



Délifrance
LIVE EVERYDAY DELICIOUS



CEBP
30
1990 - 2020

Table ronde
« L'EXCELLENCE FRANÇAISE EN BVP
FACE À L'APRÈS-COVID : QUELLES
OPPORTUNITÉS ? »

Délifrance
LIVE EVERYDAY DELICIOUS

Délifrance, du champ à l'assiette



Un groupe coopératif agricole et agroalimentaire de dimension internationale

7 500 collaborateurs présents dans 25 pays

11 000 agriculteurs



Délifrance
LIVE EVERYDAY DELICIOUS



Délifrance en quelques chiffres

755 M€ de CA*, 3 100 collaborateurs**

80 %

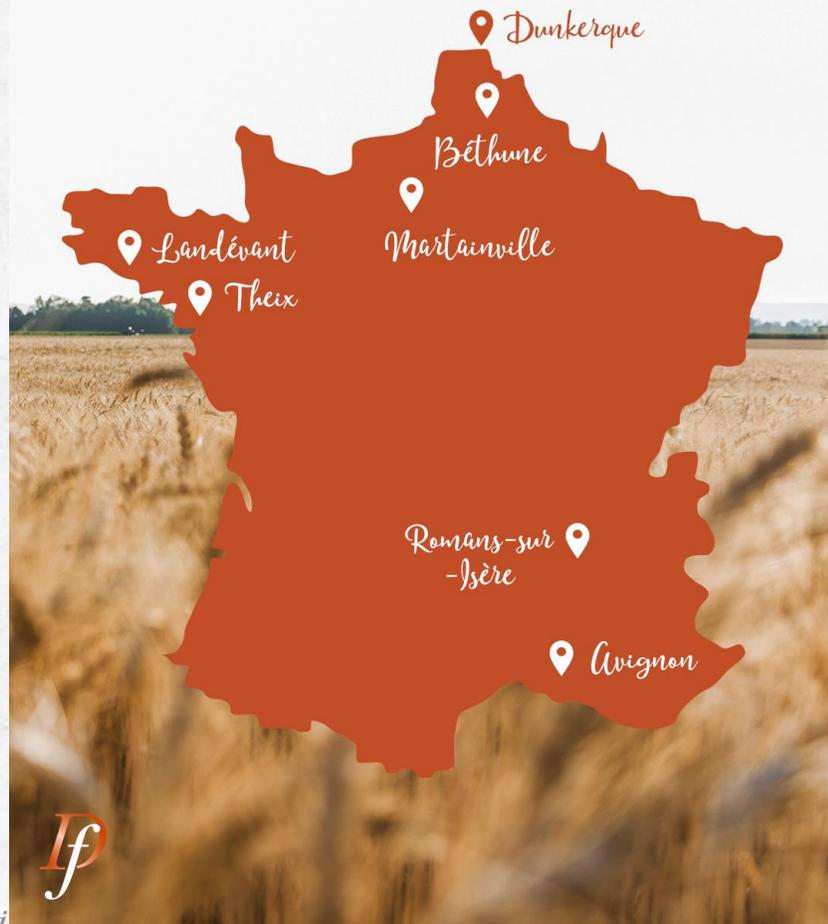
du chiffre d'affaires réalisé à l'**international**

1,8 milliard de viennoiseries/an,
produites et vendues par Délifrance dans le monde

14 Sites de production

Notre ancrage français

Les usines Délifrance



- 7 sites de production en France
- 95% des volumes vendus en France sont fabriqués en France

Une expertise multiple produits et technologie



Pain



Viennoiserie



Pâtisserie



Traiteur

Faire rayonner la boulangerie française à l'international

Délifrance
THE FRENCH FOOD BAKERY



Plus de **250 restaurants** dans **9 pays**

41 millions de clients chaque année à travers le monde

Transmettre le savoir faire boulanger



Fondée en **1929**

Environ **250 jeunes apprentis** et **130 adultes en reconversion** formés tous les ans

Un très fort engagement RSE

SECURITE DES
COLLABORATEURS



TRANSITION
ALIMENTAIRE



ENVIRONNEMENT



Large programme de certification de nos usines



Délifrance, notre mission

Nos racines sont ancrées dans la terre, le grain
et notre savoir-faire boulanger à la française.

Ensemble, nous cultivons cet héritage et partageons
chaque jour notre amour de la boulangerie.

De manière responsable, créative et délicieusement gourmande.

