

Les artisans boulangers pâtisseries



CRIOC, juillet 2007



Etude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. Les boulangers - pâtisseries (description, ventes, avenir, attentes des consommateurs)
4. Les matières grasses (usage et perception, critères de choix et de satisfaction, notoriété des marques).
5. Les produits surgelés (usage et perception)
6. L'information (satisfaction, thématiques, canaux)
7. Les fournisseurs (attentes, actions promotionnelles)
8. Actions promotionnelles attractives et périodes propices aux actions de promotion des produits wallons auprès de la cible.
9. Conclusions et recommandations

Objectifs

- Décrire le secteur des artisans boulangers-pâtisseries en Belgique (activités, besoins et attentes, perspectives futures).
- Evaluer l'usage des produits laitiers utilisés par le secteur (beurre, crème) et comparer cet usage aux produits concurrents (margarine, mélanges, etc.) tant en frais qu'en surgelés.
- Déterminer les besoins et attentes spécifiques des artisans par rapport à leurs fournisseurs (critères de choix et de satisfaction, notoriété des fournisseurs, demande d'information, attentes et évaluation des actions promotionnelles).

Méthodologie

- 428 interviews réalisées par téléphone auprès des artisans boulangers-pâtisseries de Belgique (étude d'usage et d'attitudes).
- Field : mars 2007.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé sur base de la localisation des entreprises.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur).
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 1,3%.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction du métier de l'artisan (boulangier, pâtissier ou boulangier/pâtissier), du régime linguistique, de la localisation (régions), du genre, de l'âge, des caractéristiques de l'exploitation (chiffre d'affaire, nombre de points de vente et d'employés, connexion internet).

Les boulangers – pâtisseries

La plupart des artisans sont actifs au sein d'entités de taille modeste (TPE) dont le nombre a diminué de 24% entre 1998 (6.592) et 2005 (5.339).

Activités professionnelles

- Les artisans sont, pour la grande majorité, des boulangers-pâtisseries. Moins d'un sur dix n'exerce que le métier de boulanger et un sur vingt, que celui de pâtisseries.

Répartition géographique

- Six artisans sur dix sont localisés en Flandre, un sur dix à Bruxelles trois sur dix en Wallonie. Cette répartition est proportionnelle à la répartition de la population.

Points de vente

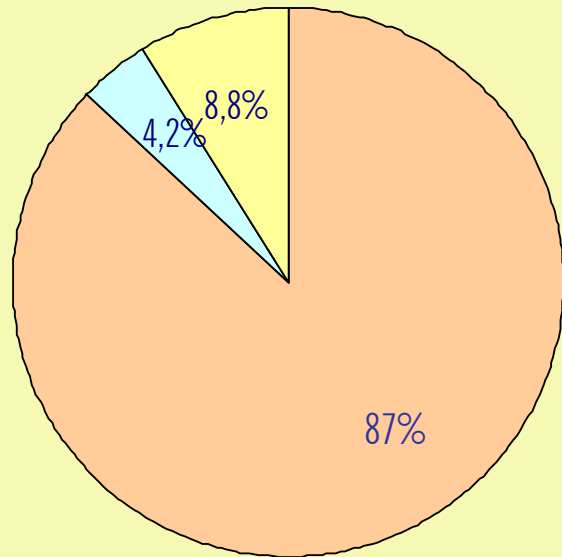
- Huit artisans sur dix ne disposent que d'un seul point de vente, un sur dix de deux points de vente et un sur dix de plus de 2 points de vente.

Emploi

- Un artisan sur cinq n'emploie que de deux travailleurs et à peine un sur trois de cinq travailleurs et plus.

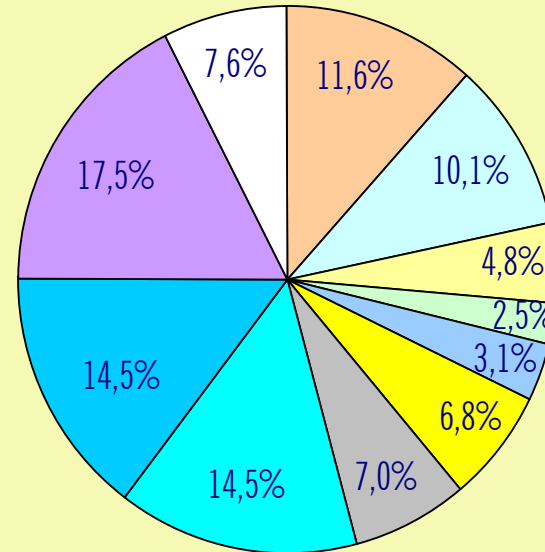
Les boulangers – pâtisseries

Activités professionnelles



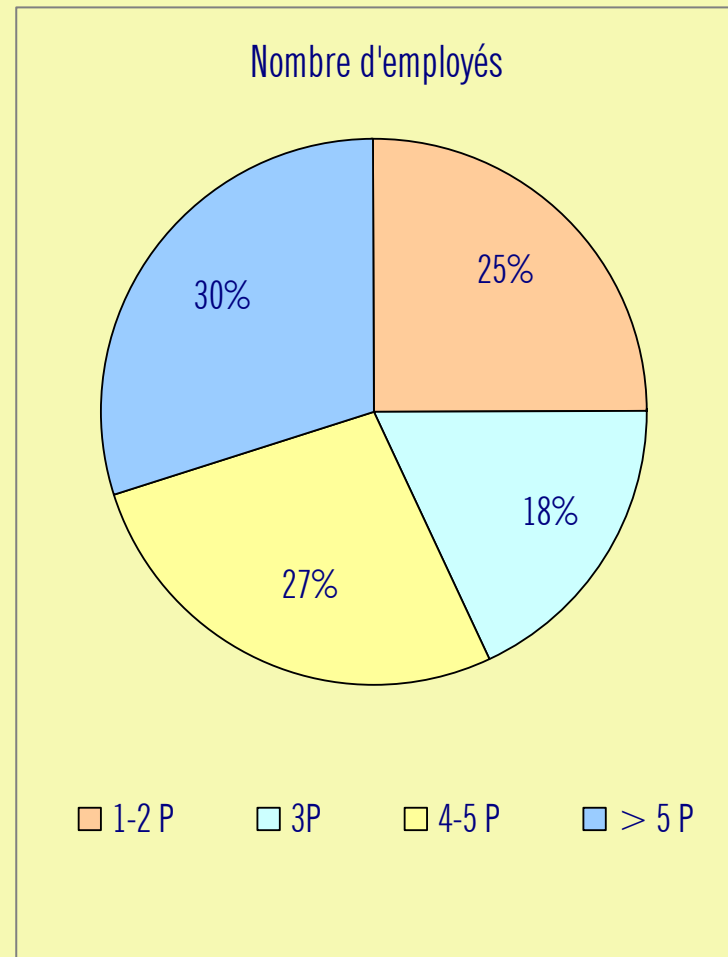
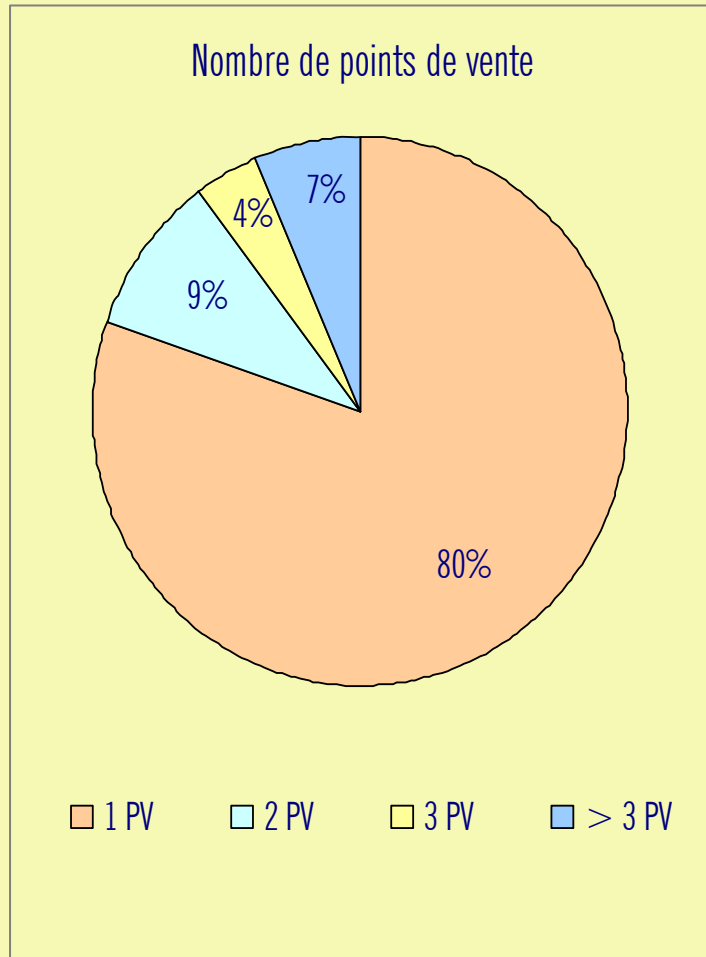
■ Boulanger-pâtissier ■ Pâtissier ■ Boulanger

Répartition par province

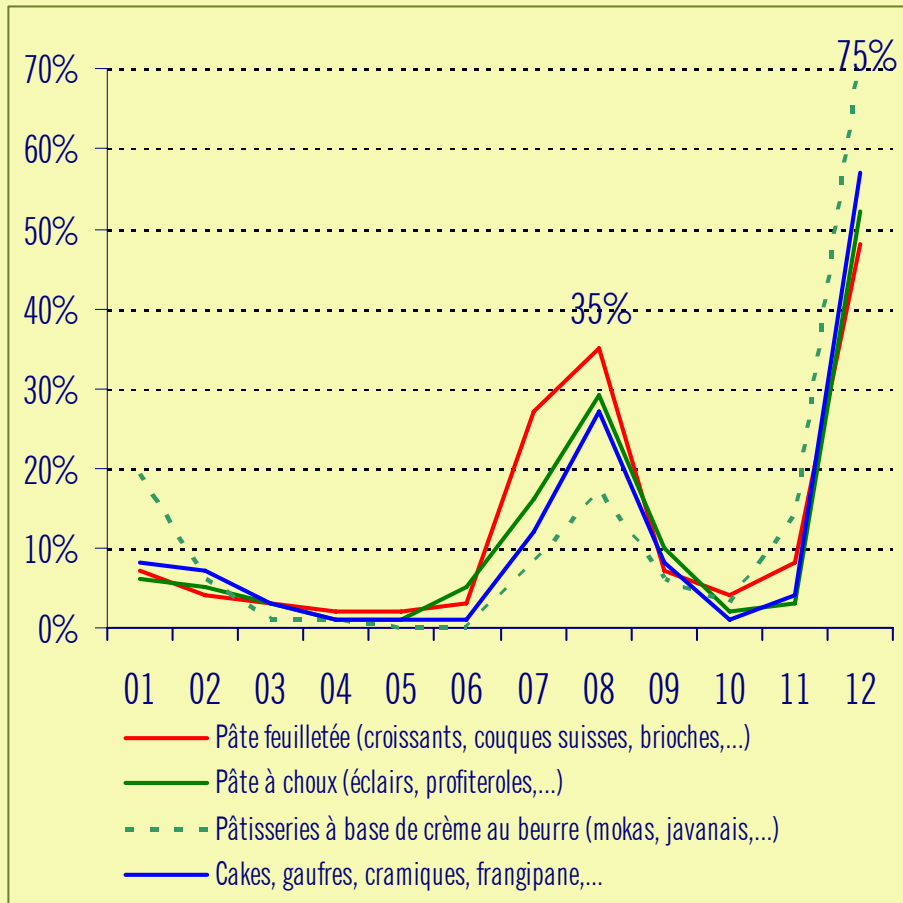


■ Hainaut ■ Liège
■ Namur ■ Brabant Wallon
■ Luxembourg ■ Bruxelles
■ Limbourg ■ Anvers
■ Flandre occidentale ■ Flandre orientale
■ Brabant Flamand

Les boulangers – pâtisseries



Les boulangers – pâtisseries : les ventes



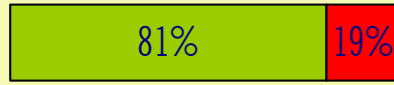
➤ Quel mois de l'année vendez vous le plus de?

- Les fêtes de fin d'année et, dans une moindre mesure, la période estivale sont des moments propices aux ventes de pâtisseries.
- Les artisans estiment qu'ils vendent le plus de pâtisseries durant le mois de décembre. Au mois de janvier, les ventes de pâtisseries à base de crème au beurre sont en augmentation.
- Le mois d'août et, dans une moindre mesure, les mois de juillet et septembre connaissent également un accroissement des ventes de pâtisseries.

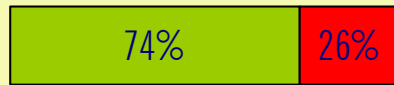
Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les boulangers – pâtisseries : les consommateurs

Les consommateurs veulent de plus en plus de produits sains, sans danger pour la santé



Les consommateurs veulent de plus en plus des produits sains, qui améliorent l'état de santé (oméga 3, pauvre en cholestérol,...)



Les consommateurs veulent savoir s'il y a des OGM dans les matières premières que j'utilise



Les consommateurs veulent connaître l'origine des matières premières que j'utilise



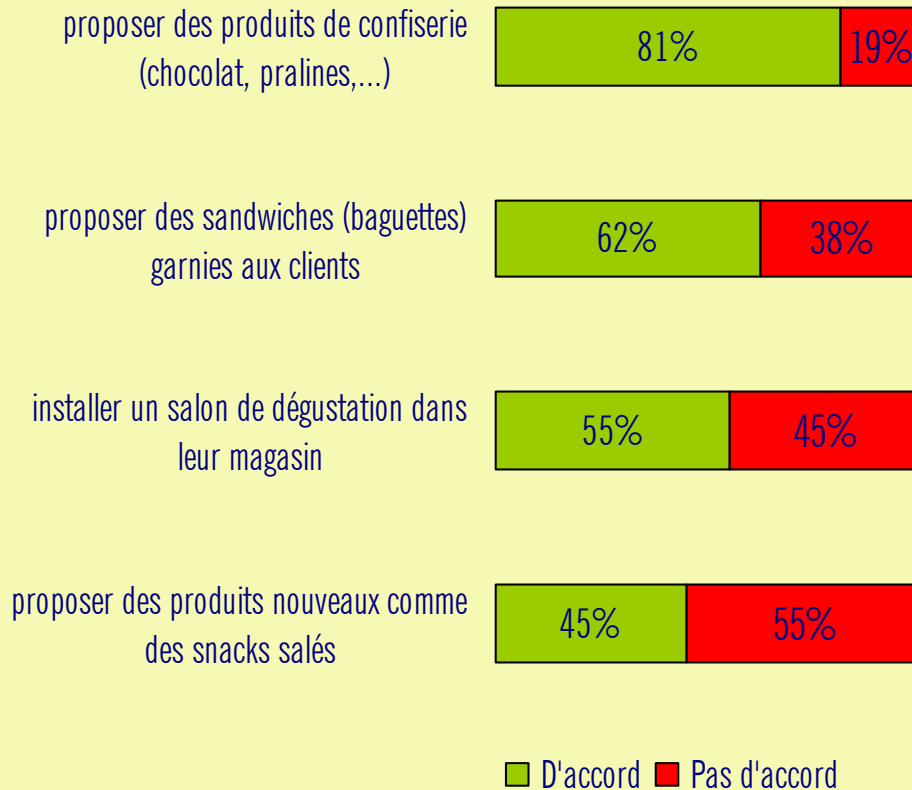
■ D'accord ■ Pas d'accord

➤ Voici une série de phrases que des professionnels nous ont dites. Etes-vous d'accord ou pas avec cette affirmation?

- Les artisans déclarent percevoir de la part de leur clientèle une demande accrue pour des produits sains, sans danger pour la santé et qui améliorent l'état de santé. Les consommateurs flamands (90%) y sont plus sensibles que les wallons (59%) (selon les artisans).
- Six artisans sur dix déclarent percevoir une demande sensible des consommateurs de connaître l'origine des matières premières utilisées et d'être rassurés sur l'absence d'OGM dans les matières premières qu'ils utilisent. En particulier, cette demande est d'avantage perçue par les artisans bruxellois (87%) que par les artisans wallons (41%).

