

1er juillet 1999



Rédaction

INBP
150, boulevard de l'Europe
BP 1032
76171 Rouen cedex
Tél : 02 35 58 17 77
Fax : 02 35 58 17 86
Web : www.inbp.com
E-mail : bal@inbp.com

Responsable de la rédaction

Gérard BROCHOIRE

Ont collaboré à ce numéro

E. DEMAZURE, Catherine STEPHAN

Abonnements

S.O.T.A.L.
27, avenue d'Eylau
75782 PARIS cedex 16
Tél. 01 53 70 16 25

Éditeur

S.O.T.A.L.
Société d'Édition et de Publication
"Les Talemeliers"
Directeur de la publication : Jean CABUT
N° CPPAP : 57846

Imprimeur

La Loupe Quebecor SA
28240 La Loupe

n° 68

Intro

Une profession et une activité
réglementées
Un diplôme obligatoire
Gare à la réglementation

Marché

Photographie du marché
de la boulangerie

Création, reprise

Quelques chiffres clés
Faire des choix
La valeur du fonds

Partenariat

Le partenariat d'enseigne

Infos pratiques

Aides, cautions et financements
Structures juridiques
Régime social
Régime fiscal
Statut du conjoint
Succession familiale
Formation



Le secteur de la boulangerie

Ce dossier a pour objet d'offrir un panorama de l'activité de boulangerie. Commentaires et données chiffrées permettront aux professionnels d'approfondir leurs connaissances sur le secteur. Et les créateurs trouveront, réunies, des informations générales très utiles.

Une profession et une activité réglementées

Il est tout d'abord important de rappeler que depuis le 25 mai 1998, la loi n°98-405 définit clairement les conditions juridiques de l'exercice de la profession d'artisan boulanger. Autrement dit, depuis cette date, n'est plus boulanger qui veut !

L'article L.121-80 précise : *"Ne peuvent utiliser l'appellation de "boulanger" et l'enseigne commerciale de "boulangerie" ou une dénomination susceptible de porter à confusion, sur le lieu de vente du pain au consommateur final ou dans les publicités à l'exclusion des documents commerciaux à usage strictement personnel, les professionnels qui n'assurent pas eux-mêmes, à partir de matières premières choisies, le pétrissage de la pâte, sa fermentation et sa mise en forme ainsi que la cuisson du pain sur le lieu de vente au consommateur final ; les produits ne peuvent à aucun stade de la production ou de la vente être surgelés ou congelés"*.

Cet article comporte donc **deux exigences** :

- le boulanger doit assurer toutes les étapes de la panification,
- il est interdit d'avoir recours à la congélation ou à la surgélation, à quelque stade que ce soit en production ou à la vente.

A la fin de l'article L. 121-80 est employé le terme "produits", assez vague, qu'il convient de préciser. Actuellement, il vise exclusivement les pains courants et spéciaux. Les viennoiseries et les pâtisseries ne sont donc pas concernées par cette interdiction de surgélation ou de congélation.

Par ailleurs, la vente itinérante est évoquée dans cette même loi. Ainsi l'article L. 121-81 prévoit : *"Cette dénomination peut également être utilisée lorsque le pain est vendu de façon itinérante par le professionnel, ou sous sa responsabilité, qui remplit les conditions précisées à l'article L. 121-80"*.

Si le boulanger est propriétaire d'un point froid, il ne peut pas utiliser l'enseigne boulangerie pour ce dépôt, mais peut afficher, M. X, artisan boulanger.

Enfin, les tricheurs seront punis comme le prévoit la loi. Ce cadre réglementaire offre donc une meilleure visibilité aux consommateurs, qui peuvent désormais distinguer avec facilité les pratiques artisanales des autres pratiques, et faire leur choix avec plus de clairvoyance.

Un diplôme obligatoire

Depuis le décret n°98-246 du 2 avril 1998, les boulangers qui ouvrent un magasin portant enseigne boulangerie *doivent être titulaires d'un certificat d'aptitude professionnelle ou d'un brevet d'études professionnelles ou d'un diplôme ou d'un titre homologué de niveau égal ou supérieur [...]. A défaut de diplômes ou de titres homologués, ces personnes doivent justifier d'une expérience professionnelle de trois années effectives [...]*.

Gare à la réglementation !

Entré dans la profession, le boulanger doit connaître :

- les réglementations de base sur le commerce (conditions d'ouverture et de fermeture hebdomadaire, protection du consommateur, affichage des prix et étiquetage, concurrence loyale, ventes à perte, publicité mensongère, vente avec primes...),
- les réglementations concernant l'hygiène des locaux et les bonnes pratiques de fabrication des produits,
- les réglementations propres à l'appellation de produits tels que le pain cuit au feu de bois, le pain de tradition française, le pain maison, le pain au levain...

Dans le carnet d'adresses page 15 est signalé le premier CD-ROM qui réunit la majorité des textes juridiques de ce secteur d'activité.

En cas de négligence, les administrations compétentes ne manqueront pas de rappeler au professionnel les bons usages, sanctions à l'appui : gare aux services vétérinaires, aux agents de la direction de la consommation, de la concurrence, et de la répression des fraudes !



Photographie du marché de la boulangerie

Quelques chiffres clés

En 1998, 34 021 boulangeries et boulangeries-pâtisseries étaient enregistrées à l'Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques. On peut noter que les boulangeries pures sont fortement minoritaires.

Evolution du nombre de boulangeries et boulangeries pâtisseries

1965	1975	1985	1995
48 400	41 210	37 800	35 000

source : C.N.B.F.

Le tableau ci-dessus met en évidence la régression du nombre des entreprises. Ce sont surtout les petites qui disparaissent, ainsi que celles localisées en milieu rural.

On dénombre donc quelques centaines de points de vente en moins chaque année et des projections avaient établi le nombre de 27 000 entreprises artisanales en l'an 2000 (source : cabinet DSA, spécialisé en études de marché du secteur de la distribution).

Cette diminution est liée à la baisse de la consommation, à la concurrence des grandes et moyennes surfaces, des terminaux de cuisson et des chaînes de boulangerie et de viennoiserie. L'exode rural contribue également à leur fermeture. Par ailleurs, la profession connaît quelques difficultés en termes de recrutement d'apprentis (leur motivation est faible pour les métiers de bouche). Ce sont pourtant eux qui en assureront la pérennité. Le métier difficile, les horaires de nuit et contraignants sont autant de freins à leur recrutement.

