



NOTRE FILIÈRE BVP VA DEVOIR SE RÉINVENTER



Nous vivons depuis plusieurs semaines une période exceptionnelle, totalement inédite et à laquelle nous n'étions pas préparés avec l'arrivée du virus COVID-19. 2020 allait être marquée, pour certains prévisionnistes-économistes, par des évolutions et transformations, voir des bouleversements, lesquels donneraient lieu à de profondes métamorphoses. Visiblement, ce n'est absolument pas celles qui étaient attendues. L'ordre des choses en est complètement bousculé et déstabilisé. Cette situation frappe de plein fouet les forces vives et les entreprises de notre filière Blé-Farine-Pain. Aussi je tiens, avec les membres du CA du CEBP, à rendre un hommage appuyé et admiratif aux professionnels de notre secteur pour leur réactivité, leur pro-activité, leur créativité mais également leur courage et leur tenacité. Dès l'annonce du confinement, l'immense majorité des acteurs de la filière, du meunier au boulanger, en passant par les ingrédients, les distributeurs-grossistes, les transporteurs... se sont mobilisés pour poursuivre leur mission de services auprès de leurs clients en contribuant à soutenir l'ensemble de nos compatriotes en leur fournissant « coûte que coûte » les produits de base nécessaires à leur alimentation. Notre secteur d'activité a été exemplaire et a démontré toute sa solidarité citoyenne et son agilité dans ce contexte exceptionnel. Pour le CEBP, cet environnement a, bien entendu, perturbé le calendrier de nos Rencontres. D'ores et déjà nous travaillons sur de nouvelles dates avec nos partenaires et adhérents, METRO-France et Limagrain qui devaient nous accueillir en mars dernier et en juin prochain. Le COVID-19 n'empêchera pas le CEBP de poursuivre sa mission et maintenir le lien entre l'ensemble des professionnels de la filière. Plus que jamais, une fois passé cette période douloureuse, nous aurons besoin de nous retrouver, d'échanger et de débattre autour des conséquences de cette crise sanitaire, dans les meilleures conditions de sécurité recommandées par le gouvernement. Si cela est possible, j'espère donner rapidement à l'ensemble de nos adhérents, rendez-vous à notre Assemblée Générale le jeudi 25 juin prochain à Paris. Cependant, ce contexte d'incertitude dans lequel nous évoluons provoque, lui aussi, un impact fort sur la manière dont nous pouvions aborder les événements. La pandémie du COVID-19 est une véritable anomalie qui nous demande de revoir, à plus ou moins grande échelle, notre cadre de référence. L'acceptation de ce « recadrage » fondamental — que l'on décrit comme étant « la nouvelle normalité » — signifie prendre pleinement en compte l'incertitude et l'intégrer dans notre prise de décision. J'en suis intimement persuadé, tout comme nos deux invitées exceptionnelles, Karine Forest et Marie-Odile Fondeur (lire leurs témoignages en page suivante), que nous allons savoir optimiser ces nouvelles incertitudes en nous réinventant et en imaginant plusieurs avenir, plusieurs scénarios par des choix rigoureux : continuer certaines choses mais pas d'autres ; faire des investissements ou les reporter ; réaffecter des actifs ; garder fermement le cap ; ou investir pour l'avenir avec ou sans réserve. Prenez soin de vous et de vos proches.

Philippe Legendre - Président du CEBP

LA VIE DU CEBP

L'AGENDA DU CEBP

Voici nos prochains rendez-vous à ne pas manquer dans les prochains mois

LE 25 JUIN 2020
Assemblée Générale du CEBP et
Conférence sur le thème :
"Et maintenant on fait quoi ?"
à Paris

LE 7 OCTOBRE 2020
Anniversaire des 30 ans
du CEBP à Paris

LES RENDEZ-VOUS PROFESSIONNELS

DU 6 AU 8 SEPTEMBRE 2020
Salon SIRHA GREEN à La Sucrière de Lyon

LES 8 ET 9 SEPTEMBRE 2020
Salon M.A.D.E. à Paris Porte de Versailles

DU 20 AU 22 SEPTEMBRE 2020
SANDWICH & SNACK SHOW
à Paris Porte de Versailles

DU 4 AU 7 OCTOBRE 2020
FRANCHISE EXPO PARIS
à Paris Porte de Versailles

NOTRE FILIÈRE À LA LOUPE !