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les boulangers – pâtisseries : diversification

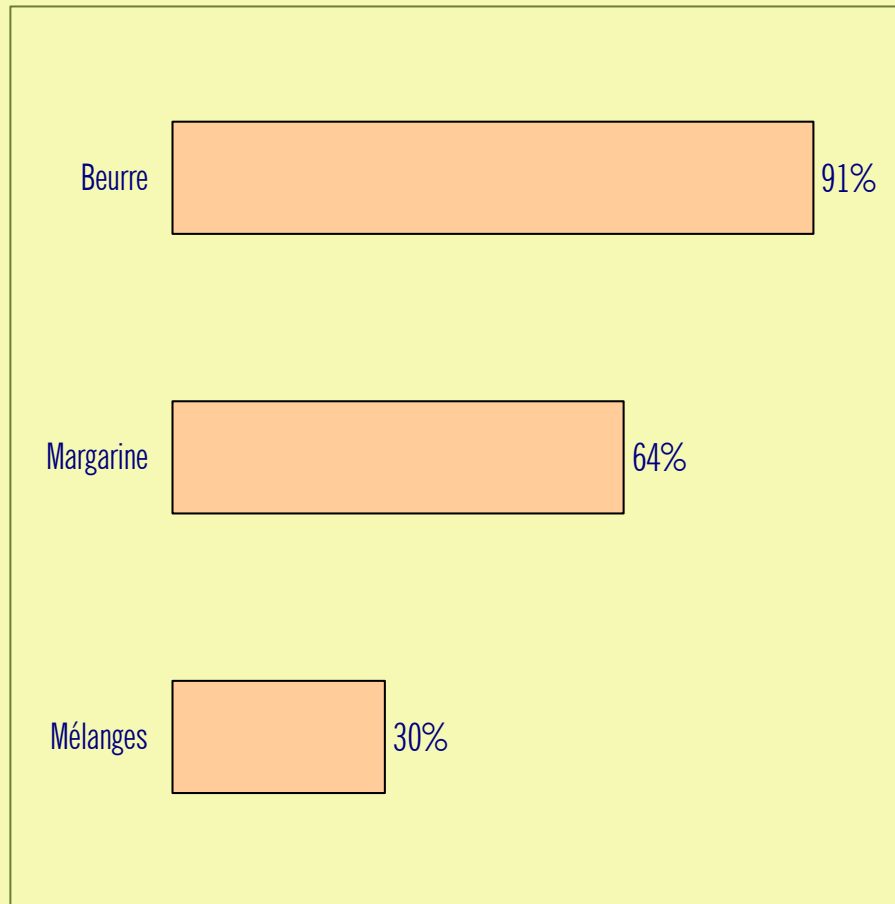


➤ Dans l'avenir, les professionnels de la boulangerie et de la pâtisserie vont...?

- Les artisans estiment qu'à l'avenir, la profession va diversifier ses activités par l'offre de produits de confiserie et de baguettes garnies à leur clientèle. Les artisans bruxellois sont plus nombreux encore à envisager de vendre des confiseries (97%) et les wallons des baguettes garnies (73%).
- Peu d'artisans envisage de proposer de nouveaux produits de snacks salés. Les Wallons (73%) sont plus nombreux à l'envisager que les Flamands (28%).
- Un artisan sur deux envisagerait d'installer un salon de dégustation dans son établissement. Les artisans wallons sont plus nombreux à l'envisager (68%) que la moyenne.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les matières grasses

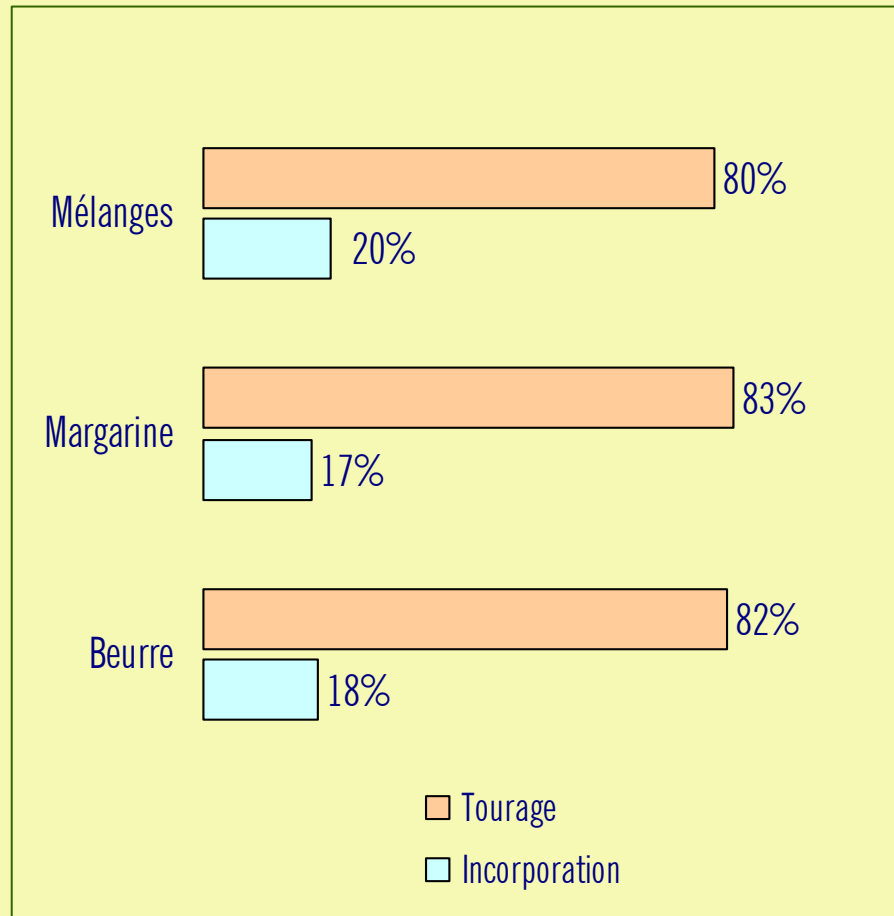


➤ Utilisez-vous du, de la, des...?

- Les artisans boulangers-pâtisseries utilisent plus d'un type de matière grasses (1,6 type de matières grasses en moyenne).
- La plupart des boulangers-pâtisseries et des pâtisseries utilisent du beurre. Trois boulangers sur quatre en utilisent. Les boulangers-pâtisseries francophones et employant plus de cinq personnes sont plus nombreux à en utiliser.
- Deux boulangers-pâtisseries sur trois utilisent de la margarine dans leurs préparations. Les boulangers-pâtisseries bruxelloises sont moins nombreux à en utiliser (38%).
- Moins d'un tiers des boulangers-pâtisseries utilise des mélanges.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les matières grasses

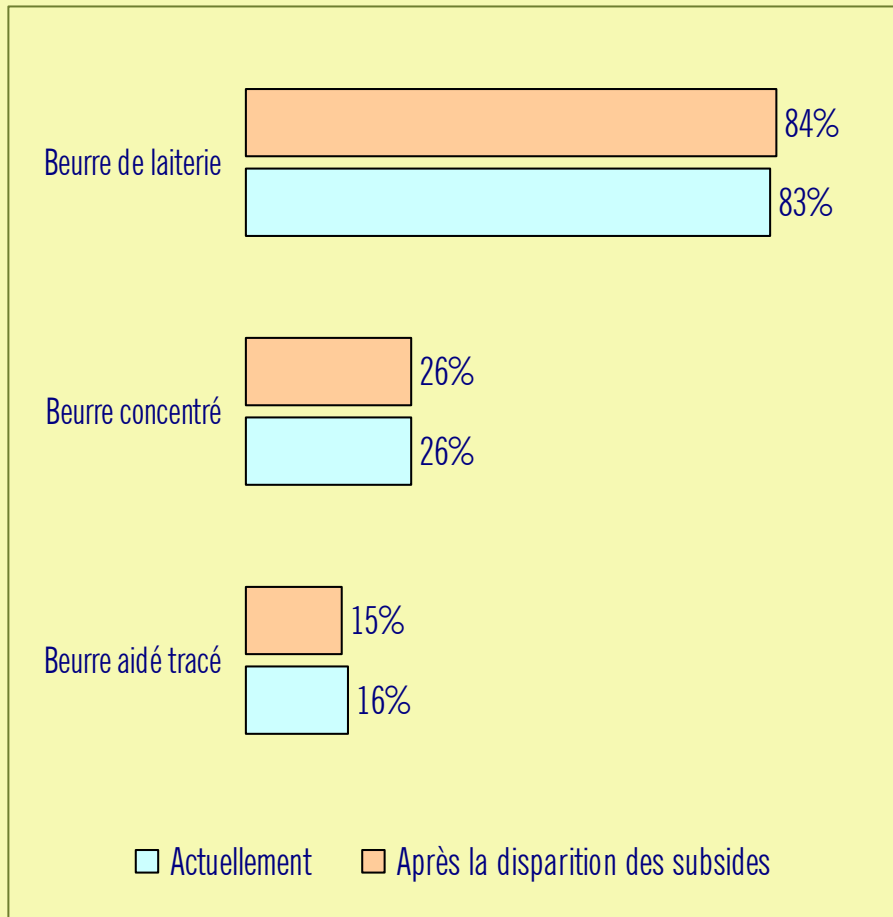


➤ Pour quelle utilisation?

- Les artisans boulangers-pâtisseries utilisent les matières grasses principalement pour le tourage.
- Dans deux cas sur dix, ils les utilisent pour l'incorporation principalement.
- Les artisans boulangers-pâtisseries néerlandophones sont plus nombreux que la moyenne à utiliser la margarine pour le tourage (92%) et les artisans boulangers-pâtisseries francophones sont moins nombreux (70% l'utilisent pour le tourage).

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Le beurre

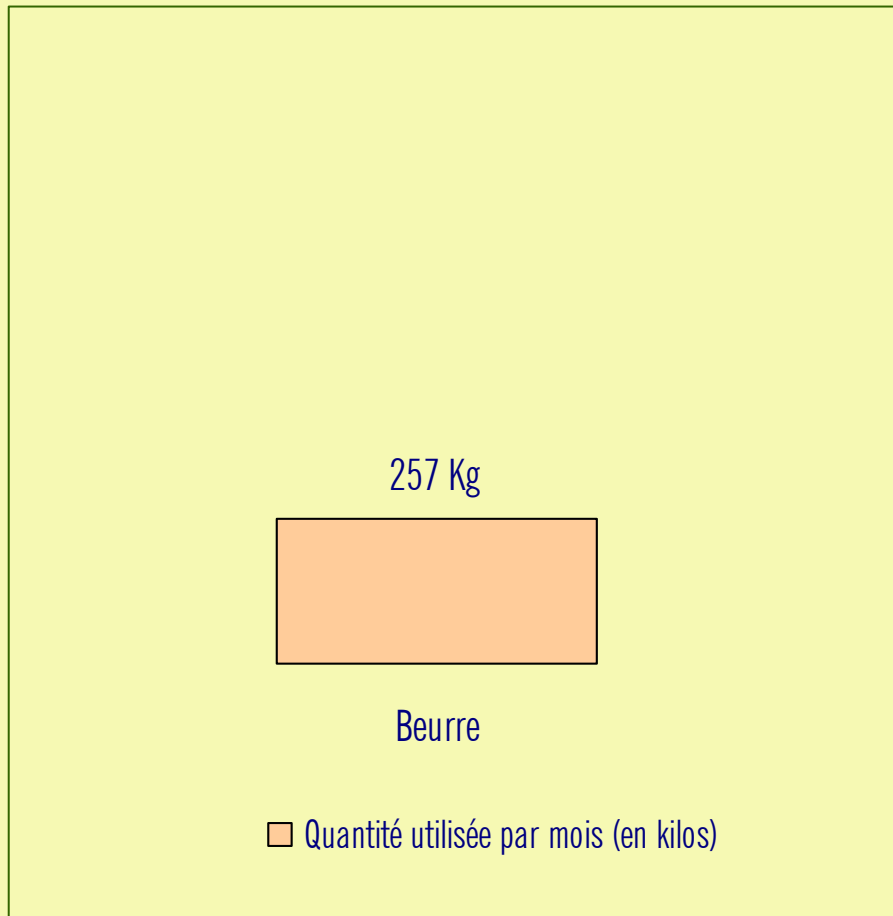


- Quel type de beurre utilisez-vous?
- Après la disparition des subsides, quel type de beurre utiliserez-vous?

- Les artisans boulangers-pâtisseries qui utilisent du beurre choisissent majoritairement du beurre de laiterie.
- Un artisan boulangers-pâtisseries sur quatre utilise du beurre concentré et un sur sept du beurre aidé tracé. Les artisans des petites localités wallonnes sont plus nombreux à utiliser du beurre concentré (45%); les artisans des villes centrales moins (14%).
- Après la disparition des subsides, les artisans boulangers-pâtisseries ne comptent pas modifier leurs comportements, leurs choix.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent du beurre; plusieurs réponses possibles

Le beurre

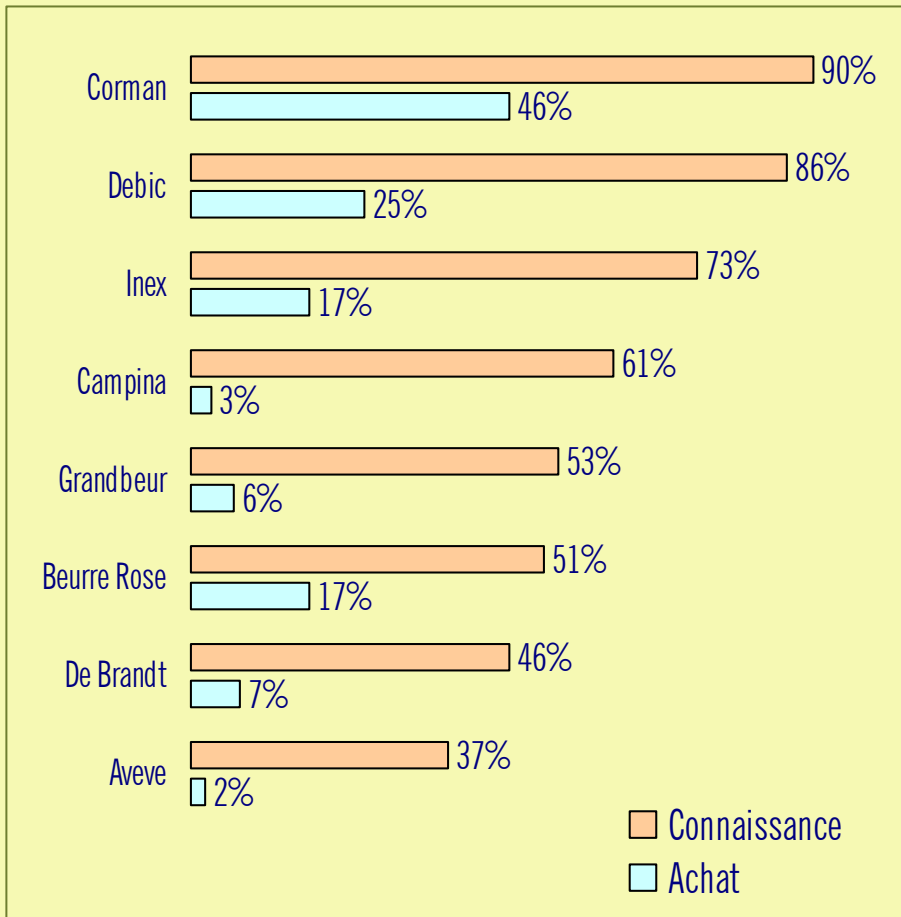


➤ Quelle quantité utilisez-vous par mois?

- Les artisans boulangers-pâtisseries qui utilisent du beurre en consomment en moyenne 257 kg par mois.
- Les artisans boulangers-pâtisseries de Wallonie (111 kg), des villes flamandes (91 kg) en utilisent en quantité moindre que la moyenne des artisans.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent du beurre

Le beurre



- Quelle(s) marque(s) connaissez-vous?
- Quelle(s) marque(s) achetez-vous?

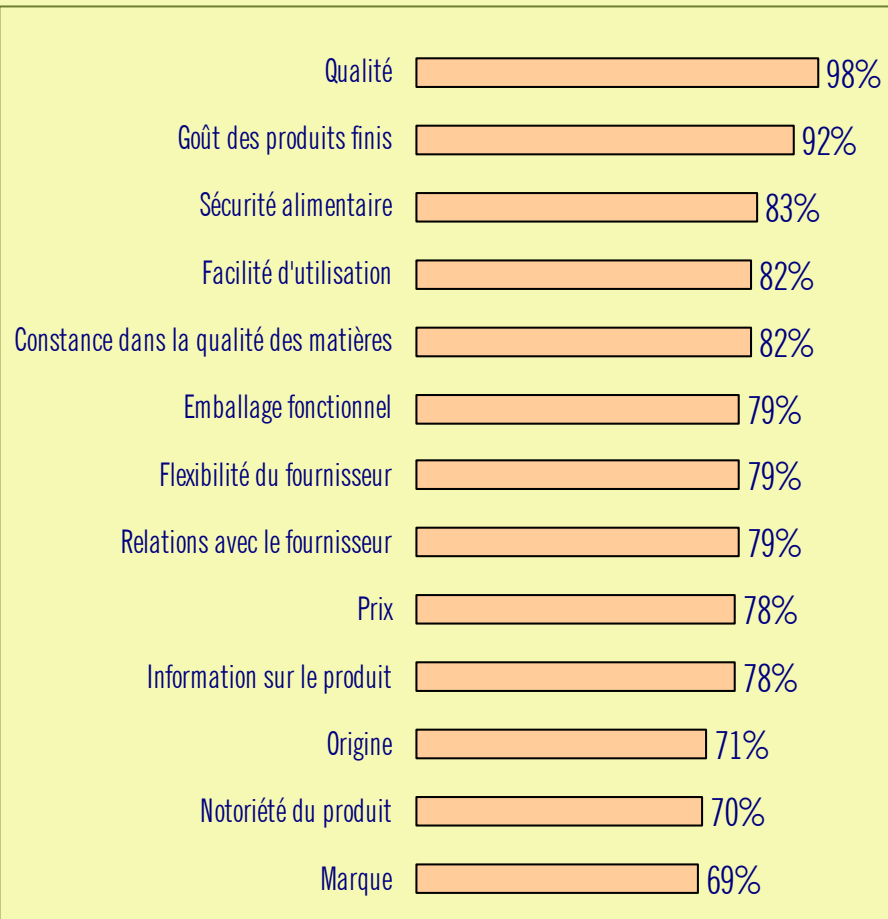
- Les marques les plus connues auprès des artisans boulangers-pâtisseries sont Corman, Debic et Inex (connues par plus de sept artisans sur dix). Plus de la moitié des artisans connaissent Campina, Grandbeur et Beurre Rose.
- La marque la plus achetée par les artisans est Corman (près d'un artisan sur deux qui utilise du beurre, achète cette marque). Ensuite, les artisans achètent Debic, Inex et Beurre Rose.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent du beurre ; plusieurs réponses possibles