Parallèlement, les Français ont changé leur mode de consommation. Par exemple, les repas de midi sont pris de plus en plus souvent en dehors du domicile. En 1997, les Français ne consommaient plus que 160 g de pain, contre 900 g en 1900 !

Les entreprises artisanales emploient 110 000 salariés (ouvriers boulangers, ouvriers pâtisseries, personnel de vente) et 15 000 apprentis (source C.N.B.F.).

La densité moyenne est d'une boulangerie pour 1 764 habitants.

Répartition des établissements employant du personnel selon leur taille

Nombre de salariés	Etablissements
1 à 4 salariés	69,15 %
5 à 9 salariés	25,10 %
10 à 19 salariés	4,92 %
20 à 49 salariés	0,79 %
50 salariés et plus	0,04 %

Source UNEDIC1999
Chiffres au 31/12/97

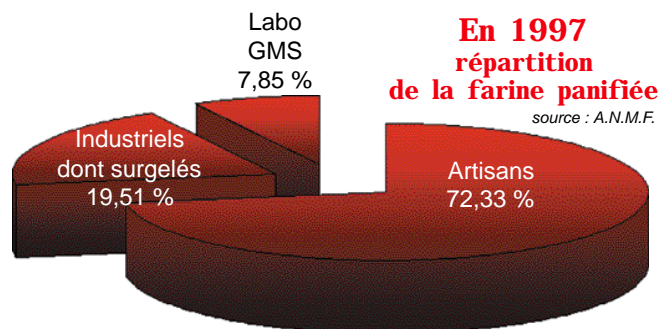
Le chiffre d'affaires annuel de la boulangerie artisanale s'élève à 54 milliards de francs qui se répartissent de la façon suivante : environ 54% en boulangerie, 36% en pâtisserie, 10% en revente (source C.N.B.F.).

En 1997, la boulangerie artisanale a panifié 1 915 071 tonnes de farine (source A.N.M.F.), ce qui représentait par boulanger une moyenne de 45,6 quintaux par mois.

Répartition de la farine panifiée

Sur un total de 2,65 millions de tonnes en 1997 :

Boulangerie artisanale	1 556 562
Négociants en farine	121 680
Importations	121 050
Mixes	115 779
Sous total boulangerie artisanale	1 915 071
Boulangerie industrielle	361 906
Fabricants de pâtes et pains surgelés	154 710
Labo de boulangerie grande surface	207 834
Secteur public	8 113



N'est pas représentée sur le graphique la part du secteur public qui représente 0,31 %



La meunerie en chiffres

Il y avait 1000 moulins en 1988. En 1999, ils sont moins de 700. Leur taille est très variable et cette hétérogénéité est une caractéristique du secteur. Comment comparer le petit moulin qui emploie 2 personnes aux géants industriels ? Les chiffres parlent d'eux-mêmes : 4% des moulins réalisent 55% de la production.

En 1997, le marché français représentait 3,87 millions de tonnes de farine et les exportations atteignaient 1,55 million de tonnes : soit un total de 5,42 millions de tonnes.

Près de 50% du marché français partent en panification artisanale comme en témoigne le tableau suivant.

Répartition des 3,87 millions de tonnes en 1997

Catégories utilisateurs

• Boulangerie artisanale	40,2 %
• Négociants en farines	3,1 %
• Importations	3,1 %
• Mixes (farines composées)	3,0 %
Sous total boulangerie artisanale	49,5 %
• Boulangerie industrielle	9,3 %
• Fabricants de pâtes et pains surgelés	4,0 %
• Labo de boulangerie de grande surface	5,4 %
• Secteur public	0,2 %
Total Panification	68,4 %

Notons que les 31,6 % restants sont destinés aux industries alimentaires, à des utilisations diverses alimentaires ou non... et que la **pâtisserie artisanale en consomme 0,4%**.

(Source : A.N.M.F.)

Les produits et la consommation

Face à la concurrence, les boulangers diversifient de plus en plus leurs produits. De nombreux pains spéciaux ont rejoint les baguettes et pains courants. Il y aurait en moyenne une soixantaine de produits par boulangerie : environ 17 sortes de pain, et le reste en viennoiserie, pâtisserie et produits traiteur.

Sont également à la vente des produits de confiserie, de biscuiterie, des glaces et des bonbons de chocolat ...

Les rayons produits salés et restauration rapide fleurissent dans les villes. Le boulanger s'adapte ainsi au nouveau mode de consommation qu'est la restauration hors du domicile.

C'est en développant produits et services que le professionnel développe et fidélise sa clientèle, sans oublier d'évoquer la qualité de ces derniers.

En effet, une enquête SOFRES montrait, il y a six ans, que le principal critère d'achat était fraîcheur et qualité, avant l'assortiment du magasin. Huit Français sur dix déclaraient ne pas concevoir un repas sans pain, et 75% d'entre eux se plaignaient de sa qualité, tout en continuant de préférer le boulanger à tout autre commerçant.

L'enquête faisait également ressortir que 94% des familles achetaient du pain courant type baguette, dont 62% tous les jours et 97% dans une boulangerie artisanale.

Les plus gros consommateurs sont les personnes âgées. Par contre, les femmes consomment deux fois moins que les hommes. Seuls 4% des Français ne consomment jamais de pain. Et le citoyen consomme peu au regard du rural.

Les perspectives

Si l'on a enregistré en quelques décennies une forte diminution de la consommation de pain, on constate depuis quelques années une stabilisation.

L'augmentation de la production de pain est néanmoins prévisible, du fait de l'accroissement démographique.

De bonnes perspectives d'avenir se dessinent avec le développement de certaines catégories de produits tels que les pains spéciaux, les pains issus de l'agriculture biologique.

En revanche, on prévoit à court terme la diminution déjà amorcée, surtout en zone rurale, du nombre des boulangeries traditionnelles, ainsi que la stabilisation du nombre des laboratoires intégrés et des terminaux de cuisson, qui ne sont pas toujours jugés rentables.

L'avenir est à la modernisation des équipements. Seules les entreprises artisanales traditionnelles continueront de garantir qualité et goût du pain, ce qui devrait tôt ou tard permettre la stabilisation de leur nombre.

