

Les ventes de boulangeries en légère baisse

Entre ceux qui cèdent leur affaire en un claquement de doigts et les autres, prêts à renoncer au terme de plusieurs mois de visites, **le marché de la boulangerie-pâtisserie subit de fortes disparités. Explications.**

D'APRÈS LA DERNIÈRE ÉTUDE **CHD** EXPERT POUR **LA TOQUE MAGAZINE**, les boulangers-pâtisseries ont un peu moins envie de lâcher l'affaire que l'année dernière. Fin 2018, 12 % pensaient vendre leur entreprise dans l'année (ils étaient 12,7 % en 2017). Et ils sont 59 %, soit 9 points de plus qu'en 2017, à déclarer ne pas vouloir du tout céder leur activité.

Un fossé ville-campagne

Cette moindre appétence pour la cession se retrouve dans le marché : « 2 000 à 2 500 boulangeries se transmettent en France chaque année, affirme Eric Collavini, responsable Transactions et Financements pour les Grands Moulins de Paris. Et même si ce chiffre est plutôt stable, nous constatons une légère baisse. Les prix de vente sont, également, légèrement plus bas, même si cela est très variable en fonction de la localisation. Globalement, on se situe entre 75 et 85 % du chiffre d'affaires, mais cela peut atteindre 50 à 60 % à la campagne car nous notons moins de demandes et jusqu'à 90 %

en milieu urbain, voire 125 % à Paris. »

La difficulté, constatent les experts, c'est que les boulangers ne sont pas suffisamment formés aux aspects économiques dans le cadre d'une transmission. « Nous sommes face à deux extrêmes, constate Roland Vacheron, fondateur de Ad Res Conseil. D'une part, la petite boutique avec monsieur, madame et éventuellement un salarié, et d'autre part, la grosse institution très bien placée



Bien diffuser son annonce fait partie des étapes essentielles avant de transmettre son entreprise.

à Paris. La première a été très investie émotionnellement et le vendeur veut en tirer le maximum, parfois sans lien avec la rentabilité. Quant à la seconde, si en plus elle est attachée à un boulanger très médiatisé, elle peut être difficile à reprendre. Mais elle trouve davantage acquéreur auprès de financiers aguerris. »

Le juste milieu

Pour ces deux professionnels, la bonne mesure consiste à afficher un prix

juste, soit en pourcentage de chiffre d'affaires, soit en calcul de rentabilité : « il faut que le repreneur puisse assumer son achat, et en vivre ! », rappelle Roland Vacheron. Mieux vaut aussi connaître ses chiffres : de la répartition du chiffre d'affaires aux remises accordées aux clients professionnels, en passant par les reliquats de congés du personnel, toute zone d'ombre pourrait paraître suspecte à l'acquéreur. Surtout, il est essentiel de réaliser un état des lieux en amont, pour évaluer la valeur de son fonds et identifier ses forces et ses faiblesses, afin de pouvoir les corriger avant la mise en vente. « La réalisation de quelques investissements peut permettre de vendre plus rapidement et à un meilleur prix, ajoute Eric Collavini. A ce titre, le « home staging » en immobilier privé est source d'inspiration. Pour préparer son projet de vente il convient d'être bien accompagné, et bien conseillé ». Enfin, la transaction devrait également, le plus possible, être détachée de toute implication personnelle. Logique, en théorie... ❖

Cécile Rudloff



Avant de signer, mieux vaut bien préparer sa vente en se faisant accompagner.