Différences par profil

- Debic est une marque plus connue au Nord du pays (94%) qu'au Sud (77%) et, en particulier, elle est peu connue dans les petites localités wallonnes (58%). Cette marque est également moins achetée en Wallonie (10%) qu'en Flandre (32%).
- De Brandt est moins connu auprès des artisans wallons (31%) et en particulier, dans les petites localités wallonnes (15%).
- Beurre Rose est une marque plus connue des Bruxellois (71%).
- Campina est également moins connu en Wallonie (47%) qu'en Flandre (70%).
- Les artisans ont également cité d'autres marques de beurre (Candia, Beurre de ferme, Beurre du pays, Beurre de Normandie, Debco, Walhorn,)

Le beurre

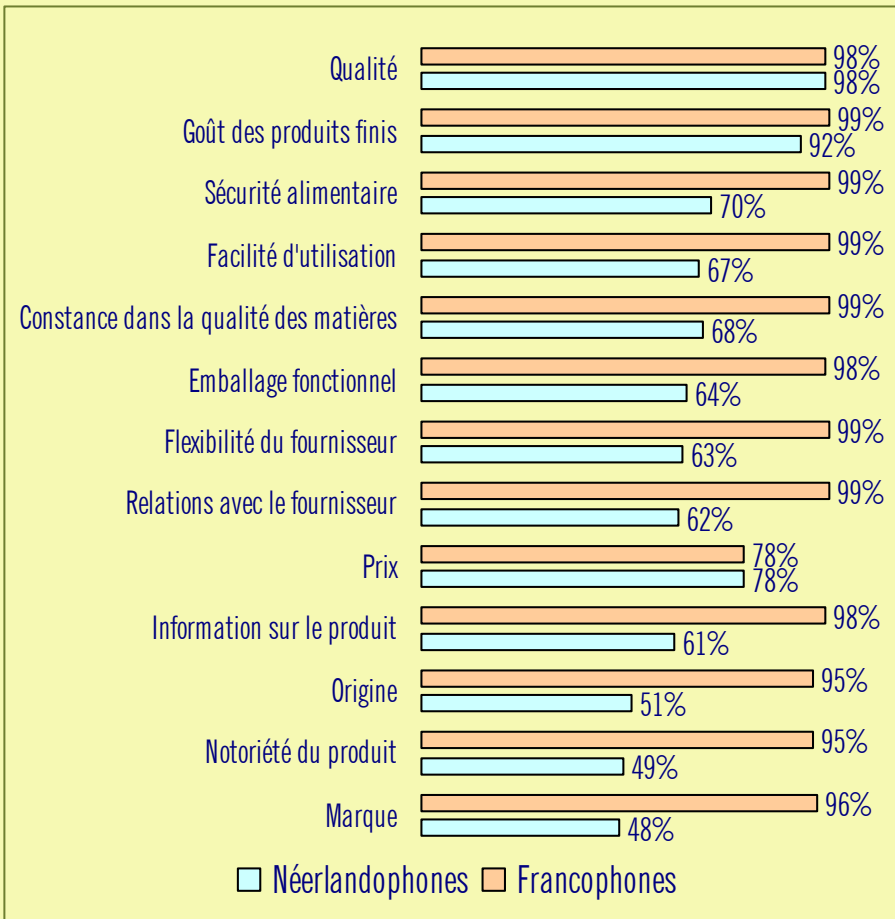


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de beurre?

- La qualité et le goût des produits finis sont les critères de choix les plus importants aux yeux des artisans.
- La sécurité alimentaire, les facilités d'utilisation, la constance dans la qualité des matières premières, un emballage fonctionnel, les relations entretenues avec le fournisseur et sa flexibilité, le prix et l'information sur le produit sont des critères importants pour plus de 8 artisans sur 10.
- Pour 7 artisans sur 10, l'origine, la notoriété et la marque sont des critères de choix importants lors de l'achat de beurre.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent du beurre

Différences par profil

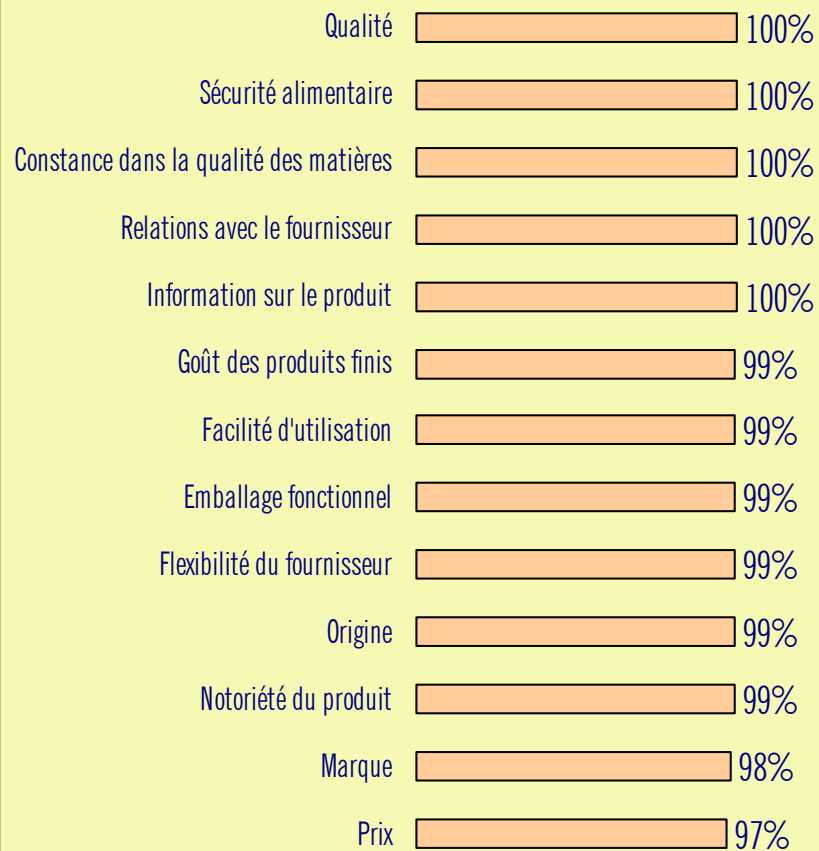


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de beurre?

- Les Francophones accordent de l'importance à l'ensemble des critères étudiés. Le prix est un critère auquel moins d'artisans accordent de l'importance lors de l'achat de beurre mais il reste important pour huit artisans francophones sur dix.
- Les Néerlandophones accordent une importance différente aux critères étudiés. Les critères de choix les plus importants restent la qualité et le goût des produits finis. Le prix arrive en troisième position. Ils accordent moins d'importance aux autres critères en particulier à l'origine, à la présence d'une marque et à la notoriété du produit.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent du beurre

Le beurre

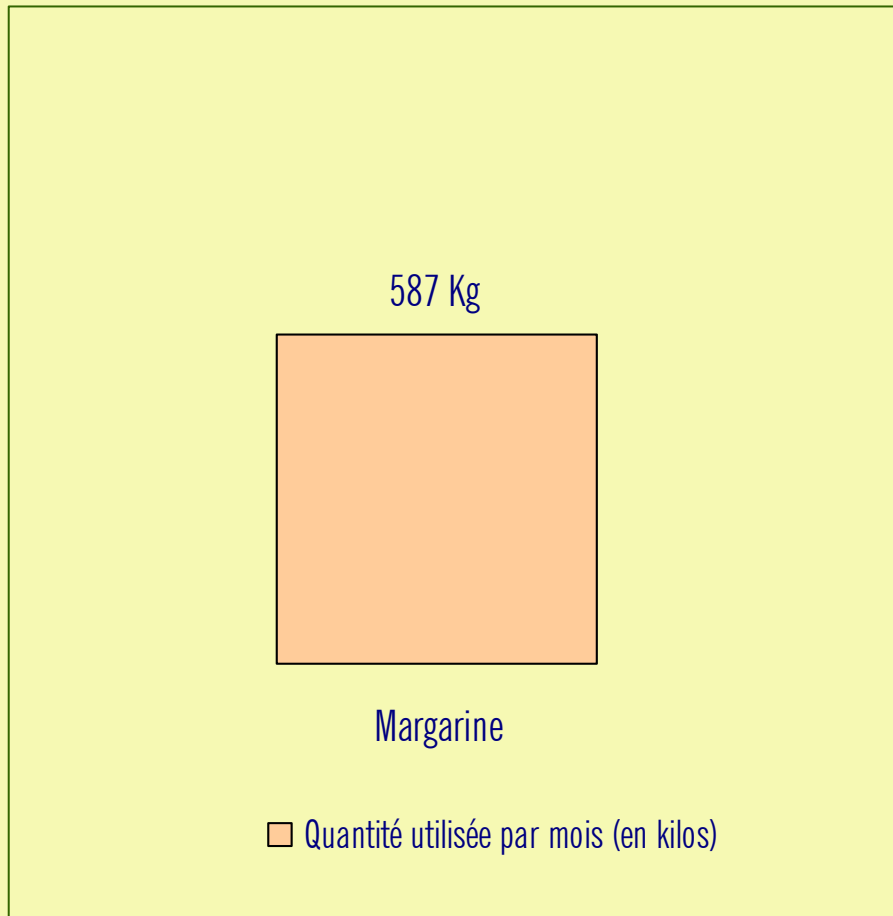


➤ Etes-vous satisfait de votre fournisseur actuel en ce qui concerne ce critère?

- Les artisans sont globalement très satisfaits de leur fournisseur actuel concernant les critères d'achat étudiés.
- Seuls quelques artisans n'étaient pas satisfaits du prix proposé par leur fournisseur.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent du beurre

La margarine

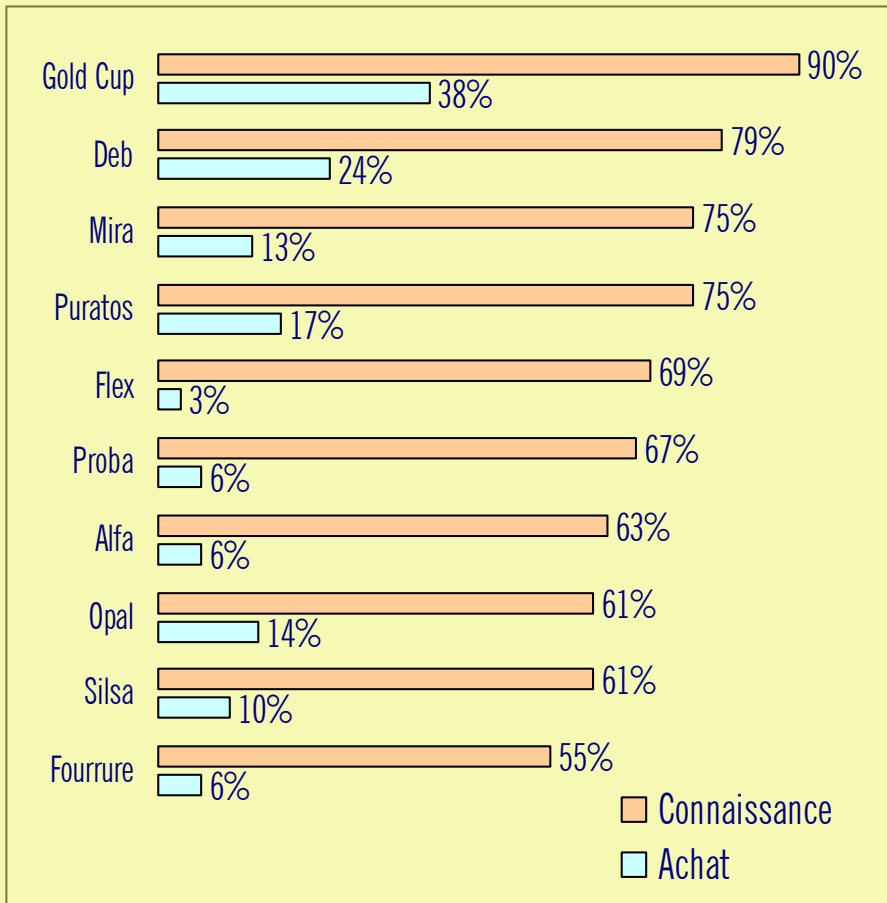


➤ Quelle quantité utilisez-vous par mois?

- Les artisans boulangers-pâtisseries qui utilisent de la margarine en consomment en moyenne 587 kg par mois. Cependant, moins de la moitié des artisans connaissait les quantités de margarine utilisées par mois.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la margarine

La margarine



- Quelle(s) marque(s) connaissez-vous?
- Quelles(s) marque(s) achetez-vous?

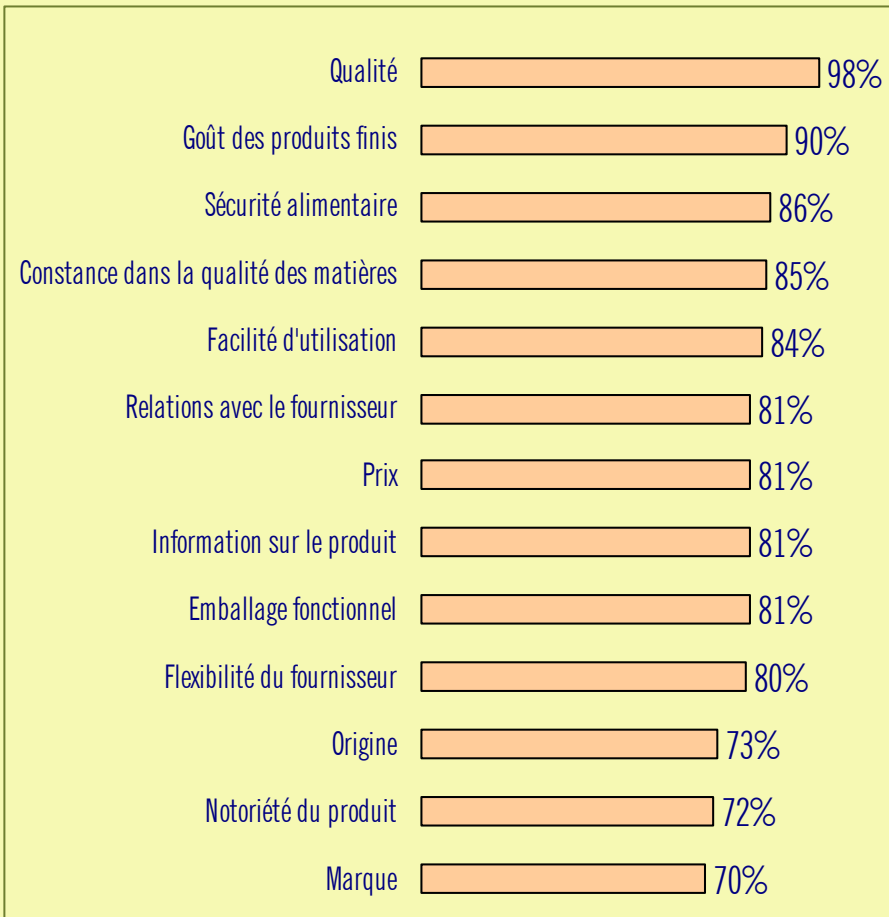
- Les marques les plus connues auprès des artisans boulangers-pâtisseries sont Gold Cup, Deb et Mira (connues par plus de 75% des artisans). Flex et Proba sont connues par sept artisans sur dix. Viennent ensuite, les marques Alfa, Opal et Silsa et Fourrure.
- Les marques les plus achetées par les artisans sont Gold Cup et Deb. Ensuite, les artisans achètent Puratos, Opal, Mira et Silsa. Moins d'un artisan sur dix achète les marques Fourrure, Alfa, Proba ou Flex.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la margarine; plusieurs réponses possibles

Différences par profil

- La marque Silsa est moins connue en Wallonie (46%) que dans les autres régions (61%).
- La marque Gold Cup est moins achetée en Wallonie (24%) et, en particulier, dans les communes rurales wallonnes (16%). Les artisans des petites localités flamandes sont plus nombreux à acheter cette marque (55%).
- La marque Opal est également moins fréquemment achetée par les artisans wallons (2%).
- Les artisans ont également cité d'autres marques de margarine (Zeelandia, Atlas, Backeurop,).