Par ailleurs, on constate que toutes les études, par le passé, ont péché par excès de pessimisme. La réalité a montré que la diminution était moins forte que celle annoncée, ce qui prouve la capacité de réaction de la

Rations 1997 Boulangerie pâtisserie confiserie

C.A. H.T. moyen	1 251 000 F
Marge brute %C.A.	71,1 %
Valeur ajoutée % C.A.	55,4 %
Charges de personnel	23,1 %
Résultat courant %C.A.	18,5 %
Crédit client en jours	5
Crédit fournisseur en jours	49
Rotation des stocks en jour	24

Source : Fédération des centres de gestion agréés
7132 entreprises individuelles adhérentes



Créations et reprises

Quelques chiffres clés

En 1998, plus de 260 000 personnes se sont lancées dans la création, la reprise d'une entreprise artisanale, d'un commerce ou se sont installées en libéral. Parmi ces "aventuriers", environ 1 % était des boulangers pâtisseries.

Une telle décision doit être le fruit d'une mûre réflexion, car elle modifie profondément les changements d'habitude, le rythme de travail, les ressources, et plus généralement le mode de vie de l'ensemble de la famille.

On peut être un excellent ouvrier sans avoir les qualités requises pour devenir chef d'entreprise. Le professionnalisme ne suffit pas.

Il faut, entre autres, être capable de prendre des décisions, posséder de grandes aptitudes organisationnelles, relationnelles et commerciales, savoir gérer les éventuels conflits, dynamiser son équipe tout en supportant le stress et en maintenant son enthousiasme malgré un rythme de travail harassant !

De plus, il faut savoir que ce choix comporte des risques car le taux de survie des entreprises créées, tous secteurs confondus, est de 46% au bout de cinq ans. La boulangerie enregistre de meilleurs résultats avec un taux de 51% (source INSEE).

Le tableau ci-dessous fait apparaître une des caractéristiques des commerces de boulangerie-pâtisserie, par rapport aux autres secteurs : les reprises sont beaucoup plus nombreuses que les créations. Précisons qu'on entend par "réactivation", le fait qu'un boulanger vend son entreprise pour en reprendre une autre.

Ce phénomène peut s'expliquer par les contraintes d'espace qui avaient été fixées par l'arrêté du 23 octobre 1967 : "la superficie totale du fournil et de la salle de préparation ne doit pas être inférieure à 120 mètres carrés". Longtemps en vigueur dans la profession, cet arrêté a été abrogé en janvier 1999.

Si la reprise est légèrement plus coûteuse que la création, elle offre cependant l'avantage de la clientèle déjà constituée qui connaît l'emplacement du commerce. Et même si un certain fléchissement peut être observé au départ, reste au professionnel de tout mettre en œuvre pour convaincre les infidèles de revenir et pour attirer de nouveaux clients.



Nombre de créations et de reprises en 1998

Source : Insee Sirene

NAF	Secteur	Nombre d'entreprises janvier 1998	Créations	Réactivations	Reprises	Taux de création	Taux de reprise
158.C	Commerce de boulangerie pâtisserie	34 021	416	804	2 179	1,2 %	6,4 %
Total, tous secteurs confondus		2 355 889	166 191	55 776	44 480	7,1 %	1,9 %



Faire des choix

L'objet de notre dossier n'est pas de traiter dans le détail le parcours du créateur, ou du repreneur. Mais, rappelons que parmi les nombreux choix qu'il aura à opérer, la question de l'implantation reste essentielle.

Où s'installer ? Bien entendu, il n'y a pas de réponse type. C'est à chacun de trouver la meilleure solution en fonction de nombreux critères : aspirations personnelles (zone rurale, villes de petite, moyenne ou grande importance), méthodes de travail et gammes de produits ..., sans oublier de prendre en compte sa santé financière !

D'après l'Argus du fonds de commerce, le prix moyen d'un fonds est de 976 000 francs en 1999.

En 1998, on a enregistré une augmentation moyenne des ventes de fonds de 1%. Mais les disparités entre les régions sont nettes : elles sont le reflet de leurs richesses économiques. Au palmarès des plus fortes ventes, vient en tête l'Île-de-France. En 1998, la valeur des transactions a augmenté de 6%. Cette région se caractérise en effet par son haut revenu national et sa population nombreuse.

En dernière position, figurait le Limousin, région présentant un fort taux de dépeuplement, qui enregistrait une perte d'environ 13% de la valeur des fonds. 50% des fonds se sont négociés à moins de 500 KF et aucun ne dépassait 1,5 MF, alors qu'en Île-de-France, 20% des fonds se sont négociés à moins de 500 KF et 35% ont dépassé 1,5 MF.

Prix moyen d'un fonds par région en 1998	
Ile-de-France	1 277 000 F
Haute-Normandie	1 038 000 F
Picardie	965 000 F
Bretagne	958 000 F
Basse-Normandie	915 000 F
Poitou Charentes	858 000 F
Pays-de-Loire	849 000 F
Champagne Ardenne	847 000 F
Aquitaine	822 000 F
Nord-Pas-de-Calais	742 000 F
Lorraine	738 000 F
Franche Comté	733 000 F
Bourgogne	718 000 F
Centre	713 000 F
Auvergne	697 000 F
Rhône-Alpes	693 000 F
PACA	668 000 F
Midi Pyrénées	652 000 F
Alsace	624 000 F
Languedoc Roussillon	530 000 F
Limousin	506 000 F

Où trouver un fonds ?

Quand on cherche, on trouve ...

Les pistes sont nombreuses :

- les **syndicats départementaux de la boulangerie**,
- la **presse spécialisée** [PIC presse immobilière du commerçant 01 47 23 00 07 et minitel 3615 PICN1 ; ICFindicateur des commerces de France 3617 ICF],
- la **presse professionnelle** [liste sur simple appel à SVP Boupat 02 35 58 17 70],
- le **service minitel de canal +** signale dans la rubrique emploi des ventes et dans la rubrique SOScampagne des affaires rurales 3615CPLUS,
- les **chambres de commerce et de métiers** affichent les mises en vente de fonds de commerce,
- les **marchands de fonds** ont pour rôle de rapprocher acheteurs et vendeurs, travaillent sur commission et peuvent assister le repreneur dans ses démarches,
- les **professionnels** [représentants, minotiers, grossistes...] connaissent souvent les opportunités de cession.