GRAND SONDAGE DE LA FEB

La Fédération des Entreprises de Boulangerie (FEB) a souhaité, via un sondage réalisé par l'IFOP et un Observatoire des Ventes en magasin, interroger les Français sur leur perception des boulangeries et leurs nouvelles habitudes d'achat et de consommation pendant la crise du COVID-19. Ce baromètre montre une baisse globale du chiffre d'affaires de l'ordre de 61,5 % sur les deux dernières semaines de mars 2020. On constate également une décroissance de 29,7 % du rayon pain mais, sans surprise, ce sont surtout les produits de viennoiseries (-68,8 %) et pâtisseries (-69,9 %) qui sont le plus fortement impactés. Le rayon traiteur et snacking, quant à lui, enregistre la baisse la plus significative de ce baromètre avec une perte de CA de 78,5 % sur ces deux dernières semaines de mars. Pour Matthieu Labbé, Délégué Général de la FEB : « Ces chiffres démontrent la difficulté immense que notre secteur traverse, il nous faudra rebondir vite à la fin de cette crise pour retrouver notre équilibre économique, un enjeu colossal est devant nous. » Par ailleurs, selon le sondage de la FEB, 95 % des Français trouvent que les boulangeries exercent courageusement leur activité dans le contexte du Coronavirus et, 93 % d'entre-eux se disent attachées à ces commerces même face à la crise.

BAISSE DE CA DE -50 % POUR LA BOULANGERIE PENDANT LA CRISE DU COVID-19

Dans sa récente revue stratégique, Food Service Vision a indiqué que la boulangerie-pâtisserie résistait sur son offre de pain, mais enregistrait tout de même une perte de chiffre d'affaires d'environ 50 % à fin mars. Une partie de la restauration rapide résiste également, portée par la vente à emporter, le "click and collect" et la livraison. La livraison, seul canal encore actif dans la restauration commerciale, fait preuve d'une résistance relative.

NOS BOULANGERS RESTENT ACTIFS

Dans une enquête de CHD Expert pour La Toque Magazine, menée auprès de 711 boulangers du 1^{er} au 8 avril, il ressort que, malgré une activité qui tourne au ralenti et un effectif réduit, la très grande majorité des boulangeries a cherché à maintenir son service. Seul 7 % des établissements ont ainsi fermé leurs portes depuis le confinement par manque de clients et une baisse trop importante du chiffre d'affaires.

LES INVITÉES DU CEBP FACE À LA CRISE

Des personnalités de la filière ont accepté de témoigner de leurs réactions face à la crise liée au Covid-19 et leur expérience face à la situation inédite rencontrée par la filière. Karine Forest, Directrice Générale de la Minoterie Forest (Saône-et-Loire) et Marie-Odile Fondeur, Directrice Générale du salon SIRHA et Commissaire Générale du Salon Européen, s'expriment donc pour le CEBP.

KARINE FOREST

« Cette crise peut être l'opportunité d'un retour à une consommation plus durable, éco-responsable et 100 % française »



CE QU'IL Y A DE CERTAIN, « c'est qu'il y aura un avant et un après Covid-19 ! L'arrivée soudaine de cette crise sanitaire sans précédent a mis nos modèles et nos organisations d'entreprise à rude épreuve. La première conséquence a été de devoir gérer l'activité au jour le jour, sans pouvoir se projeter, en intégrant des données différentes aux comptes gouttes. J'ai sollicité très régulièrement le comité de direction en improvisant des réunions virtuelles, parfois le soir pour le lendemain matin, et nous avons du faire preuve d'une agilité et d'une réactivité toutes particulières. Avec un mois de recul, nous commençons à pouvoir relever la tête et nous nous réunissons pour préparer l'après Covid-19, autour de trois sujets principaux : l'adaptation de notre business model à notre niveau d'activité

« NOUS AVONS ÉTÉ CONTRAINTS DE GÉRER L'ACTIVITÉ AU JOUR LE JOUR ! »

“d'après crise” ; l'organisation du travail ; et l'impact de la crise sur les tendances de consommation. A date, plus de 90 % des débouchés des meuniers sont impactés par la baisse d'activité liée à la crise Covid-19 : depuis la troisième semaine (30 mars au 3 avril), la production est en baisse de plus de 30 % sur l'ensemble des volumes, confirmant la chute des ventes de farines en boulangerie artisanale (de 25 à 50 %) et en boulangerie industrielle de 20 à 30 %. Pour ce qui nous concerne, ayant une clientèle majoritairement d'artisans boulangers, nous évaluons notre perte d'activité à environ 40 % de CA. Bon nombre de nos clients artisans ont subi des pertes d'activité très importantes, jusqu'à 80 %. Notre plus grande crainte est que tous ne puissent pas faire face à cette onde de choc et se voient contraints de