La margarine

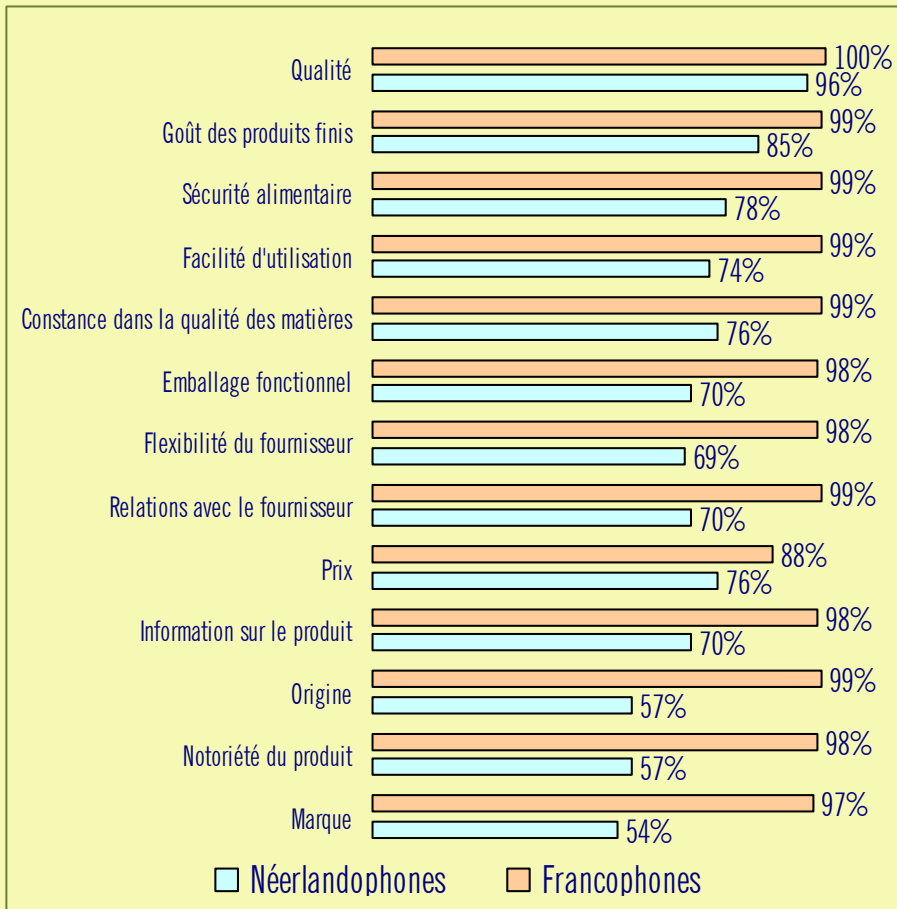


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de margarine?

- La qualité et le goût des produits finis sont les critères de choix les plus importants aux yeux des artisans.
- La sécurité alimentaire, les facilités d'utilisation, la constance dans la qualité du produit, les relations entretenues avec le fournisseur et sa flexibilité, le prix et l'information sur le produit ainsi qu'un emballage fonctionnel sont des critères importants pour plus de huit artisans sur dix.
- Pour sept artisans sur dix, l'origine, la notoriété et la marque sont des critères de choix importants lors de l'achat de margarine.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la margarine

La margarine

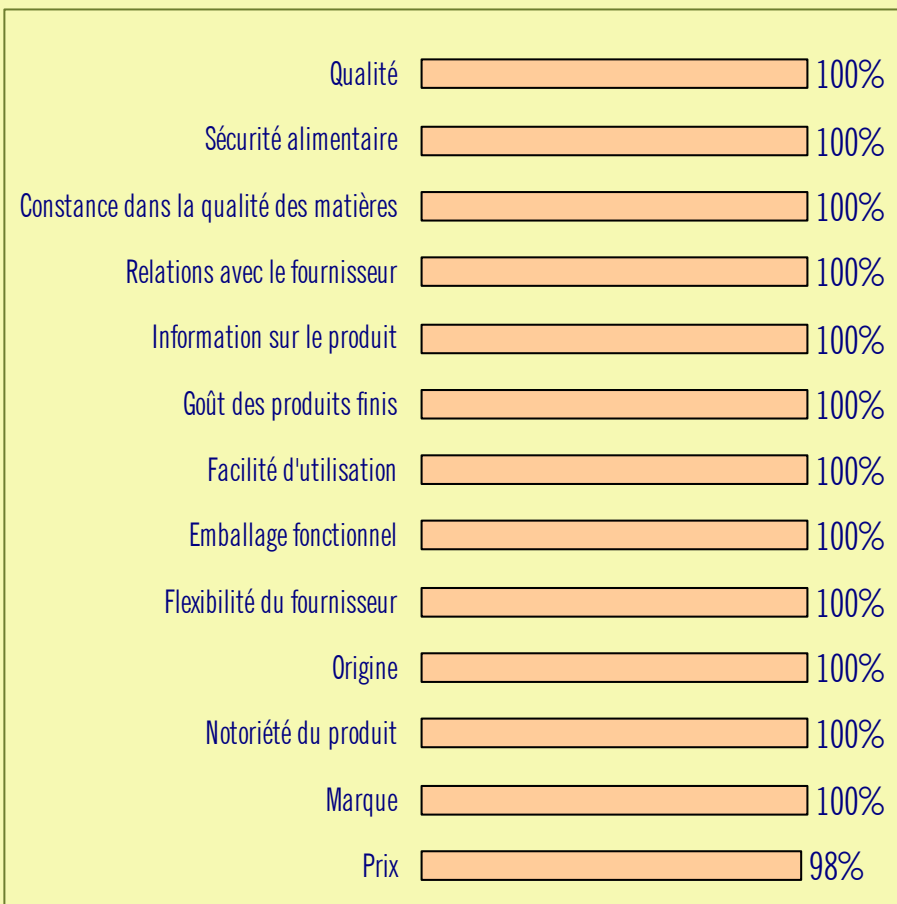


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de margarine?

- Les Francophones accordent de l'importance à l'ensemble des critères étudiés. Le prix est un critère auquel moins d'artisans accordent de l'importance lors de l'achat de margarine mais il reste important pour neuf artisans francophones sur dix.
- Les Néerlandophones accordent une importance différente aux critères étudiés. Les critères de choix les plus importants restent la qualité et le goût des produits finis. La sécurité alimentaire, le prix et la constance dans la qualité des matières premières viennent ensuite (importants pour plus de trois artisans sur quatre). Ils accordent moins d'importance aux autres critères, en particulier, à l'origine, à la présence d'une marque et à la notoriété du produit.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la margarine

La margarine

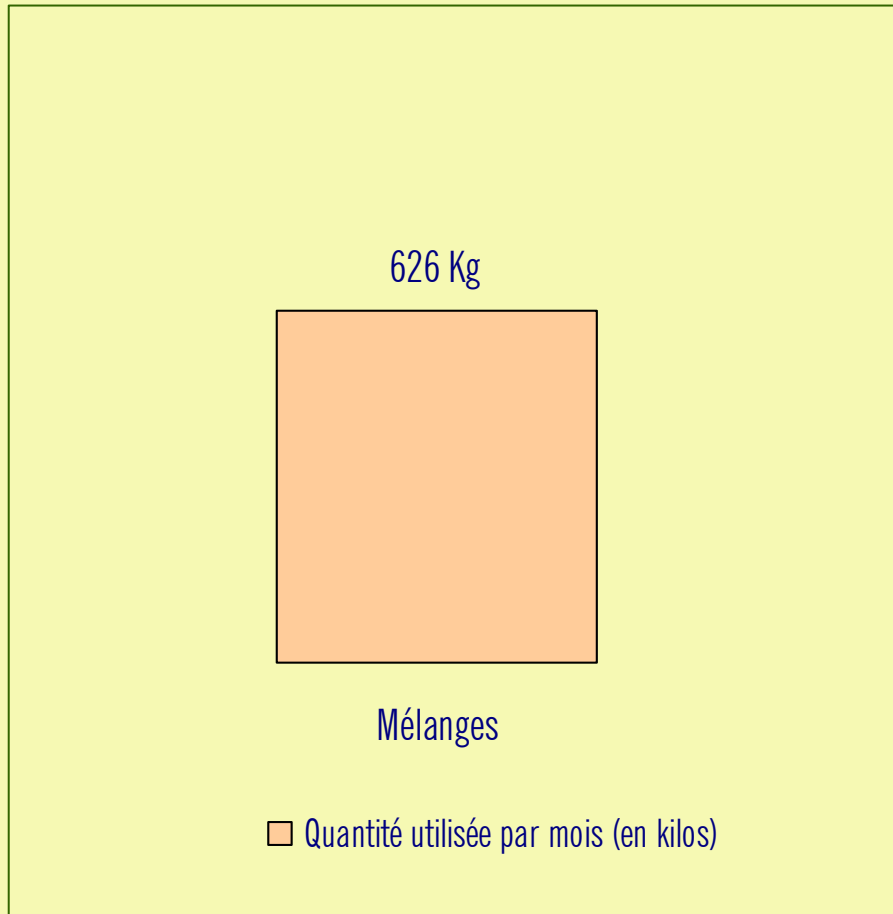


➤ Etes-vous satisfait de votre fournisseur actuel en ce qui concerne ce critère?

- Les artisans sont globalement très satisfaits de leur fournisseur actuel concernant les critères d'achat étudiés.
- Seuls quelques artisans n'étaient pas satisfaits du prix proposé par leur fournisseur.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la margarine

Les mélanges

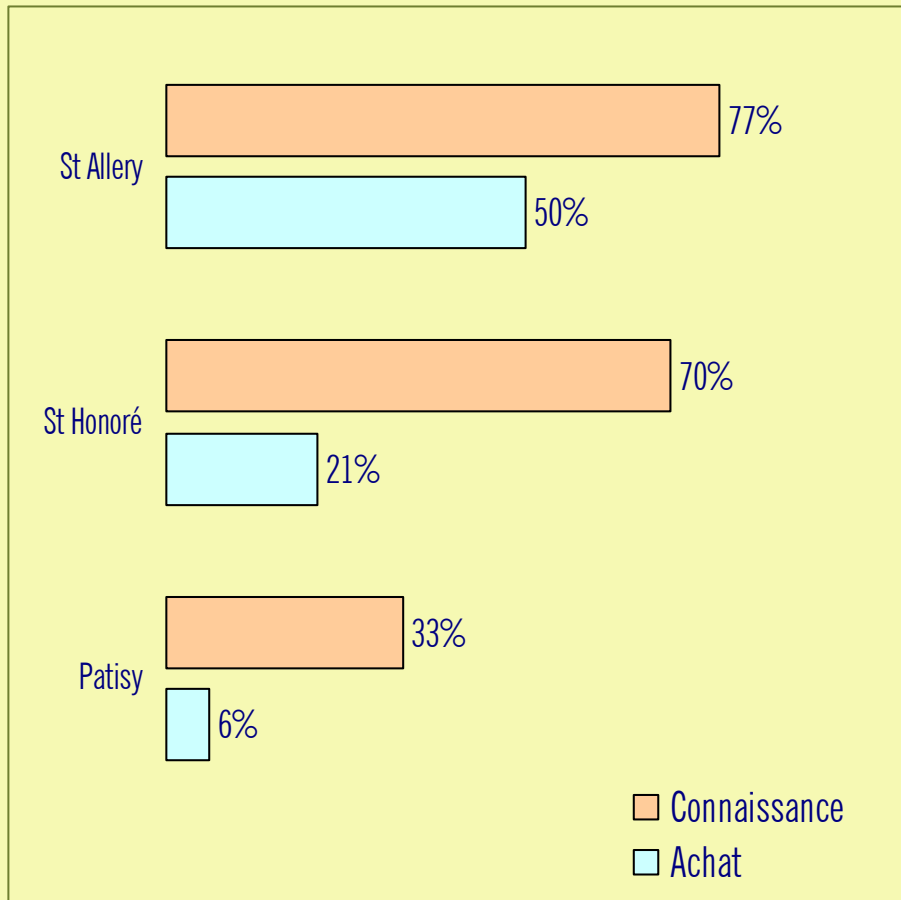


➤ Quelle quantité utilisez-vous par mois?

- Les artisans boulangers-pâtisseries qui utilisent des mélanges en consomment en moyenne 626 kg par mois. Cependant, seule la moitié des artisans connaissait les quantités de mélanges utilisées par mois.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent des mélanges

Les mélanges

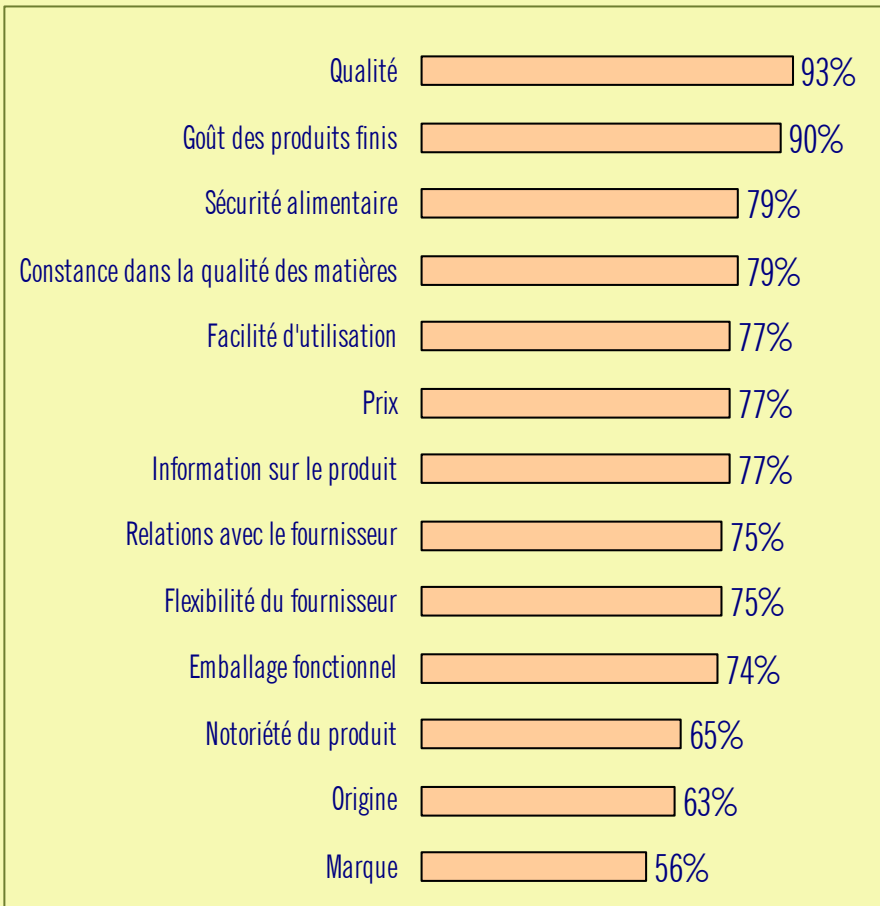


- Quelle(s) marque(s) connaissez-vous?
- Quelles(s) marque(s) achetez-vous?

- Les marques les plus connues auprès des artisans boulangers-pâtisseries sont St Allery, St Honoré (connues par plus de 7 artisans sur 10). Ensuite, 1 artisan sur 3 connaît Patisy.
- La marque la plus achetée par les artisans est St Allery (1 artisan sur 2 achète cette marque) et Deb (achetée par 1 artisan sur 5). Moins d'1 artisan sur 10 achète la marque Patisy.
- Les artisans ont également cité la marque de mélange Backeurop.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent des mélanges ; plusieurs réponses possibles

Les mélanges

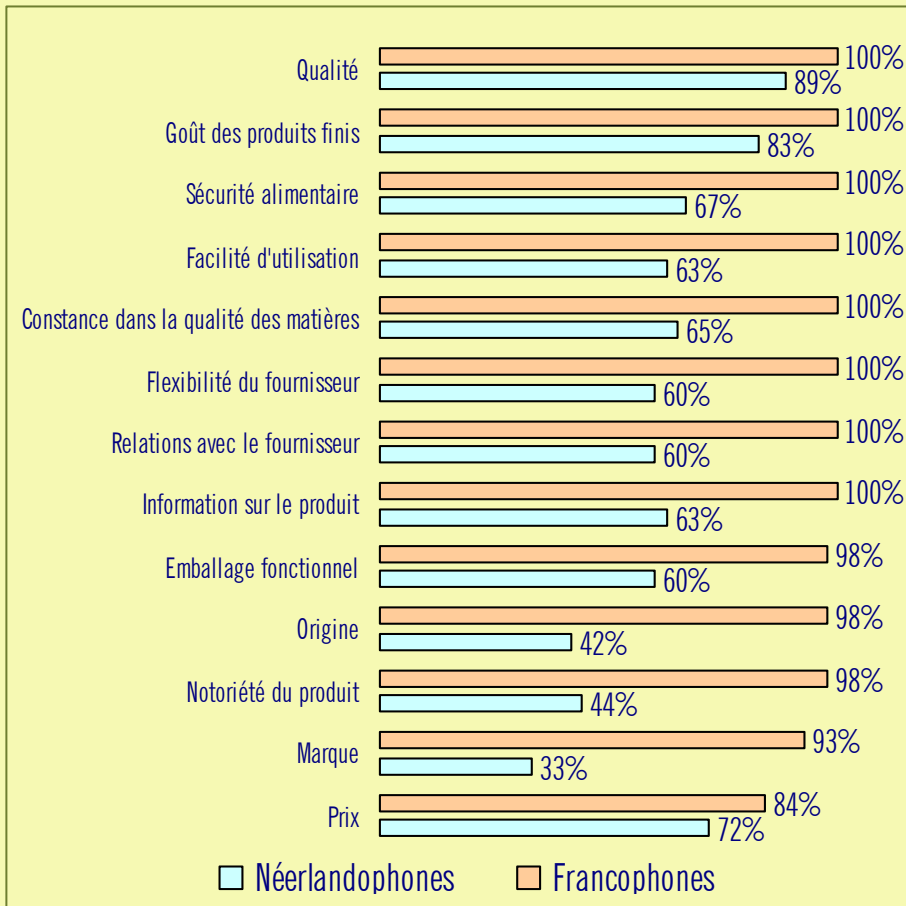


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de mélanges?