N.B. : Il est important de s'interroger sur les motifs de cession du cédant, avoués ou non !

La valeur du fonds

Lorsqu'on dit que la valeur moyenne d'un fonds est de 976 000 francs, encore faut-il se demander de quelle façon on en détermine la valeur. Les fonds de boulangerie-pâtisserie s'évaluent en général de 75% à 100% du chiffre d'affaires H.T. annuel (moins en zone rurale) hors tournées et hors collectivités. Mais le chiffre d'affaires n'est pas le seul critère déterminant. Et deux affaires qui ont un C.A. identique, peuvent se céder à deux prix différents.

Il faut aussi prendre en considération la rentabilité, faire une analyse détaillée des clauses et conditions du bail commercial (en particulier ce qui concerne la destination des lieux loués et la consistance des locaux), faire vérifier l'installation électrique par une entreprise agréée, diagnostiquer le matériel, s'assurer de sa conformité aux normes en vigueur, relever l'état des agencements, définir la typologie de la clientèle..., sans oublier de prendre en compte les éléments extérieurs à l'entreprise tels que l'environnement économique.

Si le secteur offre de belles perspectives de développement, le prix du fonds va en toute logique être porté à la hausse. Si, au contraire, on prévoit dans un proche avenir la fermeture d'entreprises considérées comme locomotives dans la région, on peut redouter une baisse de la clientèle. Il est donc indispensable de se renseigner auprès de la mairie afin de prévenir les mauvaises surprises.

Afin de préparer la négociation, il faut donc réunir les informations permettant de faire une étude de marché et de la concurrence, s'intéresser aux agencements et installations, établir un diagnostic commercial et financier et un état du personnel. S'entourer d'un conseiller peut



Le partenariat d'enseigne

Des échanges de services

Le concept est apparu en 1980, sur un marché concurrencé par les grandes surfaces et les points chauds. Ce sont les meuniers - les premiers étaient Banette - qui se sont rapprochés des artisans boulangers pour établir un partenariat.

En contrepartie d'un soutien commercial, financier, technique, le boulanger s'engage à acheter la farine du meunier, à développer une gamme de produits en respectant des diagrammes de fabrication préétablis.

Certains meuniers peuvent, de plus, accorder des prêts, des cautions, des avances de trésorerie, au vu

de la situation de chaque intéressé qui s'installe ou s'agrandit. Mais en la matière, rien n'est systématique : tout dépend du postulant, de ses compétences, de son parcours professionnel, des relations qu'il entretient avec son meunier.

Par ailleurs, le boulanger peut, dans certains cas, opter pour un agencement complet ou partiel du magasin.

Ce concept ne fait pas l'unanimité dans la profession. Bon nombre de boulangers redoutent la perte de leur indépendance. Il faut suivre des recettes, soumettre sa production à des contrôles qualité, accepter de payer la farine plus cher.

Le meunier oppose à ces réticences que le professionnel bénéficie de nombreux services et que les actions de publicité permettent de renforcer la notoriété de la marque à laquelle le consommateur n'est pas insensible ; l'ensemble favorisant l'augmentation du chiffre d'affaires.

	Date création	Nom du groupe	Nombre boulangers	Services et engagements
Banette	1980	Unimie Banette	environ 3 100 en France	<p>Les services du meunier :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une centrale d'achat, - une assistance technique et commerciale, - des animations commerciales dans le magasin, - une promotion de l'enseigne à l'échelle nationale via les médias, - la formation professionnelle en 6 mois. Parrainé par un meunier qui prend en charge 40% du coût de sa formation, le stagiaire s'approvisionne ensuite en farines Banette. <p>Le boulanger doit en contrepartie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - adhérer à l'engagement qualité Banette, - se conformer au diagramme de fabrication de la "Banette", - utiliser exclusivement de la farine Banette, - arborer à l'extérieur l'enseigne Banette et exposer la PLV à l'intérieur.
La Ronde des Pains	1986	Grands Moulins de Paris	environ 1 100 en France	<p>Les services du meunier :</p> <ul style="list-style-type: none"> - catalogue de produits et de services : articles d'emballage et d'étiquetage, vêtements professionnels, merchandising, opérations d'animation clé en main ..., - stages de formation technique et commerciale à l'Institut Européen de la Boulangerie-Pâtisserie. <p>Le boulanger doit en contrepartie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - proposer la baguette campaillette, les pains campaillo et campagrain suivant les diagrammes de fabrication et avec les farines du meunier, - réaliser le plan d'animation annuel Ronde des Pains, - utiliser la PLV.
Baguépi	1990	Moulins Soufflet Pantin	environ 2 500 en France	<p>Les services du meunier :</p> <ul style="list-style-type: none"> - conseils techniques propres à optimiser la qualité des produits, - conseils commerciaux et techniques pour favoriser les ventes, - conseils financiers, - campagnes nationales de publicité. <p>Le boulanger doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - s'approvisionner régulièrement dans la gamme des farines Baguépi, - respecter les diagrammes de fabrication de la baguette Baguépi, - mettre en place l'enseigne et la signalétique de la marque, - faire des animations et des opérations promotionnelles.