déposer le bilan. Nous travaillons actuellement sur des hypothèses de niveau d'activité à la baisse pour être en capacité demain, sur une base d'hypothèses pessimistes, d'adapter notre organisation économiquement. Nous espérons vivement que les consommateurs reprendront, dès la sortie du confinement, leurs habitudes de consommation en boulangerie artisanale et que cette dernière sera une des gagnantes de l'après crise. Pour ce qui concerne l'organisation du travail en interne, nous nous inspirons des mesures prises pendant la crise pour développer, demain, une organisation différente. En effet, à l'annonce du confinement, et dans un délai vertigineux, une cinquantaine de collaborateurs ont, du jour au lendemain, dû s'adapter et travailler depuis chez eux, participer à des réunions virtuellement.

Nous souhaitons pouvoir conserver une partie de télétravail. L'objectif est de pouvoir instaurer dans l'entreprise une organisation plus moderne, plus flexible favorisant un meilleur équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Enfin, nos réflexions portent sur l'impact de la crise sur le comportement des consommateurs. Nous avons la chance en France d'avoir un terroir d'excellence, une agriculture à la pointe. Communiquons auprès du consommateur sur les métiers de la filière. Mettons en lumière le métier de l'agriculteur, du meunier, du boulanger, parlons de la provenance régionale de nos céréales, de nos labels environnementaux, de notre agriculture raisonnée. Cette crise peut être l'opportunité d'un retour à une consommation plus durable, éco-responsable et 100 % française.»

MARIE-ODILE FONDEUR

« Cette crise générera des changements profonds dans la manière de consommer »



FACE À CETTE CRISE « extraordinaire, je tiens à relever surtout l'exceptionnelle réactivité, l'agilité des restaurateurs et des métiers de bouche pour affronter cette crise inédite. Très vite, nombre d'entre eux ont cherché des solutions pour maintenir le lien, le service au client et bien sûr préserver autant que possible leur activité pour leurs établissements et leurs salariés. Ils se sont organisés très vite pour aménager leurs locaux pour préserver la santé de leurs équipes et des clients. Grâce au digital ils ont mis en place des services de livraison, de click & collect, de drive... Des collaborations sont nées entre commerces et producteurs comme par exemple, des boulangeries qui « hébergent » des livraisons de paniers de producteurs...

« LE LOCAL EST UNE VALEUR REFUGE, LE BIO ÉGALEMENT, SYMBOLES DE TRANSPARENCE ET DE QUALITÉ »

Ces professions ne sont pas statiques, loin de là, leur solidarité et leur dynamisme doit être salués. Les consommateurs de leur côté ont sans aucun doute réagi de manière disproportionnée à l'annonce du confinement, mais aujourd'hui, ils ont répondu favorablement à toutes ces initiatives et se tournent plus majoritairement vers les circuits courts. Ces nouvelles habitudes vont perdurer car la crise sanitaire est accompagnée d'une crise de confiance. Le local est une valeur refuge, le bio également, symboles de transparence et de qualité. Le consommateur a désormais totalement intégré ces paramètres dans son modèle d'achat. Notre rôle d'organisateur de salon professionnels pour la filière doit prendre en considération tous ces facteurs. La crise est un accélérateur éco-

logique et le green est dans ce contexte, encore plus d'actualité. Nous venons d'annoncer le repositionnement de Sirha Green début septembre (du 6 au 8 septembre) à la Sucrière à Lyon. Il était essentiel pour nous de maintenir ce rendez-vous pour les acteurs de la restauration et de l'alimentation. Après des premières mesures prises dans l'urgence de la crise, les professionnels auront besoin d'un espace d'échanges, de rencontres, d'information pour faire le point et certainement pérenniser de nouveaux business models, plus responsables et durables. A taille humaine, Sirha Green apportera les solutions adaptées à cette nouvelle forme de consommation née de

cette crise sanitaire. Le Sirha 2021 (qui se tiendra du 23 au 27 janvier 2021) sera plus encore que les éditions précédentes, le rendez-vous de l'univers de la restauration et de l'alimentation. En ce début d'année 2021, sa fonction essentielle de plateforme du foodservice mondial prendra tout son sens après des mois de difficultés et d'incertitudes. Européen, dont la prochaine édition se tiendra en 2022 fera certainement un état des nouvelles pratiques et tendances de consommation initiées à l'occasion de cette crise et du dynamisme entrepreneurial de la filière boulangerie pâtisserie. Les motifs d'espoir, je les vois clairement dans la motivation des acteurs à maintenir leur activité, à préparer la suite, l'après covid... ils sont tous sur le pont pour traverser cette période et préserver leurs entreprises, leurs salariés.»