- La qualité et le goût des produits finis sont les critères de choix les plus importants aux yeux des artisans.
- La sécurité alimentaire, la constance dans la qualité du produit, les facilités d'utilisation, le prix et l'information sur le produit, les relations entretenues avec le fournisseur et sa flexibilité ainsi qu'un emballage fonctionnel sont des critères importants pour plus de sept artisans sur dix.
- Pour plus de six artisans sur dix, l'origine et la notoriété, et pour cinq artisans sur dix, la marque sont des critères de choix importants lors de l'achat de mélanges.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent des mélanges

Les mélanges

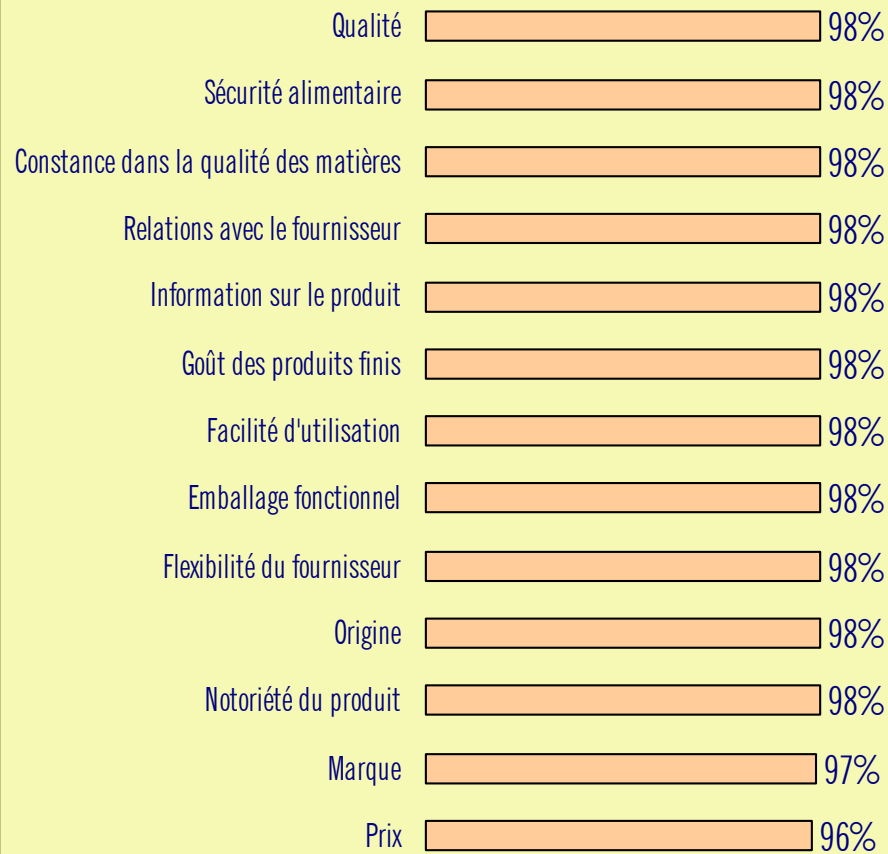


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de mélanges?

- Pour les Francophones, les critères étudiés sont tous importants à l'exception du prix qui reste cependant important pour plus de 8 artisans francophones sur 10.
- Les Néerlandophones accordent une importance différente aux critères étudiés. Les critères de choix les plus importants restent la qualité et le goût des produits finis. Le prix, la sécurité alimentaire, et la constance dans la qualité des matières premières viennent ensuite (importants pour plus de 2 artisans sur 3). Ils accordent moins d'importance aux autres critères en particulier à l'origine, à la présence d'une marque et à la notoriété du produit.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent des mélanges

Les mélanges

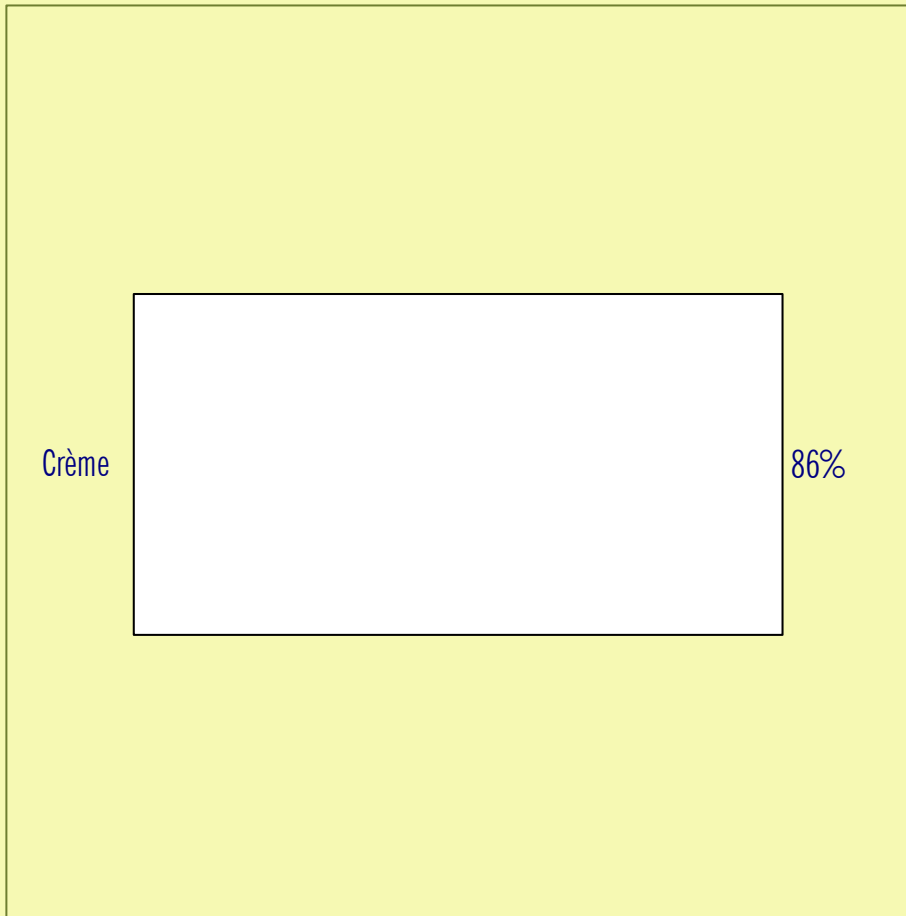


➤ Etes-vous satisfait de votre fournisseur actuel en ce qui concerne ce critère?

- Les artisans sont globalement très satisfaits de leur fournisseur actuel concernant les critères d'achats étudiés.
- Seuls quelques artisans n'étaient pas satisfaits du prix proposé par leur fournisseur.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent des mélanges

La crème

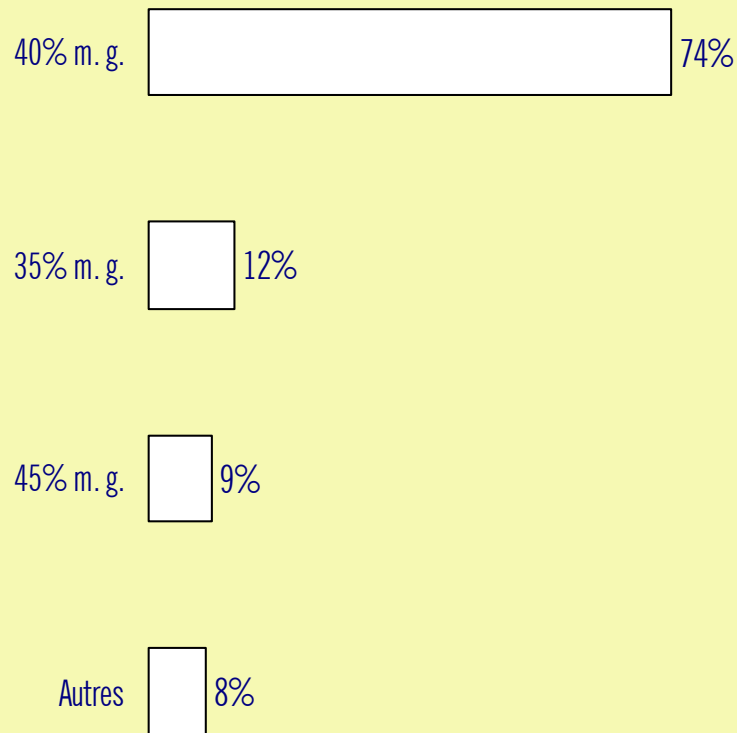


➤ Utilisez-vous de la...?

- Près de neuf artisans boulangers-pâtisseries sur dix utilisent de la crème. En particulier, les artisans bruxellois (95%) et de la périphérie (94%) sont plus nombreux à en utiliser.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

La crème



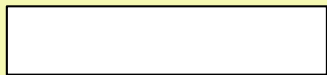
➤ Quel type de crème(s) utilisez-vous?

- Les artisans boulangers-pâtisseries qui utilisent de la crème utilisent majoritairement de la crème à 40% de matières grasses.
- Un artisan sur dix utilise de la crème à 45% ou à 35% de matières grasses.
- Les Wallons sont plus nombreux à utiliser de la crème à 45% de matières grasses (20%) ; les Flamands moins (3%).

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la crème

La crème

120



Crème

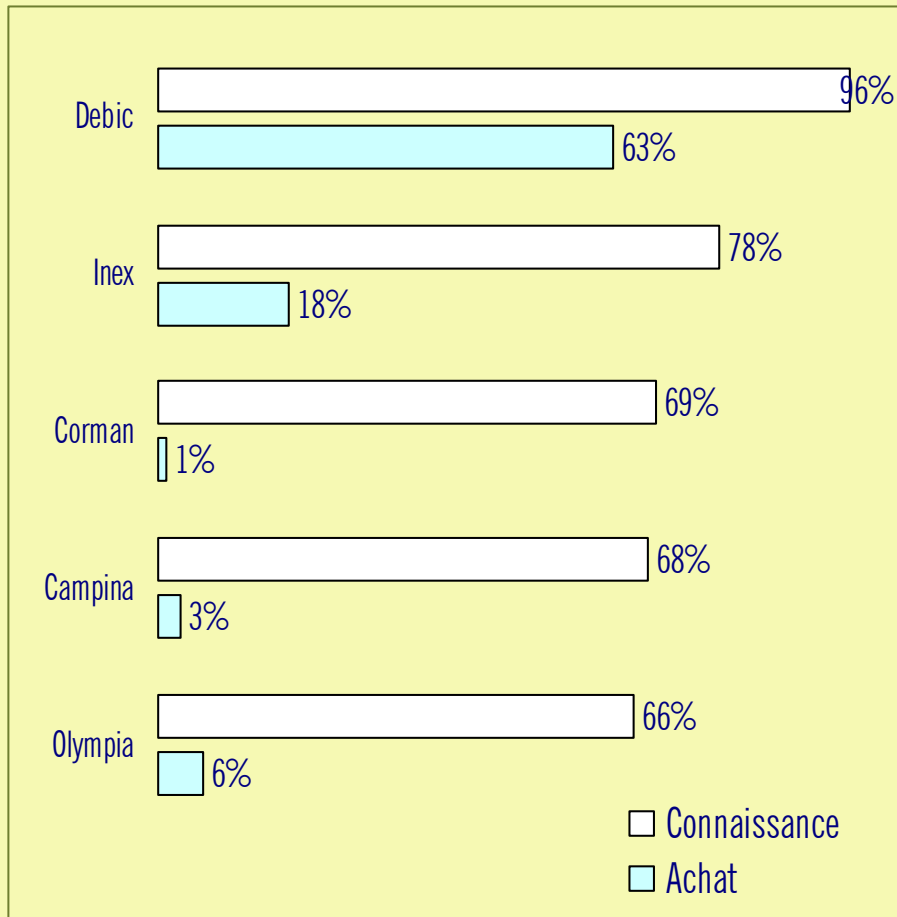
Quantité utilisée par mois (en litre)

➤ Quelle quantité utilisez-vous par mois?

- Les artisans boulangers-pâtisseries qui utilisent de la crème en utilisent en moyenne 120 litres par mois. Deux artisans sur trois connaissent les quantités utilisées chaque mois.
- Les artisans boulangers-pâtisseries de Wallonie (86 litres), des petites localités flamandes (91 litres) et d'établissements employant un ou deux personnes (56 litres) en utilisent moins que la moyenne des artisans. Les artisans ayant un chiffre d'affaires entre 200.000 et 299.999€ en utilisent plus (171 litres).

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la crème

La crème



- Quelle(s) marque(s) connaissez-vous?
- Quelle(s) marque(s) achetez-vous?

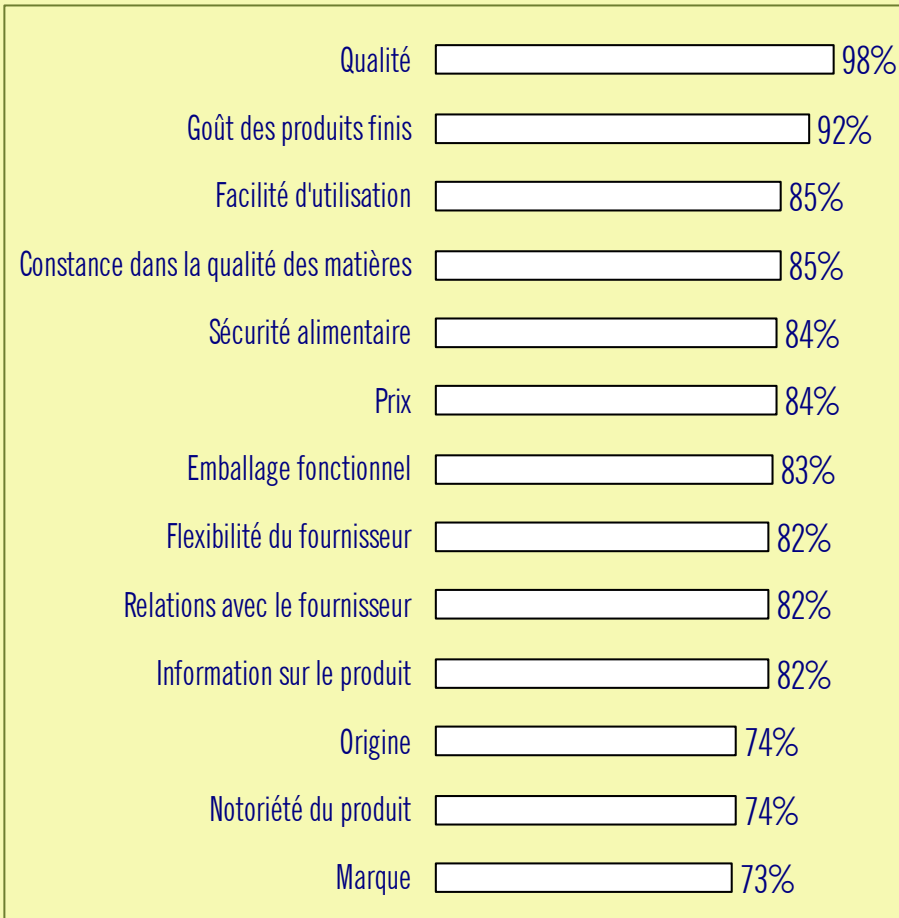
- Les marques les plus connues auprès des artisans boulangers-pâtisseries sont Debic (connue par la plupart des artisans) et Inex (connue par près de 8 artisans sur 10). Ensuite, 7 artisans sur 10 connaissent Corman, Campina et Olympia.
- La marque la plus achetée par les artisans est Debic (près de 2 artisans sur 3 qui utilisent de la crème achètent cette marque). Ensuite, les artisans achètent Inex (1 artisan sur 5). Peu d'artisans achète la marque de crème Olympia, Campina ou Corman.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la crème ; plusieurs réponses possibles

Différences par profil

- Les artisans wallons sont moins nombreux à connaître les marques Olympia (50%) et Campina (52%).
- Les artisans bruxellois sont plus nombreux à connaître les marques Olympia, Corman, et Campina.
- Les artisans exerçant en périphérie sont moins nombreux à acheter la marque Debic (46%).
- Les artisans ont également cité la marque de crème Concorde.

La crème

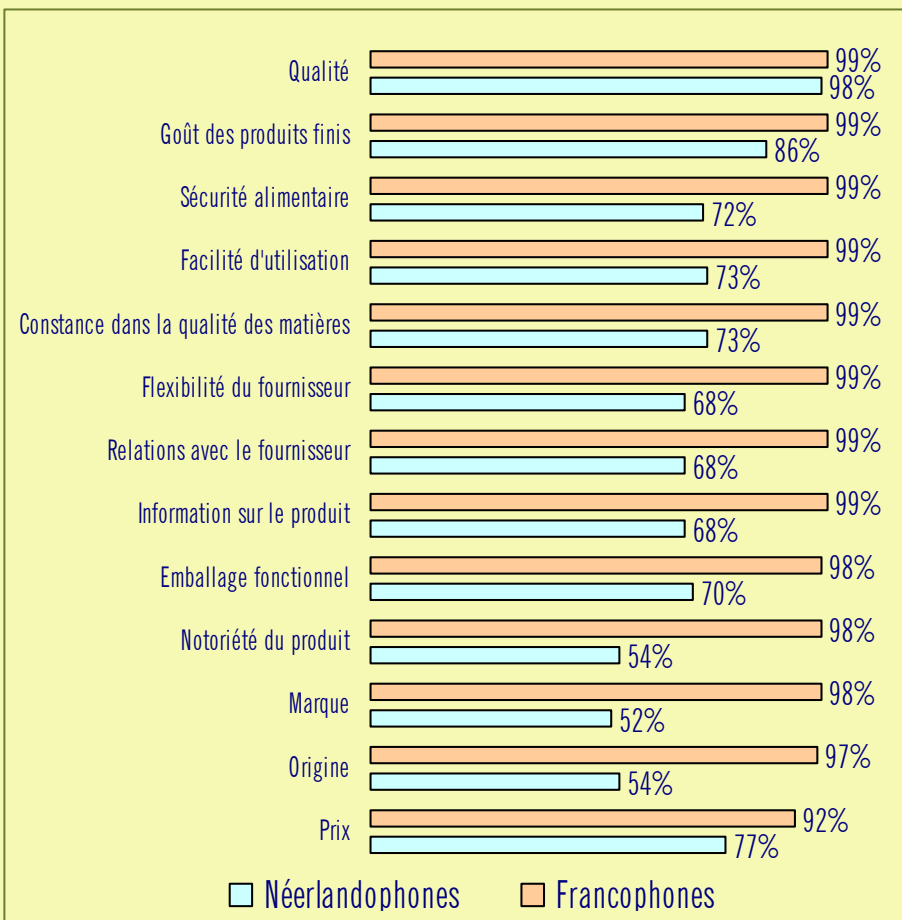


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de crème?

