

EUROPAIN PARIS

11. 14 JANVIER 2020 PORTE DE VERSAILLES

Entreprendre en Boulangerie-Pâtisserie

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
décembre 2019

ETRE BOULANGER EN 2020 : UN SUBTIL EQUILIBRE ENTRE TRADITION ET MODERNITE

Être un excellent artisan doit aujourd'hui être combiné à l'exploration de nouveaux territoires pour assurer le succès d'une boulangerie : fidélisation de la clientèle, communication et transparence sur les matières premières, amélioration de l'expérience boutique et approvisionnement en services digitaux en sont autant d'exemples.

Europain, salon leader de la boulangerie-pâtisserie met en lumière toute une offre « éco-responsable » (ingrédients, matériels, RSE) à la portée des boulangers d'aujourd'hui afin de les aider à relever ces nouveaux défis.

L'éco-responsabilité, arme de différenciation massive pour le boulanger

Pour répondre aux attentes d'authenticité, de goût et de qualité, mais aussi de respect de la planète, le boulanger doit défendre des valeurs qui le distingueront de la concurrence : choix du local et des circuits courts ; sélection de matières premières nobles, de saison, plus respectueuses de l'environnement (bio, culture raisonnée, labels...).

Il doit également développer une offre innovante en accord avec les tendances du moment (healthy, sans gluten, terroir...), sans négliger pour autant les valeurs traditionnelles qui sont son fonds de commerce. Mais pour être en totale cohérence avec cet engagement, il doit aussi mettre en place une démarche RSE et lutter contre le gaspillage dans son laboratoire, son fournil et sa boutique.

L'éco-responsabilité au cœur de toutes les animations Europain 2020

Considérant la place croissante de la problématique écoresponsable dans le quotidien du boulanger-pâtissier, Europain s'est attaché à en explorer tous les aspects dans l'ensemble de ses animations.

Ainsi, les professionnels et managers qui interviendront les quatre jours sur le **Forum** partageront leur expertise et retours d'expérience en la matière :

- **équipement et matériel** : le premier concept de cuisine partagée en France (Les Camionneuses), location de fournil (Thibaud Ferard), emballages alimentaires renouvelables et biodégradables (Solia).
- **ingrédients et matières premières** : plateforme de blé ancien (Moulins Viron), meunerie 100 % bio (Moulins Bourgeois).
- **démarche RSE** : achats responsables en restauration collective (Agrilocal/Restau'Co), produits saisonniers durables et peu transformés (Maison Foucade), revalorisation des invendus (Too Good To Go).
- **concepts** : boulangerie 100 % bio (Fabien Delamare/Axiane Meunerie), pâtisserie et naturalité (Claire Damon).

Sur la **Scène Boulangerie & Snacking**, des Masterclasses développeront trois thématiques « durables » illustrées par des professionnels de renom, ayant mis en place des techniques et concepts innovants :

- **Sans gluten et végétal** : burger vegan (Julia & Tom, Burger Theory), pâtisserie sans gluten (Coralie Lecomte, cheffe pâtissière, restaurant Spoon2 by Alain Ducasse Paris 2^e), brioche des rois végétale et cake végétal (Land & Monkeys), hot-dog vegan (Paws Hot-Dog) ;
- **Artisanal** : pain naturel (Boulangerie Paume de Pain), roulé au sirop d'érable et poudre de noisettes (Boulangerie Perséphone de Christel Regis), pain de seigle (Sain Boulangerie d'Anthony Courteille), tourte de meule bio (Boulangerie L'Essentiel) ;
- Pains gourmands bon pour la santé : pains aux ingrédients (Olivier Boudot, Institut Le Cordon Bleu Paris), pain de mie au charbon et curcuma (Boulangerie Louis Lamour).

Enfin, le **Lab Européen** montrera que le laboratoire intègre aussi des démarches écoresponsables en matière de :

- **Équipements et matériels** : équipement Made in France (VMI, Sofinor, Robot Coupe...), fluides propres (Sorema), matériaux naturels pour la décoration (Solia).
- **Circuits courts** : limonades artisanales locales (Elixia), accompagnement des arboriculteurs (Andros)...
- **Anti-gaspillage** : valorisation des invendus (Too Good To Go).

Ajouter de nouvelles cordes à son arc avec le digital

Par la variété des offres et formules proposées à chaque moment de consommation de la journée, le boulanger s'impose plus encore dans le quotidien de ses clients. En plus d'une palette snacking la plus large et la plus créative possible, il veillera à ce que sa boutique réserve un espace chaleureux de détente où pourra s'attarder la clientèle (avec accès Wi-Fi, par exemple).

Très sensible aux services, le client appréciera de pouvoir disposer d'un système de Click&Collect, d'un programme de fidélité, d'un abonnement à un service de distribution anti-gaspillage... Autant de pratiques illustrées sur l'Europain Lab pendant les 4 jours du salon.

Il ne restera plus au boulanger qu'à communiquer sur sa démarche, son originalité, à la fois dans sa boutique et sur les réseaux sociaux.

Europain propose aux professionnels des sources d'inspiration et des pistes de développement pour aider les boulangers à sélectionner les bonnes idées, à envisager des concepts innovants, à imaginer de nouvelles créations, d'aménager des espaces dernier-cri.

GENERATION RECONVERSION

Le plus souvent implantés en ville ou en périphérie urbaine, les autodidactes sont des boulangers-pâtisseries issus d'une reconversion professionnelle ou des entrepreneurs qui emploient du personnel qualifié. Prônant l'innovation dans les recettes, les autodidactes exploitent des magasins de plus grande taille que les professionnels dont la boulangerie est le métier d'origine.

Ces boulangers businessmen veillent particulièrement au dynamisme de leurs ventes : ils développent une offre salée, traiteur, snacking et poursuivent une montée en gamme. Présents sur les réseaux sociaux, ils animent une communauté captive. Dans leurs boutiques, ils proposent régulièrement des promotions, des animations et un programme de fidélisation. Une étude CHD Expert montre que les autodidactes utilisent davantage Internet que les boulangers traditionnels : 97 % ont un accès internet (vs. 90 % traditionnels) et 74 % y font leurs achats (vs. 26 %) Ils sont 9 % à proposer une option Click & Collect (vs. 2 %) et 43 % une carte de fidélité (vs. 24 %). Enfin, les autodidactes sont plus présents sur les réseaux sociaux : Facebook (68 % vs. 29 %), Instagram (26 % vs. 9 %) et Twitter (6 % vs. 0,3 %).

EUROPAIN 2018 en quelques chiffres :

469 exposants et marques

52 000 visiteurs professionnels :

32 % d'internationaux • 66 % de décideurs

+ 15 800 followers Facebook, Twitter, Instagram

+ 1 100 retombées médias France et international

EUROPAIN

Europain, Salon international de la boulangerie, pâtisserie, glacerie, chocolaterie et confiserie, est un événement global et complet qui rassemble le savoir-faire français et les nouveautés internationales en produits, équipements et services. Le salon propose aux professionnels, artisans et industriels toutes les solutions pour répondre aux attentes et aux nouveaux modes de consommation de la boulangerie-pâtisserie-chocolaterie-confiserie.

11 - 14 janvier 2020 / Hall 1 / Paris Expo, Porte de Versailles / France

Toute l'actualité Europain sur la [Pressroom en ligne](#)

www.europain.com

@Europain @EuropainFrance #europain



Contacts presse AB3C

Jean-Patrick BLIN - +33 (0)1 53 30 74 01 - jeanpatrick@ab3c.com

Bourlaye CISSÉ - +33 (0)1 53 30 74 32 - bourlaye@ab3c.com