé conjointement avec INTERSUC | Février, annuel sauf lors d'EUROPAIN, Paris, Porte de Versailles Comexposium / UFFEB Immeuble le Wilson 1, rue du Parc, 92593 Levallois-Perret Cedex Tél. : 01 49 68 49 72 www.salonboulangerie.com |
| EUROPAIN Machines, Equipements, Matières premières... | Mars, biennal (années paires) Paris Nord Villepinte Comexposium / UFFEB Immeuble le Wilson 70, avenue du Général-de-Gaulle 92058 Paris-La Défense Tél. : 01 49 68 49 72 www.europain.com |
| INTERSUC Salon International de la Chocolaterie, Confiserie, Pâtisserie, Biscuiterie et Produits Gourmets organisé conjointement avec le SALON NATIONAL DE LA BOULANGERIE PÂTISSERIE GLACERIE ET TRAITEUR | Mars, annuel Paris, Porte de Versailles Comexposium Immeuble le Wilson 70 Avenue du Général-de-Gaulle 92058 Paris-La Défense Tél. : 01 49 68 49 72 www.intersuc.com |

10.2 Leaders d'opinion

- Monsieur Gérard BROCHOIRE, Directeur de l'Institut National de la Boulangerie Pâtisserie
- Monsieur François CARTRON, Président de la Confédération Nationale de la Pâtisserie Confiserie, Chocolaterie, Glacerie de France
- Monsieur Jean-Pierre CROUZET, Président de la Confédération Nationale de la Boulangerie Pâtisserie Française
- Monsieur Joseph NICOT, Président de l'Association Nationale de la Meunerie Française
- Monsieur Patrice MORA, Président de l'Union des Fabricants Français d'Equipements pour la Boulangerie et la Pâtisserie
- Monsieur Pascal CANTENOT, Président de la Fédération des Entreprises de Boulangerie et de Pâtisserie Françaises

10.3 Logiciels et outils de gestion

Source : CXP²

| Logiciel | Fonction |
|---------------------|--|
| CIEL DEVIS FACTURES | Factures des petites entreprises, artisans et indépendants |
| EPILOG | Gestion d'un point de vente de boulangerie |
| GOMC | Gestion commerciale générale dédiée aux commerces et aux métiers de bouche |

NB : cette analyse sectorielle, achevée d'imprimer en septembre 2011, a été réalisée à partir des informations connues et arrêtées en juillet 2011.



² CXP est une société spécialisée dans les systèmes d'informations à base de progiciels. www.cxp.fr

**ORDRE DES
EXPERTS-COMPTABLES** 
Association ECS

19 rue Cognacq-Jay
75341 Paris cedex 07
Tél. +33 (0)1 44 15 60 00
Fax +33 (0)1 44 15 90 05
www.experts-comptables.fr

en partenariat avec


UNPCOGA
Union de la Profession Comptable
et des Organismes de Gestion Agréés


ANPRECEGA


FCGA
FÉDÉRATION DES CENTRES
DE GESTION AGRÉÉS