- La qualité et le goût des produits finis sont les critères de choix les plus importants aux yeux des artisans.
- Les facilités d'utilisation, la constance dans la qualité des matières premières, la sécurité alimentaire, le prix, un emballage fonctionnel, les relations entretenues avec le fournisseur et sa flexibilité ainsi que l'information sur le produit sont des critères importants pour plus de 8 artisans sur 10.
- Pour 3 artisans sur 4, l'origine, la notoriété et la marque sont des critères de choix importants lors de l'achat de crème.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la crème

Différences par profil

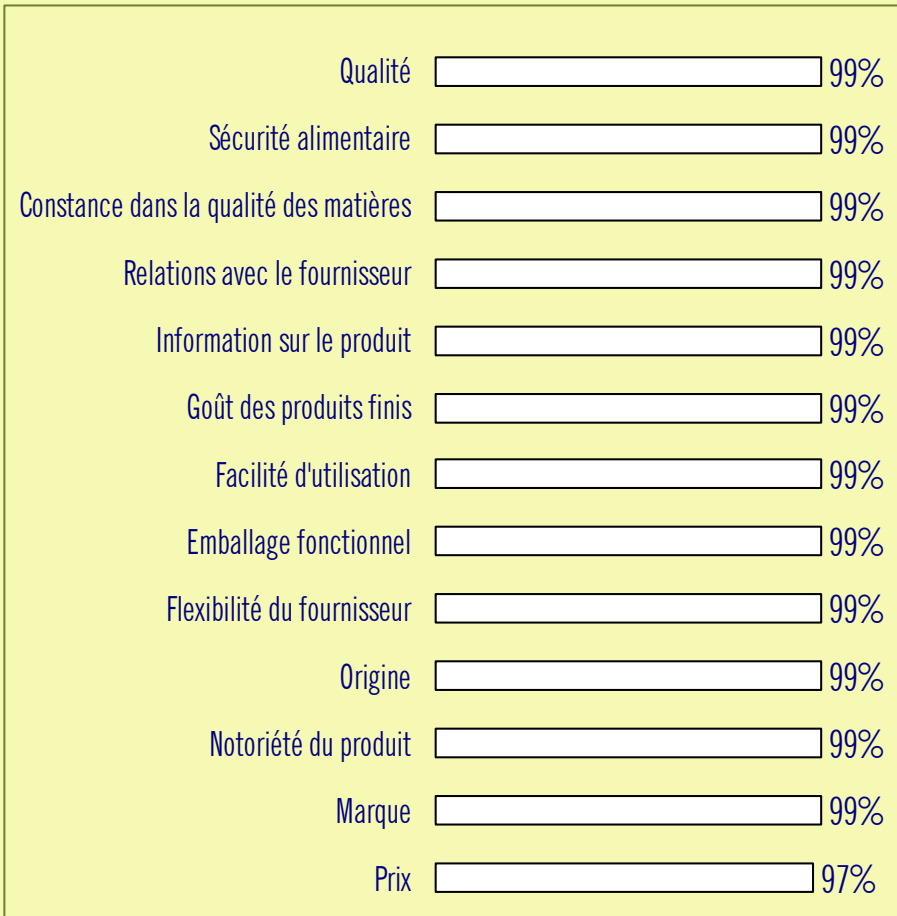


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de crème?

- Pour les Francophones, les critères étudiés sont tous importants à l'exception du prix qui reste cependant important pour plus de neuf artisans francophones dix.
- Les Néerlandophones accordent une importance différente aux critères étudiés. Les critères de choix les plus importants restent la qualité et le goût des produits finis. Le prix, la sécurité alimentaire, la constance dans la qualité des matières premières et la facilité d'utilisation viennent ensuite (importants pour plus de sept artisans sur dix). Ils accordent moins d'importance aux autres critères en particulier à l'origine, à la présence d'une marque et à la notoriété du produit.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la crème

La crème

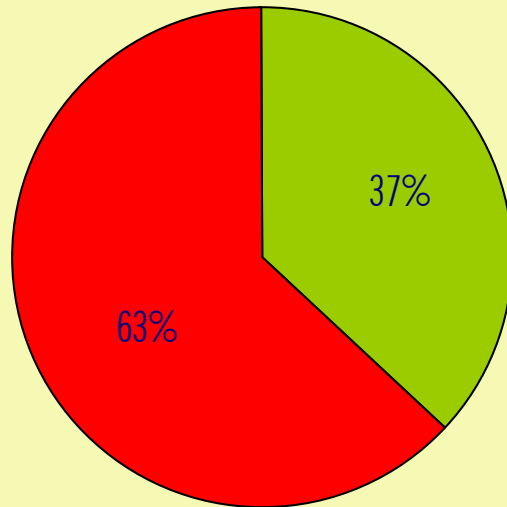


➤ Etes-vous satisfait de votre fournisseur actuel en ce qui concerne ce critère?

- Les artisans sont globalement très satisfaits de leur fournisseur actuel concernant les critères d'achat étudiés.
- Seuls quelques artisans n'étaient pas satisfaits du prix proposé par leur fournisseur.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent de la crème

Les produits surgelés : viennoiseries



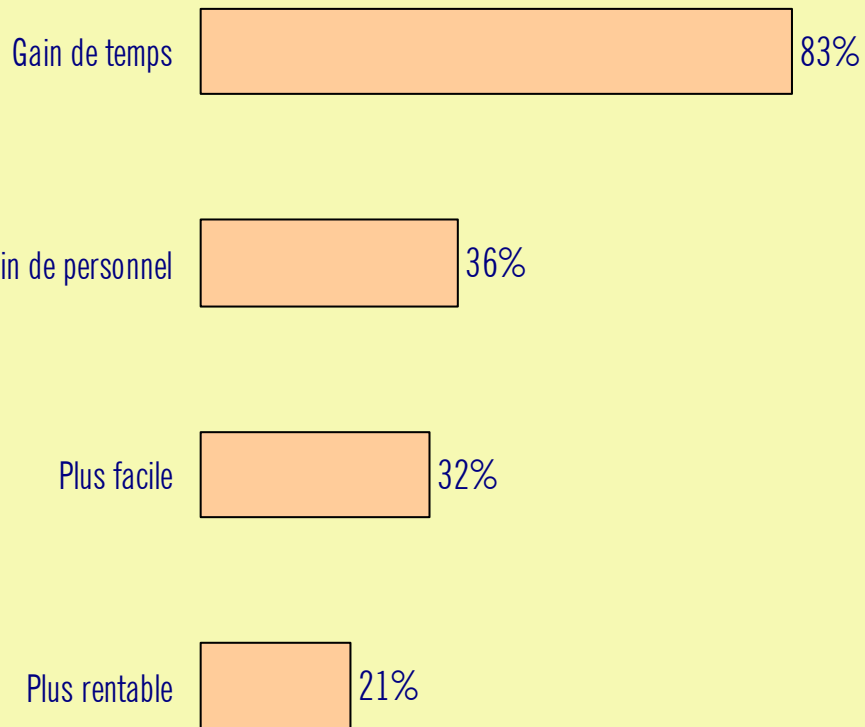
■ oui
■ non

➤ Utilisez-vous des viennoiseries surgelées pour la vente?

- Plus d'un tiers des artisans boulangers/pâtisseries vend des viennoiseries surgelées.
- Les artisans francophones sont plus nombreux (49%) que la moyenne (37%) à utiliser des viennoiseries surgelées (en particulier, les artisans des petites localités (56%) et des communes rurales (54%)).
- Les artisans néerlandophones sont, quant à eux, moins nombreux (28%) que la moyenne (37%) à utiliser des viennoiseries surgelées pour la vente.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les produits surgelés : viennoiseries

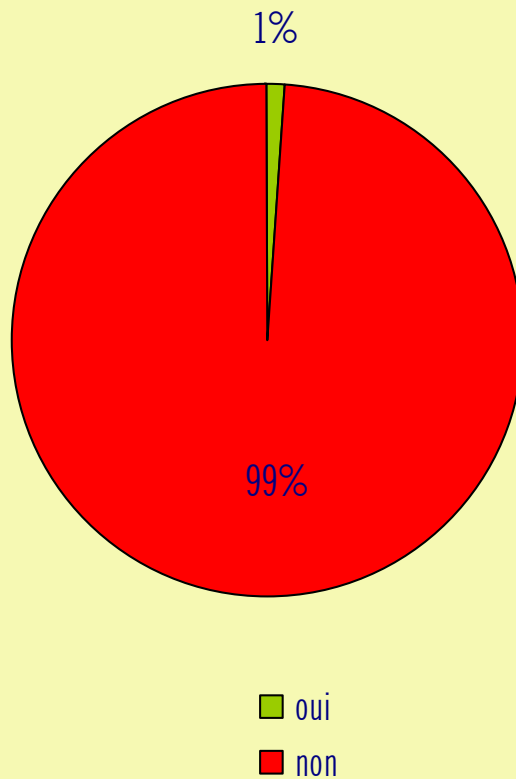


➤ Pour quelles raisons utilisez-vous des produits surgelés ?

- La majorité des artisans qui revend des produits surgelés (viennoiseries) cite comme raison principale un avantage en terme de gain de temps et plus rarement un autre avantage.
- Un artisan sur trois estime également que revendre des produits surgelés permet un gain de personnel.
- C'est également une solution de facilité pour plus de trois artisans sur dix.
- Un artisan sur cinq estime qu'il est plus rentable de revendre des produits surgelés de viennoiseries que de les préparer.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent des surgelés ; plusieurs réponses possibles

Les produits surgelés : viennoiseries

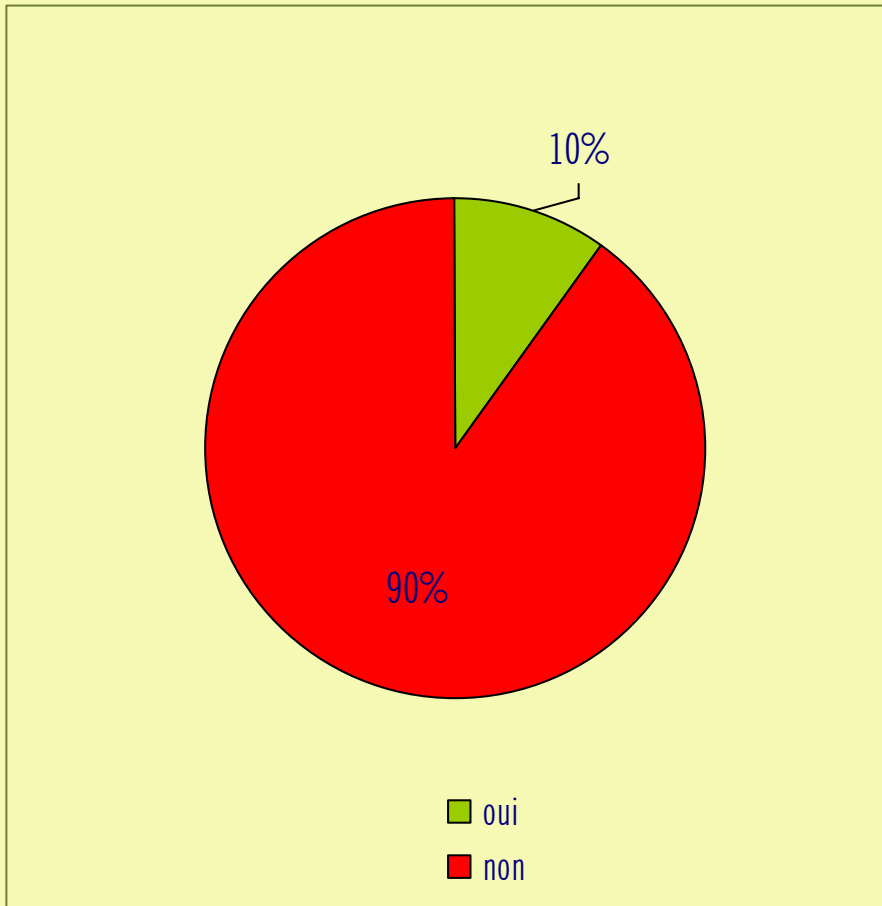


➤ Avez-vous l'intention d'utiliser des surgelés pour la revente?

- Les artisans qui n'utilisent pas de viennoiseries surgelées pour la revente n'ont pas l'intention d'en utiliser dans le futur.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries n'utilisant pas de produits surgelés

Les produits surgelés : pâtisseries

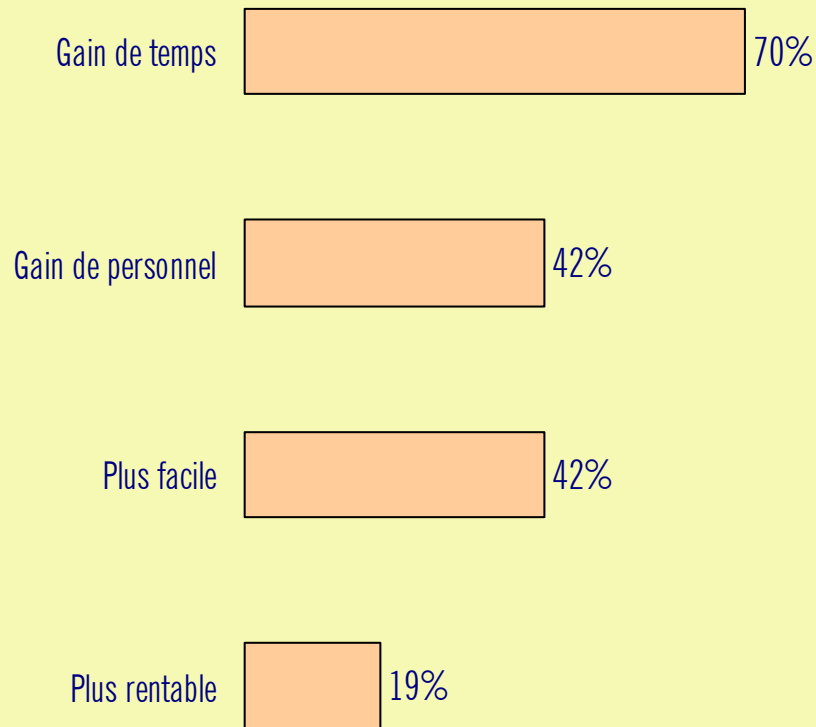


➤ Utilisez-vous des pâtisseries surgelées pour la revente?

- Seul 1 artisan boulanger/pâtissier sur 10 achète des pâtisseries surgelées pour la revente.

Base : artisans boulangers et/ou pâtissiers

Les produits surgelés : pâtisseries

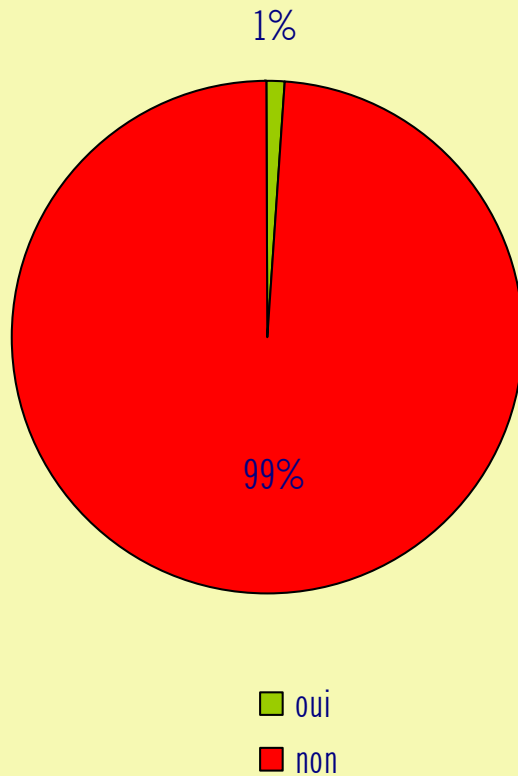


➤ Pour quelles raisons utilisez-vous des produits surgelés ?

- La majorité des artisans qui revend des produits surgelés (pâtisseries) cite comme raison principale un avantage en terme de gain de temps et plus rarement un autre élément.
- Quatre artisans sur dix estiment également que revendre des produits surgelés permet un gain de personnel et plus de facilité.
- Un artisan sur cinq estime qu'il est plus rentable de revendre des produits surgelés de pâtisseries que de les préparer.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent des surgelés ; plusieurs réponses possibles

Les produits surgelés : pâtisseries

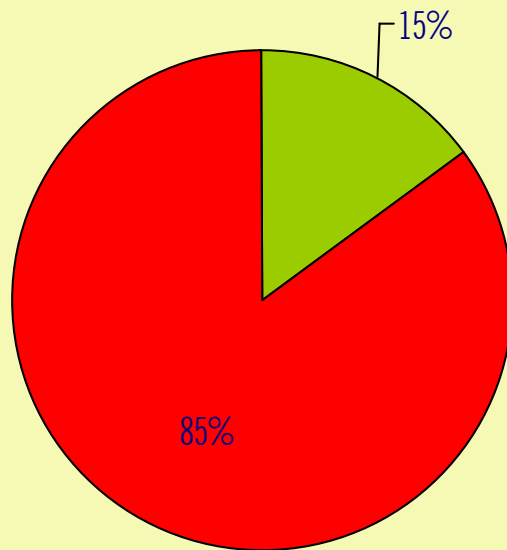


➤ Avez-vous l'intention d'utiliser des surgelés pour la revente?

