



Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie industrielle : Les faits marquants au 3^{ème} trimestre 2014

Au menu de ce 3^{ème} trimestre 2014 :

En Europe, restructuration et modernisation de l'outil productif et logistique...

Réflexion sur le portefeuille clients ou produits...

Différenciation et innovation...

Et internationalisation...

Ailleurs dans le monde...

Les principaux événements survenus dans le secteur de la BVP au cours de ce 3^e trimestre 2014 illustrent certains mouvements de fonds du secteur en Europe.

Le contexte difficile et concurrentiel subi par certains acteurs européens (notamment espagnols, anglais, allemands ou finlandais) leur impose à revoir leur business model en restructurant et optimisant leur outil productif et/ou leur organisation logistique. Certaines usines sont fermées, d'autres modernisées et agrandies. On peut ainsi citer les nombreux programmes d'investissement des fabricants espagnols, dont celui de BIMBO, ou l'important programme mis en place chez LIEKEN en Allemagne, les projets de fermeture d'outils chez le Finlandais FAZER, les Britanniques HOVIS et ALLIED BAKERIES. Les raisons évoquées sont multiples : mieux adhérer à la demande (recul de la consommation de pain préemballé au profit de pain frais, moins de consommation de pain classique, mais davantage de pains spéciaux ou ethniques, plus de produits de snacking), suivre l'évolution technologique, rester compétitif par rapport aux concurrents en optimisant les coûts. D'autres revoient leur portefeuille clients afin d'être moins vulnérables à la défaillance d'un opérateur (cas de HAYDENS BAKERY au Royaume-Uni) ou leur portefeuille produits (PANRICO se lance dans les MDD parallèlement à sa marque, abandon de produits chez PATISART). Ces difficultés mènent également à conforter la concentration sectorielle comme l'illustre, ce trimestre-ci dans le nord de l'Allemagne, la reprise par DAHLBACK de son concurrent, en faillite.

D'autres opérateurs européens recherchent des relais de croissance au travers de l'innovation produit et de la différenciation qualitative. Parmi les annonces de ce trimestre, on notera BARILLA en France ou BIMBO en Espagne qui investissent dans leurs outils pour notamment développer leurs gammes de pains de mie sans croûte, mais également de nouveaux produits. TIPIAK, quant à lui, met l'accent sur son pôle traiteur-pâtissier. En Europe, les produits sans gluten restent encore du domaine des spécialistes, comme GENIUS ou FRIA, au contraire de l'Amérique du nord, où les leaders du secteur proposent désormais des gammes sans gluten aux côtés de leur offre habituelle. Se différencier par la qualité des produits offerts est également une voie adoptée par certains opérateurs. C'est notamment la stratégie de BRIDOR en boulangerie surgelée ou de Michel KREMER, en pâtisserie surgelée.

L'innovation service est également présente. On peut noter en particulier le projet original du boulanger écossais STEPHEN BAKERY de « drive boulanger ».

Certains industriels misent sur l'international :

- En faisant entrer à leur capital un partenaire qui pourra les aider à développer cet axe, comme dans le cas de LABEYRIE qui accueille le fonds PAI
- En investissant à l'international par croissance interne, comme LE DUFF aux Etats-Unis ou EUROPASTRY aux Pays-Bas
- En investissant dans le pays d'origine, mais avec l'intention de créer une plateforme pour l'exportation, comme BIMBO en Espagne
- Ou en mettant en place une organisation dédiée à l'export et/ou l'international. C'est le cas pour LE DUFF et sa BREIZH ACADEMY mais aussi, plus modestement, chez certaines PME comme LA COMPAGNIE DES DESSERTS qui se crée une « task force » dédiée et s'appuie sur des relais compétents.

Dans les faits marquants de ce trimestre, côté Amérique du nord, BIMBO et FLOWERS FOODS poursuivent leur réorganisation industrielle suite à leurs acquisitions respectives et, côté Amérique latine, BIMBO avance dans son projet de consolidation régionale, en absorbant le leader équatorien, SUPAN.



Auteur : Céline ANSART-LE RUN - tél. : 01 44 31 16 13 – cansart@unigrains.fr – Date de Publication : octobre 2014

Avertissement : La présente note a été réalisée par la Direction des Etudes Economiques d'UNIGRAINS à partir de données publiques. La société UNIGRAINS ne saurait être en aucun cas tenue responsable d'éventuelles erreurs, inexactitudes, et de toutes leurs conséquences directes et indirectes.

Copyright : Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite par quelque moyen que ce soit sans la permission écrite d'Unigrains.

© UNIGRAINS – 23 AVENUE DE NEUILLY, 75116 PARIS – WWW.UNIGRAINS.FR