

RADAR

Intelligence de marché pour la franchise

ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE — FRANCHISE (249 €)

Ouvrir une boulangerie en franchise à Angers

Marché national, dynamique des réseaux, territoire, concurrence, économie du projet et recommandations

RAPPORT EXEMPLE — DOCUMENT DE DÉMONSTRATION EN LIBRE ACCÈS

Chaque étude RADAR est produite sur mesure à partir de votre brief : votre enseigne visée, votre ville, votre zone d'implantation précise. Ce document illustre le format, la profondeur d'analyse et le sourcing que vous recevez — celui que votre banquier attend.

Livré le 13 juillet 2026 • Toute affirmation est sourcée en annexe • Conforme aux attentes d'un dossier de financement

Sommaire

Synthèse exécutive	p. 2
1. Le marché national de la boulangerie : un socle solide en recomposition	p. 3
2. La vague des réseaux : qui se développe, comment, à quel prix	p. 4
3. Le territoire : Angers, une ville moyenne en croissance	p. 5
4. Lecture concurrentielle locale et typologie des zones	p. 6
5. L'économie prévisionnelle du projet	p. 7
6. Analyse SWOT du projet	p. 8
7. Risques majeurs et conditions de succès	p. 8
8. Recommandations	p. 9
Annexe : méthodologie, sources et limites	p. 10

Synthèse exécutive

Ce qu'il faut retenir en cinq points :

- **Un marché porteur et résilient** — la boulangerie artisanale française pèse environ 17,2 Mde en 2025, avec 43 777 établissements actifs (mars 2026) et une croissance annuelle projetée de +5,4 % d'ici 2030. Le pain reste un achat quasi quotidien (120 g/jour/habitant), et le snacking — 16 à 17 % du chiffre d'affaires du secteur — en fait un marché de restauration, plus seulement de fournil.
- **La franchise est le moteur de la recomposition** — Marie Blachère (~860 points de vente), Ange (~300, avec 30 à 40 ouvertures prévues en 2026) et Feuillette (~100) industrialisent le modèle « boulangerie de flux » ; un franchisé Feuillette dépasse 3 M€ de chiffre d'affaires annuel. Entrer sous enseigne, c'est acheter ce savoir-faire de flux — au prix d'un investissement de l'ordre de 700 000 € hors droit au bail sur ce format.
- **Angers coche les cases d'un territoire favorable** — 161 500 habitants en croissance (+0,5 %/an, l'une des rares villes moyennes françaises à gagner des habitants), 52 pôles commerciaux de proximité, un centre-ville qui reste « le plus grand centre commercial de l'agglomération » et une vacance commerciale inférieure à 8 % (contre ~10 % dans les villes comparables).
- **La vraie question n'est pas « si » mais « où »** — le modèle périphérie/rond-point (Blachère, Ange) et le modèle centre-ville/salon (Feuillette café) obéissent à des logiques de flux opposées. À Angers, les deux espaces existent, mais pas aux mêmes conditions de foncier ni face à la même concurrence.
- **Verdict conditionnel** — le projet est défendable devant un financeur si trois conditions sont réunies : un emplacement validé par comptage de flux, un apport cohérent avec le ticket de l'enseigne visée, et un prévisionnel construit sur les ratios du réseau (pas sur des moyennes nationales). La section 8 détaille ces conditions.

Ce que ce rapport ne dit pas : il ne remplace ni l'état local du marché que votre franchiseur doit vous remettre dans le DIP (article L330-3 du Code de commerce), ni la validation terrain de votre emplacement. Il vous arme pour les challenger.