- Les artisans qui n'utilisent pas de pâtisseries surgelées pour la revente n'ont pas l'intention d'en utiliser dans le futur.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries n'utilisant pas de produits surgelés

Les produits surgelés : produits semi-finis



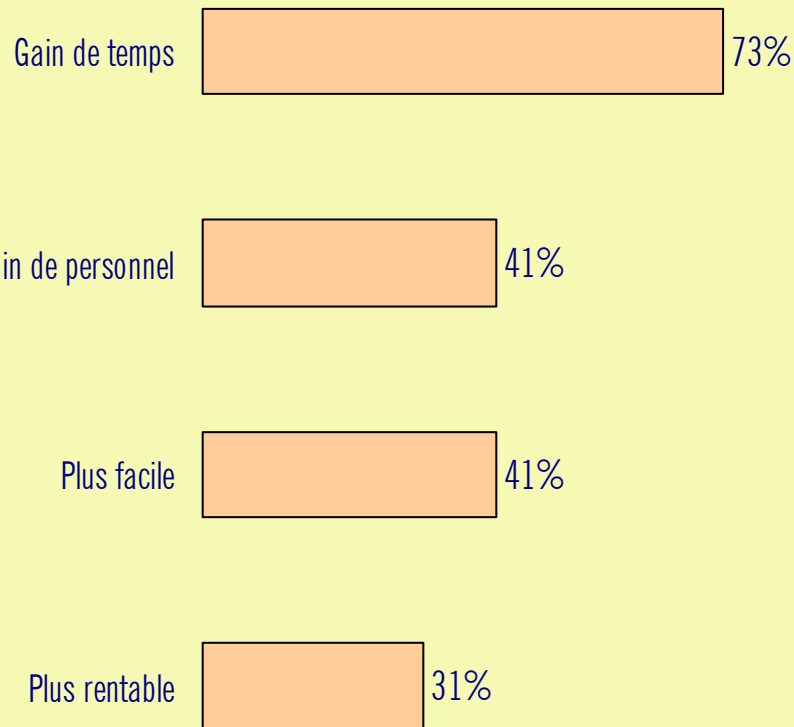
■ oui
■ non

➤ Utilisez-vous des produits semi-finis surgelées?

- Près d'un artisan boulanger/pâtissier sur sept utilise des produits semi-finis.

Base : artisans boulangers et/ou pâtissiers

Les produits surgelés : produits semi-finis

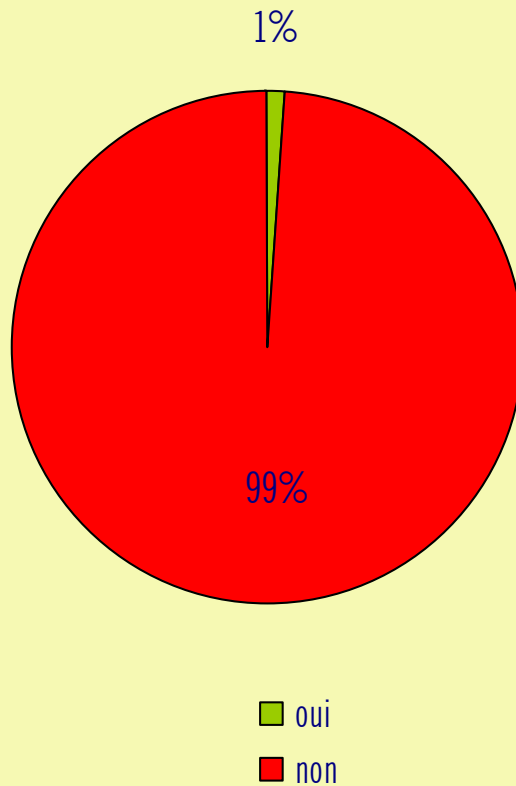


➤ Pour quelles raisons utilisez-vous des produits surgelés ?

- La majorité des artisans qui utilise des produits semi-finis surgelés cite comme raison principale un avantage en terme de gain de temps et parfois un autre élément.
- Quatre artisans sur dix estiment également qu'utiliser des produits semi-finis surgelés permet un gain de personnel et plus de facilité.
- Trois artisans sur dix estiment qu'il est plus rentable d'utiliser des produits semi-finis surgelés.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries qui utilisent des surgelés ; plusieurs réponses possibles

Les produits surgelés : produits semi-finis



➤ Avez-vous l'intention d'utiliser des produits semi-finis surgelés?

- Les artisans qui n'utilisent pas de produits semi-finis n'ont pas l'intention d'en utiliser dans le futur.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries n'utilisant pas de produits surgelés

L'information : satisfaction

satisfait



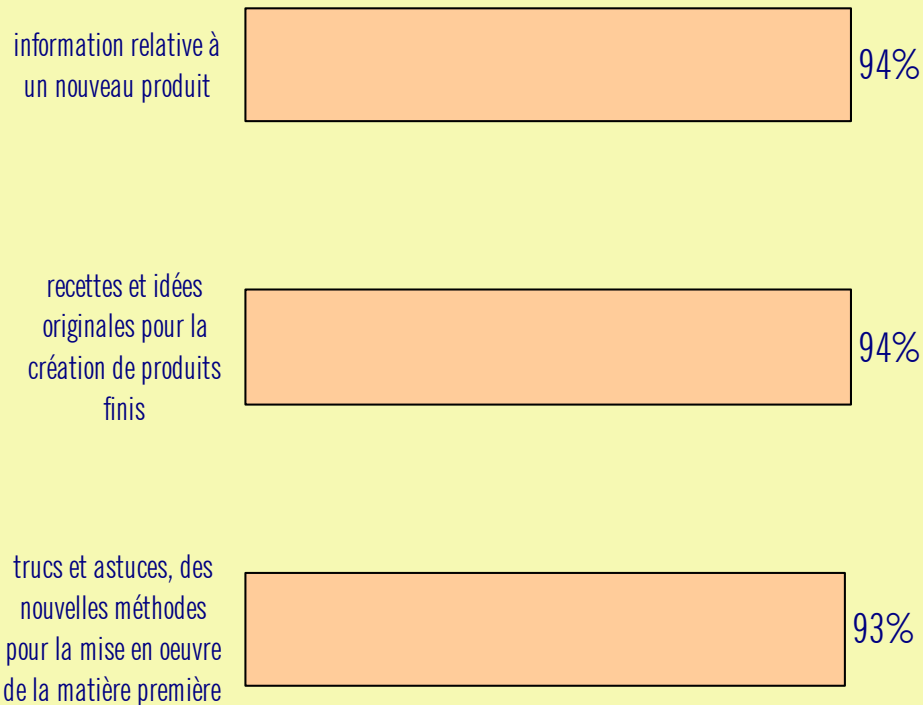
79%

➤ En général, êtes-vous satisfait des informations reçues par votre fédération professionnelle?

- Les artisans sont globalement satisfaits des informations reçues de leur fédération professionnelle.
- Les artisans néerlandophones sont plus nombreux à être satisfaits (87%) que leurs homologues francophones (68%).
- Ce taux de satisfaction est nettement inférieur à celui des fournisseurs de matières premières.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

L'information : thématiques

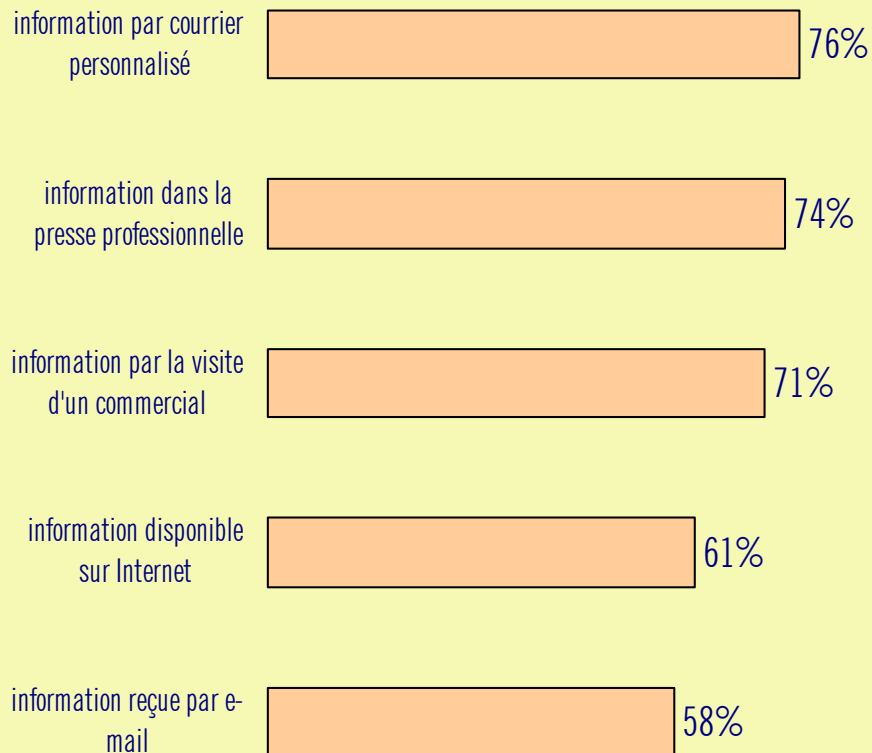


➤ Voici une série d'informations que vous pouvez recevoir de votre fournisseur. Cette information vous semble t'elle intéressante?

- Les artisans expriment leur intérêt de recevoir de l'information à la fois, sur des nouveaux produits, des recettes et idées originales pour la création de produits finis, et des astuces, nouvelles méthodes pour mettre en œuvre la matière première.
- Les artisans bruxellois sont encore plus intéressés de recevoir ces informations.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

L'information : canaux

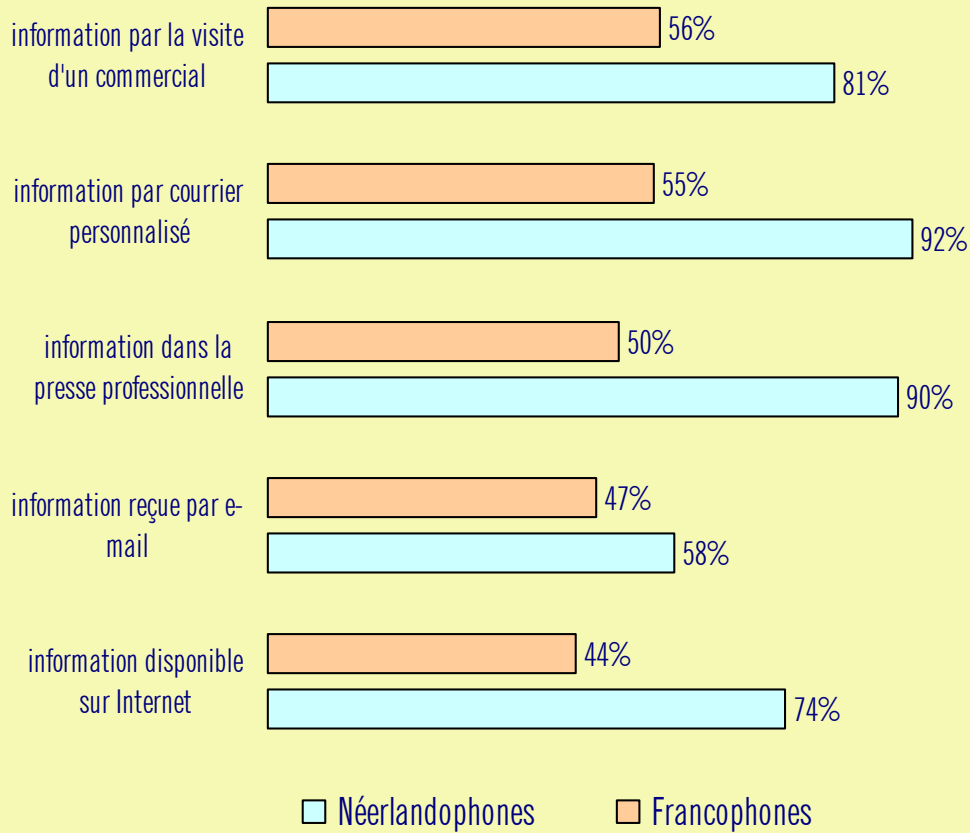


➤ Voici une série de moyens pour recevoir de l'information de vos fournisseurs. Ce moyen vous semble t'il intéressant?

- Les artisans désirent recevoir l'information par plusieurs canaux simultanément, en moyenne 3,4.
- Les canaux d'information privilégiés par les artisans pour recevoir de l'information de leur(s) fournisseur(s) sont le courrier personnalisé, la presse professionnelle et la visite d'un commercial.
- Recevoir de l'information par voie électronique remporte moins de suffrages. Cependant, environ 6 artisans sur 10 aimeraient trouver (recevoir) de l'information sur Internet ou par e-mail.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Différences par profil

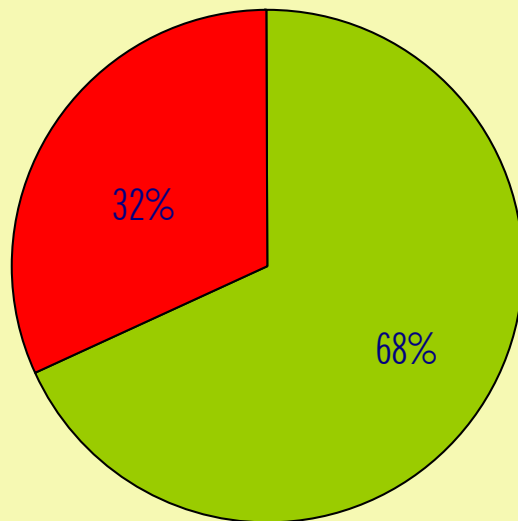


➤ Voici une série de moyens utilisés pour recevoir de l'information de vos fournisseurs. Ce moyen vous semble t'il intéressant?

- Des différences significatives existent entre régions.
- Les canaux d'information privilégiés par les artisans francophones pour recevoir de l'information de leur(s) fournisseur(s) sont la visite d'un commercial, le courrier personnalisé et la presse professionnelle.
- Les artisans néerlandophones privilégient les courriers personnalisés, la presse professionnelle et la visite d'un commercial. Contrairement aux Francophones, les artisans néerlandophones sont plus nombreux à être favorables à recevoir de l'information par Internet.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

L'information : canal Internet



■ oui
■ non

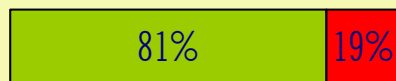
➤ Disposez-vous d'une connexion Internet?

- Plus de deux artisans sur trois disposent d'une connexion Internet.
- En particulier, les artisans des villes flamandes (83%) et les établissements ayant plus de 5 employés (81%) sont plus nombreux à être connectés. Les artisans Francophones le sont moins (58%).

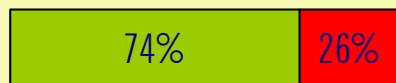
Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les consommateurs : attentes

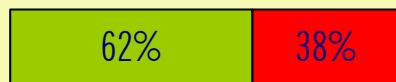
Les consommateurs veulent de plus en plus de produits sains, sans danger pour la santé



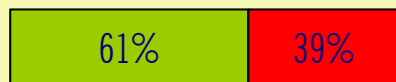
Les consommateurs veulent de plus en plus des produits sains, qui améliorent l'état de santé (oméga 3, pauvre en cholestérol,...)



Les consommateurs veulent savoir s'il y a des OGM dans les matières premières que j'utilise



Les consommateurs veulent connaître l'origine des matières premières que j'utilise



■ D'accord ■ Pas d'accord

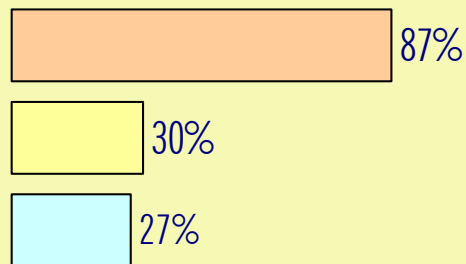
➤ Voici une série de phrases que des professionnels nous ont dites. Etes-vous d'accord ou pas avec cette affirmation?

- Les artisans déclarent percevoir de la part de leur clientèle une demande accrue pour des produits sains, sans danger pour la santé et qui améliorent l'état de santé. Les consommateurs flamands (90%) y sont plus sensibles que les wallons (59%) (selon les artisans).
- Six artisans sur dix déclarent percevoir une demande sensible des consommateurs de connaître l'origine des matières premières utilisées et d'être rassurés sur l'absence d'OGM dans les matières premières qu'ils utilisent. En particulier, cette demande est d'avantage perçue par les artisans bruxellois (87%) que par les artisans wallons (41%).

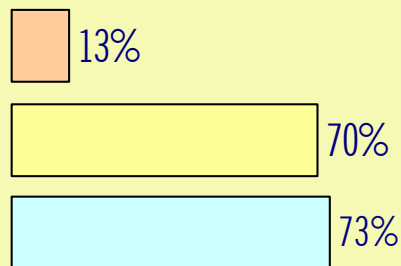
Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : attentes

Je préfère que mon fournisseur de matières grasses me propose des matières premières bon marché plutôt que des produits services (crème au beurre, fourrage chocolat prêt à l'emploi, ...)