	Date création	Nom du groupe	Nombre boulangers	Services et engagements
Festival des pains	1990	Meuniers de France	environ 3 500 en France	Les services du meunier : - conseils, formations techniques et commerciales, - sacheries, - campagnes publicitaires. Le boulanger doit en contrepartie : - respecter les diagrammes de fabrication de Festival des Pains.
Copaline	1990	G.I.E. Interfarine	environ 1 000 en France	Les services du meunier : - conseils techniques et commerciaux, - animations 4 fois par an dans les magasins. Le boulanger doit en contrepartie : - fabriquer baguettes et pains à partir de la farine Copaline.
Panipain	1993	Société S.C. International	environ 700 sur les 2/3 de la France	Les services du meunier : - conseils techniques, - ouverture d'un centre de formation et d'une boutique pilote prévue en septembre. Le boulanger reste indépendant. Il est identifiable par la signalétique.
Rétrodor	1993	Minoteries Viron	environ 350 en France	Les services du meunier : - conseils et formations, - mises en place de P.L.V. et d'animations. Le boulanger doit en contrepartie : - respecter la méthode de fabrication de la Rétrodor, l'étiquetage et le décret du 14/09/93.
Petit miron	1993	Grandes minoteries dijonnaises	environ 220 (Grand Est et Ouest)	Les services du meunier : - conseils commerciaux, animations dans les magasins, assistance à la vente des produits. Le boulanger doit en contrepartie : - s'engager sur la qualité, la diversité des produits, l'accueil, le conseil.
Baguette des moulins	1994	GIE Meuniers normands	environ 100 en Normandie	Les services du meunier : - journées de formation, - spots sur les radios locales et parrainage de manifestations. Le boulanger doit en contrepartie : - fabriquer la "baguette des moulins" avec la farine du même nom et suivre un diagramme spécifique.
Club Le boulanger	1996	Générale des Farine France et autres moulins	environ 130 en France	Les services du meunier : - suivi de la qualité du pain de tradition française, - communication via les radios et journaux régionaux, - formations. Le boulanger doit en contrepartie : - fabriquer quotidiennement des pains de tradition française, à partir d'une farine contrôlée par l'I.N.B.P., tout en respectant un diagramme de fabrication et les cuire dans un four à sole, participer à des séances d'évaluation de la qualité, - acquiescer sa cotisation.

La franchise

Ses particularités

Il ne faut pas confondre partenariat d'enseigne et franchise. La franchise est un système de développement commercial qui implique un contrat de collaboration entre une entreprise fondatrice du réseau (le franchiseur) et plusieurs entreprises juridiquement et financièrement indépendantes (les franchiseés). Le franchiseur apporte son enseigne, représentative d'une gamme de produits et services, exploités obligatoirement par les franchiseés.

Le franchiseé paye un droit d'entrée au réseau (la RIF, redevance forfaitaire annuelle). Chaque année, il verse également une redevance (ou royalties), charges annuelles d'exploitation rémunérant les services proposés par le franchiseur : savoir-faire, formation, conseil, assistance, approvisionnement en produits, exclusivité territoriale, etc. Une redevance publicitaire peut également être perçue afin d'assurer la promotion du réseau. Les contrats doivent être étudiés avec minutie !

Les engagements sont nettement moindres dans le



Aides, cautions et financements

Aides et subventions

L'ACCRE (aide aux demandeurs d'emploi créateurs ou repreneurs d'entreprise) a une portée plus restreinte depuis le 1er janvier 1997 : l'aide forfaitaire est supprimée. En revanche, l'aide consiste désormais en une exonération des charges sociales pendant un an :

- totale pour les demandeurs d'emploi indemnisés par les ASSEDIC,
- partielle pour les RMIstes et demandeurs d'emploi non indemnisés.

L'aide est également accordée aux jeunes remplissant les conditions pour bénéficier des emplois jeunes définis en 1997.

La demande doit être formulée avant la création ou la reprise de l'activité, auprès de la DDTEFP (direction départementale du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle).

Il existe d'autres aides et subventions éventuelles. Elles sont accordées en fonction du porteur de projet (femme, handicapé, RMIste...) ou de la nature du projet lui-même (localisation, nombre d'emplois créés, etc).

Mais les conditions d'obtention sont souvent très limitatives, et les délais de versement de l'aide ne permettent généralement pas de la faire figurer dans le plan de financement initial.

Le conseil régional ou des organismes spécialisés en création d'entreprise comme l'APCE (agence pour la création d'entreprises, cf p.15) ou les chambres consulaires renseignent sur ces aides. Le FRAC (fonds régional d'aide au conseil) aide au montage du dossier ou au développement ultérieur de l'affaire.

Aides au développement du commerce en milieu rural

Les aides pour s'installer en milieu rural sont variées ainsi que les réseaux de soutien et de conseil : Association des Maires de France, Conseils généraux, Fondation pour le logement social Raoul Follerau, chambres de métiers, boutiques de gestion, la revue Village à l'origine d'un collectif "destination campagne".

Il est très utile de recueillir l'avis du syndicat départemental de la boulangerie pour vérifier la rentabilité du projet.

D'autres installations ont recours au FISAC (fonds d'intervention pour la sauvegarde de l'artisanat et du commerce).

Prêts à taux préférentiels

Les **prêts conventionnés à l'artisanat** s'adressent aux personnes physiques ou morales inscrites au Registre des Métiers. Ils concernent la réalisation d'investissements matériels et les investissements incorporels (fonds, droit au bail).

Ils représentent au maximum 80% du montant HT de l'investissement, ont une durée de 2 à 15 ans et un taux de 5,35% en 1999.

Les **prêts bonifiés à l'artisanat** s'adressent aux artisans immatriculés au Registre des Métiers ayant la qualification artisan ou maître artisan, ainsi qu'aux chefs d'entreprise ayant bénéficié d'un CIFA (contrat d'installation et de formation artisanale).

Ils concernent la création ou la reprise d'entreprise, et les travaux de mise en conformité aux normes de sécurité et d'hygiène. Ils financent l'investissement matériel (terrain, construction, matériel, agencements) et immatériel, ainsi que la couverture du BFR lié à ces investissements.

Ils représentent 80% maximum du montant HT de l'investissement, ont une durée de 2 à 7 ans, un taux de 3,50% en 1999 et sont plafonnés à 300 000 F par entreprise.

Incitations fiscales et sociales

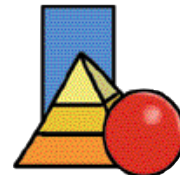
Les entreprises des créateurs ou repreneurs peuvent bénéficier de mesures fiscales intéressantes, soumises bien sûr à condition, telles que :

- l'exonération d'impôt sur les sociétés (IS) dans certaines zones (zones prioritaires en matière d'aménagement du territoire, territoires ruraux de développement, zones de redynamisation urbaine, zones franches urbaines),
- l'exonération des impôts locaux sur délibération des collectivités (pour les entreprises remplissant les conditions d'exonération d'IS),
- dispense de versement des 4 premiers acomptes (IS),
- abattement de 20% sur le bénéfice imposable inférieur à une certaine somme (pour les entreprises soumises à l'impôt sur le revenu qui adhèrent à un centre de gestion agréé).

Des mesures concernent également les dirigeants, associés et leurs proches, telles que :

- réduction d'IRPP,
- déduction des pertes en capital éventuelles subies par les personnes physiques ayant investi dans le capital des sociétés.

Il est impératif de bien se renseigner auprès des centres des impôts, pour bénéficier de ces mesures et s'informer sur les éventuelles nouvelles incitations.



Les financements propres à la boulangerie

Les **minotiers** sont à l'origine de nombreux partenariats (cf p. 8). D'une façon générale, les meuniers après négociation et en examinant la situation de chacun, sont susceptibles d'accorder prêts, avances de trésorerie et, le plus souvent, se portent caution. Les formules "épargne et financement" sont également développées.

Le "contrat farine" est à étudier avec soin avant de se prononcer. La CNBF et l'ANMF ont élaboré un contrat-type de caution, qui prévoit des contreparties pour le meunier qui a apporté une aide financière. Ce document a fait l'objet d'un avis de la DGCCRF en date du 22/06/89. Cette administration précise que pour éviter une entrave à la concurrence, un contrat d'exclusivité de fourniture ne pouvait pas excéder une durée de 5 ans et sur un volume de farine ne dépassant pas 50% des besoins annuels du boulanger.

D'autres permettent à ceux qui n'ont pas les moyens de contracter un emprunt pour acheter un fonds, de recourir à une location gérance de fonds de commerce.

Une convention de partenariat banques/sociétés de caution/organismes professionnels a été signée en 1996 au sein du secteur de la boulangerie.

Des sociétés de caution mutuelle interviennent aussi : la SIAGI, la SOCAMA par exemple.

Le crédit-bail

Il est pratiqué par la quasi-totalité des banques et notamment par UFB Locabail à Paris.

Structures juridiques

Le choix se fait entre :

- entreprise individuelle (entreprise en nom propre appelée encore "personne physique"),
- et société ou "personne morale" : SARL (société à responsabilité limitée) ; SA(société anonyme) ; SNC (société en nom collectif) ; EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée), société en commandite, ...

Le parc d'entreprises de boulangerie en janvier 1997 se répartissait de la façon suivante :

- 27 116 entreprises individuelles,
- 7 288 sociétés (*source Insee*).

Les critères de choix

Avant d'adopter un type de structure juridique, plusieurs critères sont à prendre en compte :

- la volonté de s'associer ou non,
- le niveau de responsabilité, qui peut engager ou non le patrimoine familial,
- le fonctionnement plus ou moins lourd de l'affaire,
- les enjeux financiers (au-delà de la simple obligation de disposer d'un capital légal minimum dans le cas d'une société),
- le développement économique prévisible de l'affaire et sa transmission future.

Il faut de plus examiner les conséquences fiscales et sociales de la structure juridique choisie. Il n'y a pas de formule idéale, chacune présente des avantages et des inconvénients. Dans la majorité des cas, le statut d'entreprise individuelle et l'adhésion à un centre de gestion agréé sont préférables. Il est possible de créer une entreprise individuelle et de la transformer en société quelques années plus tard.

	Entreprise individuelle <small>les 2 structures les plus courantes dans la profession</small>	SARL
Fonctionnement	Grande simplicité Pas de comptes annuels Prise des décisions seul	1 ou plusieurs gérants 1 assemblée générale annuelle 2 à 50 associés
Engagement financier	Pas de notion de capital Patrimoine de l'entreprise confondu avec celui du chef d'entreprise	Capital minimum 50 000 F
Responsabilité	L'entreprise est indéfiniment responsable des dettes sur l'ensemble de son patrimoine personnel	Responsabilité limitée aux apports Responsabilité pénale parfois
Régime fiscal de l'entreprise	Imposition au niveau de l'entrepreneur IRPP (impôt sur le revenu des personnes physiques) dans la catégorie des BIC (bénéfices industriels et commerciaux)	Imposition au niveau de la société (IS) ou IRPP (SARL de famille)
Régime social du dirigeant	Régime des non salariés : couverture sociale moins élevée mais plus restreinte que celle de la sécurité sociale	Diffère selon que le gérant est majoritaire ou minoritaire
Transmission	Cession du fonds, ou mise en location gérance, etc	Cession de parts sociales



Le régime social

Il dépend de la structure juridique et donc du statut. Sont considérés **non salariés** :

- le patron d'une entreprise individuelle,
- le gérant de SNC et d'EURL,
- le gérant majoritaire d'une SARL.

Est **assimilé salarié** :

- le gérant minoritaire ou égalitaire de SARL c'est-à-dire qu'il bénéficie du régime de sécurité sociale et de retraite des salariés, mais non de l'assurance chômage et des dispositions du droit du travail.

Est **salarié** :

- le président ou directeur général d'une SA.

	Non salarié	Salarié ou assimilé
Affiliations obligatoires	<ul style="list-style-type: none"> - CANAM (assurance maladie maternité) - URSSAF (allocations familiales) - CANCAVA/artisan ou ORGANIC/commerçant (vieillesse invalidité décès) 	<ul style="list-style-type: none"> - Prévoyance - Maladie maternité - Vieillesse invalidité décès - URSSAF (allocations familiales) - Caisse de retraite complémentaire
Couverture sociale	<ul style="list-style-type: none"> - Hospitalisation 80% - Gros risques : remboursement total - Petits risques : 50% - Pas d'indemnités journalières en cas de maladie ou maternité (allocation en remplacement) - Pas d'assurance accident du travail - Retraite de base 	<ul style="list-style-type: none"> - Hospitalisation 80% - Gros risques : remboursement total - Petits risques : 65 à 75% - Indemnités maladie maternité - Accident du travail pris en charge - Retraite cadre complémentaire

Le régime fiscal

L'imposition des bénéfices

L'**impôt sur le revenu** est le régime de plein droit pour l'entreprise individuelle, l'EURL, la SNC, les sociétés civiles, etc. Il peut s'appliquer sur option pour certaines SARL dites "de famille". Les bénéfices (**BIC**, bénéfices industriels et commerciaux) sont portés sur la déclaration d'ensemble des revenus des intéressés (déclaration n° 2042). Et c'est le barème progressif de l'**IRPP** (imposition des revenus des personnes physiques) qui s'applique. Le taux est donc variable en fonction de l'ensemble des revenus et de la situation familiale. Il faut noter que le chef d'entreprise non salarié est soumis à ce type d'imposition et qu'au plan fiscal aucune distinction n'est effectuée entre le bénéfice de son entreprise et sa rémunération. L'adhésion à un **centre de gestion agréé** permet de bénéficier d'un abattement de 20%. Il en existe un qui est propre à la profession (cf carnet d'adresses p.15).

L'**impôt sur les sociétés** est le régime de plein droit pour les SARL et les SA. Il peut s'appliquer, sur option, pour les autres types de sociétés (EURL, SNC, sociétés de fait...). Le bénéfice de la société est imposé à un taux fixe. En cas de déficit, celui-ci se reporte sur les bénéfices à venir pendant 5 ans. La société s'en acquitte en versant quatre acomptes à date fixe (20 février, 20 mai, 20 août, 20 novembre).

La société règle en plus, l'**IFA**, l'imposition forfaitaire annuelle. Elle doit être payée spontanément au Trésor public au plus tard le 15 mars, que la société soit bénéficiaire ou non (environ 5 000 F pour un CA inférieur à 1 MF).

L'imposition de la rémunération du chef d'entreprise salarié

Le chef d'entreprise **salarié** est imposé au titre de l'**IRPP**, impôt sur le revenu des personnes physiques. Le barème progressif de l'IRPP s'applique. Le taux est donc variable en fonction de l'ensemble des revenus et de la situation familiale.

CSG et CRDS

Salarié ou non salarié, tout chef d'entreprise doit s'acquitter de la **CSG** (Contribution Sociale Généralisée) et de la **CRDS** (Contribution au Remboursement de la Dette Sociale). En tant que salarié, elles sont prélevées sur le bulletin de salaire et en tant que non salarié au moment des impôts.

Autres impôts

La **taxe d'apprentissage** est assise sur les salaires et son taux est de 0,5% (sauf Moselle, Bas Rhin et Haut Rhin).





La **taxe professionnelle** est un impôt local contribuant au financement des charges des collectivités locales. Elle remplace, depuis 1976, l'ancienne "patente". Son mode de calcul est en cours de modification et sera plus favorable au secteur artisanal.

A cette taxe professionnelle s'ajoutent 3 **taxes additionnelles** :

- la taxe spéciale d'équipement,
- la taxe perçue au profit des Chambres de Commerce et d'Industrie,
- la taxe pour frais des Chambres de Métiers.

Son assiette est complexe à déterminer. Deux éléments sont pris en compte : les investissements et la masse salariale.

Les artisans, travailleurs indépendants ou exerçant en E.U.R.L en sont exonérés sous certaines conditions.

Le **taux de TVA** est de 5,5% pour le pain, la viennoiserie et la pâtisserie. Les produits de confiserie et certains chocolats et produits composés de chocolat bénéficient du taux normal de 20,6%.

Enfin, les **plus values** sont imposables à l'occasion de la cession d'une immobilisation, etc.

Le statut du conjoint

La loi du 10 juillet 1982 prévoit pour le conjoint 3 statuts :

- conjoint salarié,
- conjoint collaborateur,
- conjoint associé d'une société commerciale.

Leurs caractéristiques sont présentées dans le tableau ci-dessous.

A défaut de l'un de ces 3 statuts, et s'il n'exerce pas par ailleurs une activité, le conjoint est considéré comme sans profession.

Il est l'ayant droit du chef d'entreprise : ses droits en matière de retraite et de maladie maternité dépendent du régime social de ce dernier ; il est non imposé fiscalement ; il n'est pas immatriculé ; il peut exercer une activité dans l'entreprise mais sans percevoir de rémunération. Cette situation comporte des risques en cas de séparation ou de veuvage.

Conjoint salarié	Conjoint collaborateur	Conjoint associé	
<ul style="list-style-type: none"> - Participer effectivement à l'activité de l'entreprise à titre habituel et professionnel - Etre titulaire d'un contrat de travail correspondant à l'emploi effectif - Percevoir un salaire en rapport avec l'activité exercée - Etre placé en état de subordination <p>Il est recommandé de faire enregistrer le contrat de travail au centre des impôts (environ 500 F) en cas de contrôle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Travailler dans l'entreprise familiale sans être rémunéré - Ne pas exercer d'autres activités professionnelles - Etre inscrit au Répertoire des Métiers ou au Registre de Commerce et des Sociétés, qui ne donne pas lieu à la qualité d'artisan ou de commerçant, mais qui permet de bénéficier du statut de conjoint collaborateur 	<p>Pas de condition : deux époux peuvent constituer une société, seuls ou avec d'autres personnes</p>	Conditions
	<ul style="list-style-type: none"> - Le collaborateur dispose d'un droit de surveillance sur certains actes du chef d'entreprise (par exemple : la vente d'un élément du fonds) - Il participe à la vie de l'entreprise 	<p>L'associé dispose d'un droit de surveillance sur certains actes du chef d'entreprise (par exemple : la vente d'un élément du fonds)</p> <p>Il participe à la vie de l'entreprise</p>	Prérogatives
Sécurité sociale	<p>Maladie maternité</p> <p>Maladie : ayant droit du chef d'entreprise Maternité : prestation en nature et allocation forfaitaire</p>		Régime social
Sécurité sociale	<p>Prestations familiales</p> <p>Régime général</p>	<p>Selon la fonction exercée et le type de société, le conjoint associé relève du régime des salariés ou des non salariés</p>	
ASSEDIC	<p>Chômage</p> <p>Aucune protection</p>		
Régime de base et complémentaire des salariés	<p>Retraite</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assurance volontaire des non salariés - Retraite de reversion du dirigeant 		



La succession familiale

Les précautions à prendre

La succession doit se préparer longtemps à l'avance. Le père ou le cédant doit être prêt psychologiquement à "décrocher". Il doit prendre ses dispositions afin que sa retraite ou un brusque décès ne lèsent ni son conjoint, ni les héritiers potentiels, et ne compromettent pas la pérennité de l'entreprise.

En cas de décès, si rien n'a été prévu (location gérance, testament partage, clause de cogérance, ou de gérance successive à prévoir dans les statuts d'une SARL par exemple), l'activité est paralysée : plus moyen de payer les salariés, les fournisseurs.

Une assurance décès peut aussi permettre la transmission de l'entreprise dans de meilleures conditions.



Des solutions

Les **assurances** peuvent prendre différentes formes :
- assurance souscrite au profit de l'entreprise, assurance souscrite au profit d'un successeur ou des héritiers, etc.

Il est utile de rappeler, par ailleurs, que les sommes reçues en application d'un contrat d'assurance vie sont exonérées des droits de succession.

La **location gérance** permet de confier la gestion de l'entreprise au successeur, tout en assurant des revenus au chef d'entreprise, qui teste ainsi son "dauphin". Celui-ci loue le fonds de commerce et l'exploite pour une période donnée, à l'issue de laquelle il peut racheter le fonds. Bien vérifier toutefois que le bail commercial autorise cette mise en location gérance.

Avec le **testament partage**, l'exploitant de la boulangerie décide de son vivant de la répartition de ses biens, qui prendra effet le jour du partage de son patrimoine entre ses héritiers. Elle s'appliquera au moment du décès, pas avant.

Les donations peuvent prendre plusieurs formes :

- la **donation entre époux** : les époux peuvent se consentir des libéralités en vue d'augmenter leurs droits dans leur succession respective : ils se font mutuellement donation.

Dans le cas où un seul enfant est susceptible de reprendre la boulangerie, la **donation simple** consiste pour le chef d'entreprise à transmettre de son vivant gratuitement le bien au bénéficiaire, le donataire. La réserve d'usufruit (*jouissance d'un bien, des revenus d'un bien sans en avoir la propriété*) permet au donateur de conserver des revenus tirés de l'exploitation.

La transmission à titre gratuit, dans le cadre d'une **donation partage**, suppose au moins deux enfants. Elle permet au boulanger d'organiser également sa succession de son vivant, puisqu'il répartit ses biens entre ses héritiers directs et éventuellement des tierces personnes.

D'autres mesures s'imposent parfois avant la transmission, comme la séparation de l'exploitation de l'immobilier, ou la transformation de l'entreprise individuelle en société.

La mise en place d'une structure permettant d'isoler l'actif immobilier (les murs) dans une entité juridique spécifique permet au chef d'entreprise de mieux assurer sa succession en répartissant son patrimoine entre plusieurs héritiers : l'immeuble qui abrite la boulangerie ira par exemple aux enfants qui ne désirent pas exploiter l'activité.

Le chef d'entreprise peut aussi louer ce patrimoine et percevoir des revenus en vue de compléter sa retraite.

La transformation de l'entreprise individuelle en société permet, dans le cas d'une vente, de réduire les droits de mutation payés par l'acquéreur.

Les droits de succession

Ils peuvent être pris en charge et donc réglés par le donateur si celui-ci possède un patrimoine suffisant. Ils sont variables en fonction des degrés de parenté.



La formation

Formations initiale et continue

Pour apprendre le métier de boulanger, formations initiale ou continue sont envisageables. Les diplômes de base (CAP, BEP) se préparent majoritairement dans les Centres de Formation d'Apprentis, dans des lycées professionnels (ils sont peu nombreux), des organismes de formation continue (comme l'Institut National de la Boulangerie Pâtisserie qui accueille des adultes) ou des écoles privées, sans oublier la voie du compagnonnage pour les jeunes. Décrocher son CAP est devenu indispensable depuis le décret du 2 avril 1998 (cf page 3).

Tout au long de sa vie professionnelle, le boulanger, qu'il soit chef d'entreprise ou salarié aura accès à la formation continue. *"Elle a pour objet de permettre l'adaptation des travailleurs aux changements des techniques et des conditions de travail, de favoriser leur promotion sociale par l'accès aux différents niveaux de la culture et de la qualification professionnelle et leur contribution au développement culturel, économique et social"* Article L 900-1 du Code du Travail.

Les FAF salariés et artisans

Les entreprises doivent participer au financement de la formation professionnelle continue.

Pour les entreprises de moins de 10 salariés, cela correspond à 0,17% de la masse salariale. Les entreprises de plus de 10 salariés y consacrent 1,10% de la masse salariale.

Ces fonds sont versés au FAF (fonds d'assistance formation) qui relève de l'OPCAD (organisme paritaire collecteur agréé de l'alimentation de détail). Les entreprises de plus de 10 salariés peuvent faire le choix de financer elles-mêmes les actions de formation de ses salariés.

Avant de suivre une formation, l'artisan, son conjoint, le salarié adresseront une demande de prise en charge au FAF, qui, selon les cas, remboursera tout ou partie des frais de formation. Le salaire du salarié doit être maintenu dans cette période par l'employeur qui, sur justificatif, se fera rembourser par le FAF.

Organisations professionnelles

Confédération Nationale de la Boulangerie Française (C.N.B.F.)
27, avenue d'Eylau - 75 782 Paris cedex 16
Tél : 01 53 70 16 25

Association Nationale de la Meunerie Française (A.N.M.F.)
66 rue La Boétie - 75 008 Paris
Tél : 01 43 59 45 80

Réglementation

Les Nouvelles de la Boulangerie Pâtisserie
27, avenue d'Eylau - 75 782 Paris cedex 16
Tél : 01 53 70 16 25
(Va prochainement commercialiser un CD-ROM juridique L. 567 qui réunit 567 textes concernant la filière boulangerie-pâtisserie)

Centre d'information et de documentation

Institut National de la Boulangerie Pâtisserie (I.N.B.P.)
Boulpat service (renseignements téléphoniques) : 02 35 58 17 70

Espace Pain Information (EPI)
209, rue de l'université
75 007 Paris
Tél : 01 44 18 92 16

Création d'entreprise

Agence pour la Création d'Entreprise (A.P.C.E.)
14, rue Delambre - 75 682 Paris cedex 14
Tél : 01 42 18 58 76

Centre de gestion

Centre de gestion agréé de la boulangerie et de la boulangerie-pâtisserie
27, avenue d'Eylau - 75 782 Paris cedex 16
Tél : 01 53 70 16 25
(Fournit une aide technique en matière de gestion et de fiscalité)

Formation

FAF Boulangerie
27, avenue d'Eylau - 75 782 Paris cedex 16
Tél : 01 53 70 16 25

Institut National de la Boulangerie Pâtisserie (I.N.B.P.)
150 bd de l'Europe - 76 171 Rouen cedex
Tél : 02 35 58 17 77