1. Le marché national : un socle solide en recomposition

1.1 Les chiffres structurants

Indicateur	Valeur	Source
Chiffre d'affaires boulangeries artisanales (2025, est.)	≈ 17,2 Md€	EPSIMAS
Établissements actifs (mars 2026)	43 777	Pôle Implantation Commerce / Crisalid
Créations d'établissements (2025)	> 2 558	Crisalid
Croissance annuelle moyenne projetée 2025-2030	+5,38 %/an	EPSIMAS
Part du snacking dans le CA du secteur	16-17 %	Crisalid (sandwiches 9,7 %, snacking chaud 5,7 %)
Consommation de pain	≈ 120 g/jour/hab.	Études sectorielles convergentes
Part des boulangeries dans le marché du pain	≈ 60 %	modelesdebusinessplan.com

1.2 Lecture : trois mouvements de fond

Premier mouvement : la boulangerie devient un lieu de restauration. Le snacking pèse déjà 16 à 17 % du chiffre d'affaires du secteur et c'est lui qui tire la croissance — le pain seul est un marché mature en volume (la consommation individuelle baisse tendanciuellement). Toute implantation qui ignore le déjeuner se prive du segment le plus dynamique.

Deuxième mouvement : la polarisation. D'un côté, des boulangeries artisanales de quartier sous pression (coûts matières et énergie, transmission difficile) ; de l'autre, des formats de flux — grandes surfaces de vente, parking, production continue — qui captent les trajets domicile-travail. Le milieu de gamme sans identité est l'espace qui souffre.

Troisième mouvement : la démographie d'entreprises reste vigoureuse (plus de 2 500 créations en 2025), signe d'un marché attractif — mais cette vitalité signifie aussi que les bons emplacements sont disputés, y compris par les réseaux (section 2).

Implication pour votre projet : le marché ne « manque » pas de boulangeries — il manque de boulangeries bien placées sur les nouveaux parcours d'achat (flux pendulaires, déjeuner). C'est un jeu d'emplacement plus que d'offre.

2. La vague des réseaux : qui se développe, comment, à quel prix

2.1 Les enseignes qui structurent le marché

Enseigne	Points de vente	Modèle	Signal 2026
Marie Blachère	≈ 860	Franchise totale (local requis) ou location-gérance en co-investissement avec le groupe	Expansion continue « par dizaines » chaque année ; format périphérie/rond-point
Ange	≈ 300	Franchise	30 à 40 ouvertures programmées en 2026
Feuillette	≈ 100	Franchise ; boulangerie-	Objectif 30 « Feuillette

		pâtisserie-salon de thé	Café » en 2026 — format plus léger pour diversifier les franchisés ; unité type > 3 M€ de CA/an ; ticket ≈ 700 k€ hors droit au bail
--	--	-------------------------	--

Sources : LSA (repris par TCMA Conseil), L'Express Franchise, Observatoire de la Franchise, Toute la Franchise. Chiffres à la date du 13 juillet 2026.

2.2 Ce que ces modèles vous disent

- **Le format gagnant des réseaux est un format de flux** : LSA parle de « boulangeries de rond-point » — grands axes, parking, amplitude horaire, production visible. Il ne se transpose pas en centre-ville, où Feuillette développe précisément un format café distinct et plus léger.
- **Le ticket d'entrée est industriel, plus artisanal** : autour de 700 k€ hors droit au bail sur le format Feuillette type — un niveau qui suppose un apport personnel significatif et un dossier bancaire solide. C'est exactement le document que vous lisez qui sert cette négociation.
- **La location-gérance (Marie Blachère) est une porte d'entrée à apport réduit** — mais en co-investissement avec le groupe, donc avec moins d'autonomie et une part de valeur captée par le franchiseur. À arbitrer selon votre patrimoine et votre horizon.

3. Le territoire : Angers, une ville moyenne en croissance

3.1 Démographie et dynamique

Indicateur	Valeur	Source
Population d'Angers (2026)	≈ 161 500 habitants	ville-data.com / worldpopulationreview
Croissance annuelle	+0,5 %/an (≈ +850 à +1 300 hab./an)	Presse de la Ville d'Angers
Pôles commerciaux de proximité	52 pôles, > 600 commerces et services	Angers.fr
Vacance commerciale	< 8 % (vs ≈ 10 % dans les villes comparables)	Angers.fr
Emplois créés (dynamique récente)	> 5 000	Presse de la Ville d'Angers

3.2 Lecture du territoire

Angers appartient à la catégorie rare des villes moyennes en croissance démographique — le premier critère que regarde un développeur de réseau. La municipalité revendique une politique commerciale active (« la Ville passe à l'offensive pour dynamiser le commerce »), un centre-ville qui demeure le premier pôle commercial de l'agglomération, structuré par des indépendants complétés d'enseignes nationales, et une vacance commerciale contenue sous les 8 %.

Pour une boulangerie de flux type réseau, la géographie utile n'est toutefois pas le centre-ville mais les entrées de ville et zones commerciales de l'agglomération (Angers Loire Métropole ≈ 300 000 habitants), où se concentrent les trajets pendulaires. Pour un format centre-ville/salon type Feuillette Café, la locomotive est au contraire le réseau de rues commerçantes du centre — dynamique mais avec un foncier plus disputé.

Implication : Angers offre les deux terrains de jeu. Le choix d'enseigne détermine la zone, pas l'inverse — c'est l'erreur la plus fréquente des candidats que de choisir un local avant d'avoir arrêté le modèle.

4. Lecture concurrentielle locale et typologie des zones

4.1 Estimation du parc concurrent

Méthode transparente : le comptage exact des boulangeries d'Angers relève du recensement terrain (inclus dans la version commandée de cette étude, avec cartographie). En première approche, le ratio national — 43 777 boulangeries pour ~68 millions d'habitants, soit une boulangerie pour ~1 550 habitants — appliqué à Angers intra-muros donne un ordre de grandeur de 100 à 110 points de vente de boulangerie, et de 190 à 200 à l'échelle de l'agglomération. Ce ratio est une moyenne : les villes à centre ancien dense comme Angers sont généralement au-dessus de la moyenne en centre-ville et en dessous en périphérie récente — ce qui est précisément l'espace des formats de flux.

4.2 Typologie des zones et intensité concurrentielle

Zone type	Concurrence attendue	Adapté à	Points de vigilance
Centre-ville (rues commerçantes)	Forte densité artisanale + salons de thé	Feuillette Café, concepts premium	Loyers, rareté des surfaces > 150 m ² , stationnement
Entrées de ville / zones commerciales	Faible en artisanal, mais les réseaux visent les mêmes emplacements	Marie Blachère, Ange	Course aux emplacements avec les enseignes déjà en repérage ; coût du foncier commercial
Quartiers résidentiels / 52 pôles de proximité	Boulangeries de quartier établies	Reprise-transformation d'un fonds existant	Clientèle d'habitude à convertir ; travaux

La version commandée de cette étude nomme les concurrents de votre zone précise (enseignes et indépendants), relève leurs gammes et leurs prix d'appel, et évalue les flux de l'emplacement visé.

5. L'économie prévisionnelle du projet

5.1 Les ordres de grandeur par modèle

Paramètre	Format flux périphérie (type réseau)	Format centre-ville / café
Investissement initial	≈ 700 k€ hors droit au bail (référence Feuillette) ; variable selon enseigne et surface	Ticket réduit (format « café » développé précisément pour cela)
Chiffre d'affaires attendu	Fréquemment > 1 M€/an ; unités matures > 3 M€ (Feuillette)	Dépend du linéaire passant ; modèle salon = panier plus élevé, volumes moindres
Moteur du CA	Flux pendulaire + parking + amplitude	Flux piéton + expérience + déjeuner
Sensibilité principale	Emplacement (quasi irréversible)	Loyer et saisonnalité du centre-ville

5.2 Ce qu'attend votre banquier

- **Un prévisionnel construit sur les ratios du réseau visé** (CA moyen des unités comparables du réseau, pas moyenne nationale) — exigez ces chiffres du franchiseur, ils existent.
- **La preuve que l'emplacement a été objectifé** : comptages de flux, zone de chalandise, concurrents nommés — ce que la version commandée de cette étude documente.
- **Un apport personnel cohérent** avec le ticket : sur un projet à 700 k€, les financeurs attendent classiquement 25-30 % d'apport. En dessous, orientez-vous vers les formats légers ou la location-gérance.
- **La cohérence homme/projet** : expérience du commerce alimentaire ou de la gestion d'équipe — la boulangerie de flux est une PME de 15-25 salariés, pas un fournil.