Je préfère que mon fournisseur de matières grasses me propose des produits services (crème au beurre, fourrage chocolat prêt à l'emploi, ...) plutôt que des matières premières bon marché



■ Wallonie
■ Bruxelles
■ Flandres

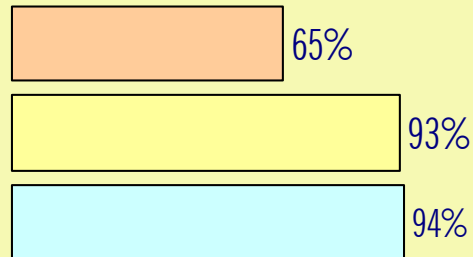
➤ Parmi ces 2 phrases, laquelle vous correspond le plus?

- Les produits services intéressent plus d'un artisan sur deux en Belgique. Cependant de grandes disparités apparaissent par régions.
- Les artisans boulangers-pâtisseries Flamands et Bruxellois sont plus de sept sur dix à privilégier des produits services plutôt que des produits bon marché.
- Les artisans wallons privilégient quant à eux (à 87%) les produits bon marché plutôt que les produits services.

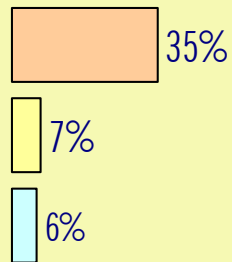
Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : attentes

Je préfère que mon fournisseur de matières grasses me propose des produits de première qualité et plus cher plutôt que des matières premières bon marché mais de moindre qualité



Je préfère que mon fournisseur de matières grasses me propose des matières premières bon marché de moindre qualité plutôt que des produits de première qualité mais plus cher



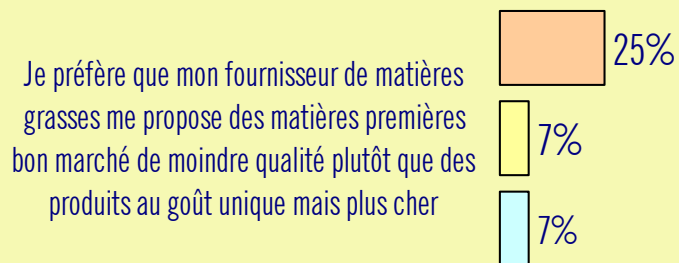
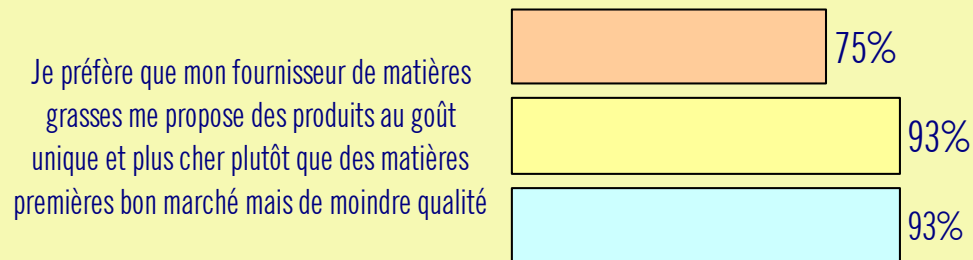
■ Wallonie
■ Bruxelles
■ Flandres

➤ Parmi ces 2 phrases, laquelle vous correspond le plus?

- Plus de huit artisans sur dix privilégient les produits de première qualité et plus cher plutôt que bon marché et de moindre qualité. Cependant, cette tendance est plus nette en Flandre et à Bruxelles qu'en Wallonie.
- Les artisans wallons sont plus sensibles au prix des matières premières : un artisan sur trois préfère que son fournisseur de matières grasses lui propose des matières grasses bon marché de qualité moindre plutôt que des produits de première qualité mais plus cher.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : attentes



■ Wallonie
■ Bruxelles
■ Flandres

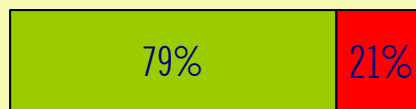
➤ Parmi ces 2 phrases, laquelle vous correspond le plus?

- Près de neuf artisans sur dix préfèrent que leur fournisseur leur propose des produits au goût unique et plus cher que des matières premières bon marché mais de moindre qualité. Cette tendance est plus nette en Flandre et à Bruxelles qu'en Wallonie.
- Les artisans wallons sont plus sensibles au prix des matières premières : un artisan sur quatre préfère que son fournisseur de matières grasses lui propose des matières premières bon marché de qualité moindre plutôt que des produits au goût unique mais plus cher.

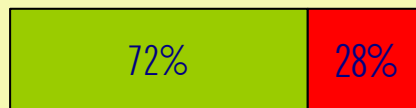
Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : attentes

Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des matières premières dont la traçabilité est garantie.



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des matières premières qui permettraient de fabriquer des produits du terroir



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des matières premières dont l'origine wallonne est garantie



■ D'accord ■ Pas d'accord

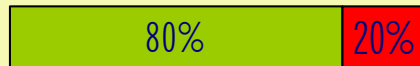
➤ Voici une série de phrases que des professionnels nous ont dites. Etes-vous d'accord ou pas avec cette affirmation?

- Huit artisans sur dix estiment que leurs fournisseurs devraient proposer des matières premières dont la traçabilité est garantie. Les artisans francophones sont 90% à l'estimer.
- Sept artisans sur dix estiment que leurs fournisseurs devraient proposer des matières premières permettant de fabriquer des produits du terroir. Les artisans francophones sont plus nombreux à l'estimer (84%) que les Néerlandophones (63%).
- Un artisan sur deux estime que leurs fournisseurs devraient proposer des matières premières dont l'origine wallonne est garantie. En particulier, les Francophones sont plus nombreux à y être intéressés (79%) que les Néerlandophones (30%).

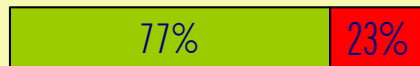
Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : attentes

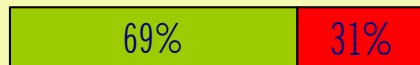
Les fournisseurs de matières premières devraient proposer de nouvelles recettes en fonction des tendances



Les fournisseurs de matières premières devraient prodiguer des conseils pour la mise en oeuvre de certaines recettes



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer du matériel publicitaire aidant à la vente



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des démonstrations techniques sur la mise en oeuvre de leurs produits



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des services d'aide à la gestion (programmes de gestion, comptabilité,...)



■ D'accord ■ Pas d'accord

➤ Voici une série de phrases que des professionnels nous ont dites. Etes-vous d'accord ou pas avec cette affirmation?

- Les artisans sont favorables à une augmentation des services rendus par les fournisseurs. En particulier, la proposition de nouvelles recettes en fonction des tendances et des conseils pour la mise en œuvre de recettes sont désirés par huit artisans sur dix. Deux artisans sur trois aimeraient assister à des démonstrations techniques sur la mise en œuvre des matières premières.
- Sept artisans sur dix aimeraient recevoir du matériel publicitaire d'aide à la vente (en particulier les Francophones (81%)). Et un sur deux des outils d'aide à la gestion. Cependant, les Francophones sont plus intéressés par ce service (68%) que les Néerlandophones (35%).

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : attentes

utiliser de plus en plus d'affiches pour présenter de nouveaux produits



utiliser de plus en plus de présentoirs pour présenter de nouveaux produits



utiliser du personnel pour faire déguster de nouveaux produits



■ D'accord ■ Pas d'accord

➤ Dans l'avenir, les professionnels de la boulangerie et de la pâtisserie vont...?

- Les artisans envisagent de faire connaître et de promouvoir leurs nouveaux produits par le biais d'affiches, de présentoirs.
- Peu d'artisans envisagent d'utiliser du personnel pour faire déguster de nouveaux produits. Les artisans francophones (46%) sont plus nombreux à l'envisager que les Néerlandophones (25%).

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : actions promotionnelles

Une réduction immédiate sur le prix d'achat (10% de réduction) quelle que soit la quantité achetée



Une réduction immédiate sur le prix d'achat (de 10% à 30% en fonction des quantités achetées). Plus vous achetez, plus vous recevez.



➤ Voici une série d'actions promotionnelles qu'un fournisseur pourrait vous proposer. Cette action est-elle intéressante à vos yeux?

- Les actions promotionnelles proposant une réduction sur le prix d'achat sont appréciées des artisans. Les réductions immédiates quelle que soit la quantité achetée et les réductions progressives selon la quantité achetée sont jugées intéressantes pour huit artisans sur dix.
- En particulier, les artisans des petites localités wallonnes (94%) et des villes dormantes (95%) apprécient les réductions de prix immédiates quelle que soit la quantité achetée.
- Les artisans des villes wallonnes (90%) apprécient plus que la moyenne les réductions de prix progressives selon la quantité achetée.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : actions promotionnelles

Une quantité supplémentaire de produit offert (10% de produit offert) quelle que soit la quantité achetée



Une quantité supplémentaire de produit offert en fonction de la quantité achetée. Plus vous achetez, plus vous recevez de produits supplémentaires



➤ Voici une série d'actions promotionnelles qu'un fournisseur pourrait vous proposer. Cette action est-elle intéressante à vos yeux?

- Les actions promotionnelles proposant une quantité de produit supplémentaire offert sont également intéressantes pour les artisans. Cependant, les artisans sont un peu plus nombreux à préférer recevoir des quantités supplémentaires gratuites indépendamment de la quantité achetée que variables en fonction de la quantité achetée.
- En particulier, les Francophones sont plus nombreux à estimer intéressant ces types d'actions promotionnelles.
- Les artisans néerlandophones sont moins nombreux à estimer intéressant de recevoir des quantités supplémentaires en fonction de la quantité achetée.

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Les fournisseurs : actions promotionnelles

Une action prime liée au volume : à l'achat d'une certaine quantité de matières premières vous recevez un cadeau en fonction de la quantité achetée



Une action épargne : vous collectez des points figurant sur les emballages. Au terme de la période d'épargne et après contrôle des points récoltés, vous recevez un cadeau



➤ Voici une série d'actions promotionnelles qu'un fournisseur pourrait vous proposer. Cette action est-elle intéressante à vos yeux?

- Deux artisans trois seraient intéressés par une action prime liée au volume. Les Bruxellois (90%) et les wallons (85%) sont cependant plus intéressés par ce type de promotion que les Néerlandophones (54%).
- Six artisans sur dix seraient intéressés par une action épargne. Les Francophones (83%) sont cependant plus intéressés par ce type de promotion que les Néerlandophones (48%).

Base : artisans boulangers et/ou pâtisseries

Conclusions

Le profil des boulangers pâtisseries

- En Belgique, les artisans boulangers/ pâtisseries sont actifs au sein d'entités de taille modeste (TPE) qui expriment un désir de réel soutien de la part de leurs fournisseurs pour appréhender leur développement future, face à des consommateurs de plus en plus exigeants en matière d'information et soucieux de trouver une offre plus variée et d'une vente saisonnière de pâtisseries. Il est vrai qu'en sept ans, plus d'un sur quatre a disparu. Les artisans diversifient ou pensent diversifier leurs activités par l'offre de produits de confiserie, de baguettes garnies ou l'installation d'un salon de dégustation.

L'utilisation des produits

- Les artisans boulangers utilisent généralement plusieurs types de matières grasses, principalement pour le tourage. Le beurre est utilisé par plus de neuf artisans sur dix; la margarine, par deux artisans sur trois et les mélanges par un artisan sur trois. Cependant, si la majorité des artisans utilisent du beurre, les quantités utilisées par mois sont plus restreintes (250 kg de beurre par mois pour environ pour 590 kg de margarine et 630 kg de mélange).
- Près de neuf artisans sur dix utilisent de la crème (principalement à 40% de matières grasses) et en achètent environ 120 litres par mois.

Conclusions

- Lorsqu'ils achètent des matières grasses, les artisans font attention à la qualité et au goût des produits finis. La sécurité alimentaire, les facilités d'utilisation, la constance dans la qualité des matières premières, un emballage fonctionnel, les relations entretenues avec le fournisseur et sa flexibilité, le prix et l'information sur le produit sont également des critères importants. L'origine, la notoriété et la marque sont des critères de choix de moindre importance lors de l'achat de matières grasses (en particulier pour les Néerlandophones).
- L'utilisation de produits surgelés pour la revente est une réalité pour plus d'un tiers des artisans. En particulier, près de quatre artisans sur dix achètent des viennoiseries pour les revendre, un sur dix de la pâtisserie et un sur sept utilise des produits finis surgelés. Les raisons principales de ce choix sont le gain de temps, de personnel et la facilité que cela représente.

Conclusions

Les relations avec les fournisseurs de matières grasses

- Les artisans boulangers-pâtisseries se déclarent satisfaits de leurs fournisseurs quant aux critères de choix des matières grasses étudiés.
- Toutefois, la sensibilité au prix est différente au Nord et au Sud du pays. Pour les artisans flamands et bruxellois, la qualité et le goût priment sur le prix des matières premières ; cette affirmation doit être nuancée en Wallonie. Ainsi lorsque plus de 90% des artisans bruxellois et flamands déclarent préférer que leur fournisseur de matières grasses leur propose des matières premières de meilleure qualité et plus cher plutôt que des produits bon marché et de moindre qualité ; les artisans wallons ne sont que 65% à le déclarer.
- Les artisans bruxellois et flamands favorisent d'avantage le goût. Plus de 90% d'entre eux préfèrent que leur fournisseur leur propose des produits au goût unique et plus cher que des produits bon marché mais de moindre qualité ; les artisans wallons ne sont que 75% à le déclarer.

Conclusions

Les attentes vis-à-vis des fournisseurs en matière de produits

- Les artisans bruxellois et flamands sont demandeurs de produits élaborés, de produits services (crème au beurre, fourrage chocolat prêt à l'emploi) (72%) que les artisans wallons (13%) qui préfèrent se tourner vers des produits bon marché.
- Afin de répondre à la demande de leur clientèle averse de produits sans danger, bons pour la santé et sans OGM, les artisans estiment que les fournisseurs devraient proposer des matières premières dont la traçabilité est garantie, et dont l'origine wallonne est précisée (huit artisans wallons sur dix et trois artisans flamands sur dix).
- Enfin, sept artisans sur dix aimeraient que les fournisseurs proposent des produits qui permettent de fabriquer des produits du terroir.

Conclusions

Les attentes vis-à-vis des fournisseurs en matière de services

- Les artisans aimeraient que leurs fournisseurs proposent des conseils et informations sur des nouveaux produits, des recettes et idées originales mettant en œuvre leurs matières premières et des conseils, nouvelles méthodes pour la mise en œuvre de celles-ci. Les artisans aimeraient recevoir ces informations par courrier personnalisé, ou dans la presse professionnelle. Des démonstrations techniques de la mise en œuvre des matières premières par un commercial sont souhaitées et les artisans aimeraient recevoir de leur fournisseur du matériel publicitaire (en particulier, affiches et présentoirs permettant de mettre en avant les nouveautés produits).
- Les informations sur Internet intéresseraient d'avantage les artisans néerlandophones, plus nombreux à être connectés. Et une minorité estime que les fournisseurs devraient proposer des services d'aide à la gestion.
- Les artisans sont d'avantage intéressés par des actions promotionnelles de type réduction de prix ou quantité supplémentaire de produit offert et cela, quelle que soit la quantité de produit achetée. Les remises ou produits offerts en fonction de la quantité achetée sont moins attractives. Les actions primes ou épargne permettant de recevoir des cadeaux sont appréciées.

Recommandations

Des actions ciblées axées sur la nouveauté, la santé et la mise en œuvre des produits

- La démarche commerciale doit s'intégrer dans une relation de confiance à long terme avec les fournisseurs. Les fournisseurs doivent pouvoir répondre aux demandes spécifiques des artisans de la boulangerie et :
- Offrir une réponse flexible au niveau livraison, quantités livrées, adaptation des produits aux besoins et aux tendances, facilités d'utilisation, conditionnement,...
- Proposer des matières premières
 - De qualité constante, dont l'origine wallonne, la traçabilité et l'absence d'OGM est garantie (pour les artisans wallons), qui permettent de fabriquer des produits finis ayant un bon goût, un goût particulier
 - Permettant de fournir aux consommateurs des produits sûrs, sains et apportant un « plus » pour la santé
 - Facilitant le travail de l'artisan (des « produits services ») en particulier auprès des artisans bruxellois et flamands
 - A un prix jugé compétitif (surtout en Wallonie)

Recommandations

Des actions ciblées axées sur la nouveauté, la santé et la mise en œuvre des produits

- Développer une communication suffisante par lettre personnalisée ou dans la presse professionnelle et accroître les services offerts
 - Des conseils pour la mise en œuvre des matières premières
 - Des aides, conseils et astuces pour faciliter leur activité professionnelle
 - Des recettes nouvelles pour dynamiser et diversifier leur offre (produits du terroir, produits « santé », nouveaux produits)
 - Du matériel publicitaire (affiches magasin) permettant la promotion des nouveautés produits
- Fidéliser et accroître la satisfaction par la mise en place d'actions promotionnelles adaptées et renforcées avant les périodes d'accroissement des ventes (période des fêtes de fin d'année et estivale). La sensibilité au prix étant plus importante au Sud du pays, des actions promotionnelles sous forme de « réduction de prix » sont recommandées.

Auteurs :
Hélène Aupaix
Marc Vandercammen
Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Boulevard Paapsem, 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2007
Réf. Catalogue : 444-07

D 2007-2492-59
©CRIOC

Prix : 70 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources