

ZOOM

ACQUISITION : ÉVITER LES ÉCUEILS

La boulangerie de vos rêves vous tend les bras. Avant d'en signer l'acquisition, plusieurs éléments doivent être vérifiés.



Ca y est. Elle se dresse là, devant vous. Mais pour vous assurer une activité sans pétrin dans cette boulangerie, acquisition rime avec précautions. D'abord, "l'examen du bail, son objet et sa durée", rappelle Jacques Mabille, président de la Chambre professionnelle des artisans boulangers-pâtisseries de Paris et petite couronne. "Correspond-il aux locaux, à la surface référencée?" Ensuite, le loyer, "qui, pour une bonne rentabilité, ne doit pas excéder 6 % du chiffre d'affaires". Côté prix, pour ne pas se faire rouler dans la farine, "il faut retirer au chiffre d'affaires annuel les fournitures et livraisons, et vérifier l'état du matériel. Un four coûte entre 30 000 et 50 000 €!". Puis, la conformité électrique doit être contrôlée

par des bureaux de contrôle "qui délivrent un certificat de conformité. Les points de désaccord influencent le prix." De même, pour les mesures d'hygiène et de sécurité, "les machines doivent être aux normes, et il faut s'assurer que les services vétérinaires ou la DGCCRF n'aient pas effectué de contrôles demandant des travaux". Enfin, vérifiez les jours de fermeture, "parce que beaucoup souhaitent jouir de leur week-end. Or, le chiffre d'affaires est proportionnel aux jours d'ouverture." Et évaluer le personnel, "pour s'informer des années de présence et des intentions de départ afin d'anticiper les coûts sociaux". Soyez vigilants, donc, et n'hésitez pas à vous entourer d'une aide professionnelle pour un achat sans risque. ■

EDITORIAL

En quête de qualité

Le secteur de la boulangerie connaît un engouement, en particulier pour les fonds spécialisés vers l'artisanat, qui redynamise la profession de manière qualitative. Depuis plusieurs années, la banalisation de la baguette a généré des pertes de parts de marché pour la boulangerie artisanale. L'époque de la surgélation et de la concurrence des points chauds et grandes surfaces cesse grâce à une remise en question des artisans et des meuniers. En quête de qualité, ces derniers proposent des farines spécialisées pour la fabrication de baguettes artisanales. Cette orientation qualitative relance le marché, et rend ses lettres de noblesse à une profession qui assiste au retour des jeunes grâce à un apprentissage de qualité. Cependant, cette reprise ne concerne pas le monde rural, touché par la désertification, et moins les petites boulangeries dont la taille ne permet pas cette mutation. En revanche, en banlieue, les commerces fonctionnent aux abords des sorties de métro ou des gares. En ville, le centre et l'angle de rue restent le meilleur emplacement. Certains osent même s'implanter face à des grandes surfaces, synonymes de produits bas de gamme. Il reste à regretter que la politique fiscale appliquée aux entreprises ne soutienne pas encore assez ce retour au travail manuel.

Henri Boudahout, Axxis
(ancien artisan boulanger)

LES CHIFFRES CLÉS

71 % de parts de marché de la boulangerie-pâtisserie, c'est ce que détient la boulangerie artisanale, contre 21 % à l'industrie et 8 % à la grande distribution.

34 000 boulangeries artisanales représentent la profession sur tout le territoire.

15 % environ changent de mains chaque année.

160 000 professionnels exercent ce métier, dont 66 000 chefs d'entreprise et leurs conjoints, 17 467 ouvriers boulangers ; 18 144 ouvriers pâtisseries ; 42 319 employés de vente et 16 000 apprentis.

65 % des ménages français fréquentent une boulangerie, le taux le plus élevé pour un commerce de proximité.

340 visites par jour, c'est le taux de fréquentation quotidien moyen d'une boulangerie.

3,5 visites par foyer et par jour sont réalisées dans une boulangerie.

2,1 euros, c'est la dépense moyenne estimée par jour et par personne en boulangerie.

8 euros, c'est la même dépense moyenne en boulangerie-pâtisserie.

FOCUS

LA QUALITÉ PAYE

Farines Tradition ou Label Rouge pour une qualité supérieure de la baguette, plus question de passer à côté de cette tendance de fond.