*La crise sanitaire,
quel impact pour la
profession ?*

L'onde de choc de la pandémie

Marché

Forte baisse du rayon BVP quand les produits surgelés sont dopés par la crise

BVP
-10%

PACKAGED TO
BAKE+7%

Clients

Désorganisation majeure des circuits de distribution



-84% valeur



+45% valeur

Consommateurs

Transition alimentaire et tension sur le pouvoir d'achat



Les facteurs qui bouleversent nos modes d'achats

PRIX
PROMO
OFFRE ACCESS

CRISE ECONOMIQUE

DANS UNE PÉRIODE ÉCONOMIQUE COMPLIQUÉE:
LA DÉFENSE DU POUVOIR D'ACHAT AVANT TOUT

94%
des Français attendent des enseignes qu'elles défendent leur pouvoir d'achat. Au côté de la qualité des produits, cette attente se place en première position, devant l'engagement social et écologique des distributeurs

1 2 3

CRISE DE CONFIANCE

CONSUMMATION L'IMPACT DE L'ÉPIDÉMIE SUR LES CONSOMMATEURS

Après la crise, ce qui influera davantage la consommation

Catégorie	Selon les consommateurs	Selon les marques
Production nationale ou locale	53%	43%
Respect de l'écologie	37%	28%
Protection de la santé des consommateurs	30%	37%
Valorisation des employés	27%	25%

QUALITE / LABELS
ORIGINE FRANCE
RSE

PRATICITE
AIDE CULINAIRE

HOME IS THE NEW HUB

Télétravail

En novembre 2019, **7,2%** des salariés participaient occasionnellement au télétravail. En avril 2020, **30%** des salariés français ont basculé en télétravail.

Fait/cuit maison

FAIT MAISON
CYRIL LIGNAC

DIGITAL CLICK & COLLECT DRIVE

DRIVES ALIMENTAIRE ET LIVRAISON FOOD, DE NOUVEAUX USAGES

Audience mensuelle (en millions de visiteurs uniques)

Sites Drives: chronodrive, Clixo, Le Drive Intégrité, Auchan drive, Carrefour drive

Sites et applications de livraison Food à domicile: FRICHTI, Uber Eats, JUST EAT, Glovo

Source : Médiamétrie et Médiamétrie/PanelFuturs - Audience Internet Global - France - Janvier 2019 à septembre 2020 - Base : 2 ans et plus. Copyright Médiamétrie/PanelFuturs - Tous droits réservés.

NOUVEAUX CHANNELS

Crise de confiance & prise de conscience

Quel degré d'importance accordez-vous aux démarches suivantes (important + très important)

	2020
Production française	80%
Développement durable	81%
Commerce équitable	77%
Diminution des emballages	87%
Protection de l'environnement	78%
Le Nutriscore influence fortement mes achats	37%

Source : Nielsen Homescan | PanelViews 9 932 répondants | Questionnaire on Line du 11 au 20 décembre 2020

La BVP : un monde d'opportunités

Des opportunités qui émergent

DISTRIBUTION

- Résistance du retail et des formats de proximité
- E-commerce (+25%)
- Nouvelle restauration

PRODUIT

- Précuit emballé
- Produits authentiques et labellisés
- Produits réconforts



EU 14 - Vol cagr	cagr 13/19	cagr 19/20	cagr 21/25
BVPT	3.7%	-11.9%	3.6%

Quels challenges pour demain ?

**Réussir la « sortie » de
crise**

*Tension sur l'équation
économique*

**Contribuer à la transition
alimentaire**

Authenticité et transparence

**Réduire l'impact
environnemental**

Renforcer le travail en filière

**Poursuivre la valorisation &
Innover**

*Capitaliser sur la force de notre
savoir-faire français*

Demi-baguette "Mémoire"



PRIX SPECIAL
DU DÉVELOPPEMENT
DURABLE



BAGUETTE SIGNÉE PAR

Cascal Pepper

MEILLEUR OUVRIER DE FRANCE BOULANGER



Longueur 42cm

Délifrance
HERITAGE

Croissant Le Passionné

LAURÉAT 2021 DANS LA
CATÉGORIE VIENNOISERIE





Merçi !

Délifrance
LIVE EVERYDAY DELICIOUS



CEBP
30
1990 - 2020

Table ronde
« L'EXCELLENCE FRANÇAISE EN BVP
FACE À L'APRÈS-COVID : QUELLES
OPPORTUNITÉS ? »



Délifrance
LIVE EVERYDAY DELICIOUS