A Paris, la baguette à base de farines Tradition ou Label Rouge représente 50 % de la fabrication, “et certaines boulangeries ne proposent désormais que ce produit”, constate Jacques Mabilille. Car il devient un réel outil marketing, “de fidélisation et de distinction dans un environnement concurrentiel”. Et ce n’est pas tout. “Ces farines comportent un indice glycémique recommandé par les médecins.” En contrepartie,



“le suivi de fermentation est plus strict, plus long, et les baguettes sont façonnées à la main. Mais cette valeur ajoutée génère un meilleur chiffre d’affaires, ces étapes se répercutant sur le prix du pain, environ 20 cen-

times d’euros plus cher.” De quoi faire fuir le client ? “Le prix du pain qui provoque un tollé à chaque hausse est un mythe, il représente peu dans le panier de la ménagère. Et le client est prêt à payer cette qualité.” ■

RECHERCHER...

Pourquoi confier sa recherche d’une boulangerie à un cabinet d’affaires spécialisé tel qu’Axxis ?

Gâce à une connaissance pointue du secteur, ce cabinet d’affaires fonde sa compétence sur une relation de confiance. Son expertise permet d’estimer la valeur d’une affaire selon les critères qui la déterminent : emplacement, état du matériel,

analyse de la fabrication, etc. Une étude qui assure l’acceptation des dossiers bancaires dans 98 % des cas. Vendeurs et acheteurs sont mis en relation en partant du principe qu’il s’agit avant tout d’une relation humaine devant s’opérer dans les meilleures conditions pour chacun. Enfin, faire appel à un cabinet spécialisé permet de jouir d’une base de données renseignée, et de supports publicitaires sur Internet et en presse écrite. Tout est conçu pour que les protagonistes soient accompagnés de A à Z. ■



© Aaron Kohn/Fotolia

QUESTIONS/RÉPONSES

→ Comment garantir une bonne rentabilité ?

Elle passe en priorité par une gestion pointue des achats et de la fabrication, afin d’éviter les chutes. Ensuite, le personnel doit être bien rémunéré et motivé pour une organisation pérenne. Par exemple, et en étant à l’écoute de la clientèle, grâce à des fabrications à thèmes ou à la création d’un site Internet. Ces actions permettent d’intéresser les salariés, de mettre en valeur les produits et la boutique. Il convient aussi de bien calculer l’emplacement des produits afin qu’il soit fonctionnel. Enfin, les recettes demandent une gestion précise.

→ Quelles sont les obligations en termes d’hygiène ?

Tout d’abord, respecter l’arrêté du 9 mai 1995 réglementant l’hygiène des aliments remis directement au consommateur. En ce qui concerne l’aménagement, sols et murs sont couverts de revêtements lisses, faciles à nettoyer, tel que du carrelage. Les locaux sont ventilés grâce à une extraction et une arrivée d’air frais. Des lave-mains à conduites non manuelles doivent être installés près du magasin, ainsi que des toilettes et des vestiaires. Au niveau du matériel, tout ce qui est à base de bois, réfrigérateurs ou étagères, doit être remplacé par du métal ou du plastique.

Axxis Paris – SARL IDF Transactions – 72, boulevard Sébastopol, 75003 Paris – Tél. : 01 44 59 99 99 – Fax : 01 44 59 69 34 ■
 Axxis Provence – SARL Paca Transactions – Centre Hermès, Parc de Valgora, 83160 La Valette-du-Var – Tél. : 04 98 01 34 00 – Fax : 04 98 01 34 01 ■
 Axxis Côte d’Azur – SARL Paca Transactions – Immeuble Les Sporades, 500 allée des Terriers Nord, Les Terriers Nord, 06600 Antibes – Tél. : 04 97 21 73 63 – Fax : 04 97 21 74 39 ■
 Mail : contact@axxis.fr ■ Réalisation : EPC – Tél. : 01 40 13 89 54 ■ Impression : Graficor – Tél. : 01 48 12 11 60.

VOUS SOUHAITEZ CONFIER LA VENTE DE VOTRE COMMERCE À AXXIS ? RIEN DE PLUS SIMPLE... **CONTACTEZ-NOUS**. UN CONSULTANT VOUS PROPOSERA UN RENDEZ-VOUS. LA PRISE EN CHARGE PAR AXXIS DE LA VENTE DE VOTRE AFFAIRE EST TOTALEMENT GRATUITE POUR LES VENDEURS.

0825 888 139

www.axxis.fr