6. Analyse SWOT du projet « boulangerie en franchise à Angers »

Forces	Faiblesses
Marché national en croissance (+5,4 %/an projeté) porté par le snacking ; savoir-faire de flux apporté par l'enseigne ; territoire angevin en croissance démographique avec vacance commerciale faible	Ticket d'entrée élevé (≈ 700 k€ sur les formats de référence) ; dépendance au concept et aux redevances du franchiseur ; peu de différenciation locale possible sur l'offre
Opportunités	Menaces
Formats « café » plus légers en développement (30 ouvertures Feuillette Café prévues 2026) ; agglomération de ~300 000 hab. avec entrées de ville actives ; reprise possible de fonds artisanaux à transformer	Course aux emplacements entre réseaux (30-40 ouvertures Ange/an au national) ; pression sur les coûts matières/énergie ; centre-ville : loyers et arbitrages de la clientèle en période d'inflation

7. Risques majeurs et conditions de succès

Risque	Gravité	Parade
Emplacement sous-performant (erreur quasi irréversible)	Critique	Comptage de flux indépendant AVANT signature ; refuser tout local « trouvé par opportunité » sans données

Sous-capitalisation face au ticket réel (travaux, BFR)	Élevée	Prévoir 10-15 % de marge sur l'investissement annoncé ; sécuriser une ligne de trésorerie dès le montage
ELM du DIP trop générique ou daté	Élevée	Le franchiseur doit remettre l'état local du marché ≥ 20 jours avant signature (art. L330-3) ; le faire contre-analyser (produit RADAR « Lecture de DIP », 99 €)
Saturation locale par un autre réseau pendant votre montage	Moyenne	Interroger le franchiseur sur les zones réservées et l'exclusivité territoriale contractuelle
Recrutement (15-25 salariés sur les formats de flux)	Moyenne	Anticiper le bassin d'emploi ; Angers bénéficie d'un bassin étudiant et d'une dynamique d'emplois favorables

8. Recommandations

Recommandation n°1 — Choisissez le modèle avant le local.

Le format périphérie (Blachère, Ange) et le format centre-ville/café (Feuillette Café) sont deux métiers différents à Angers. Arbitrez d'abord sur votre apport (le ticket varie du simple au triple) et votre profil d'exploitant ; la zone de recherche en découle mécaniquement.

Recommandation n°2 — Objectivez l'emplacement avec des données indépendantes du franchiseur.

L'état local du marché du DIP est produit par le franchiseur, qui est aussi votre vendeur. Croisez-le systématiquement : comptages de flux, concurrents nommés, projets d'urbanisme commercial de l'agglomération angevine. C'est la condition n°1 de crédibilité de votre dossier bancaire.

Recommandation n°3 — Construisez le prévisionnel sur les ratios du réseau, en scénario dégradé.

Demandez au franchiseur les CA des 5 dernières ouvertures comparables (taille de ville, type de zone) et bâtissez trois scénarios (-20 % / nominal / +10 %). Un dossier qui montre que le projet survit au scénario à -20 % obtient son financement ; un dossier construit sur la moyenne du réseau se fait challenger.

Annexe — Méthodologie, sources et limites

Méthodologie

Recherche documentaire systématique sur sources publiques, consultées le 13 juillet 2026 et croisées entre elles. Les estimations calculées par RADAR (ex. : parc concurrent local par ratio démographique) sont explicitement signalées comme telles et accompagnées de leur méthode de calcul. Aucune donnée n'est inventée : lorsque l'information n'existe pas publiquement, nous l'indiquons et précisons comment l'obtenir.

Sources

- EPSIMAS — Étude de marché boulangerie (CA 2025 ≈ 17,2 Md€, croissance projetée +5,38 %/an 2025-2030) — epsimas.com/marche-boulangerie
- Crisalid — Chiffres clés boulangerie-pâtisserie 2026 (43 777 établissements, 2 558 créations 2025, snacking 16-17 % du CA) — crisalid.com
- Pôle Implantation Commerce — chiffres du secteur boulangerie-pâtisserie — pole-implantation-commerce.org
- LSA / TCMA Conseil — « De Marie Blachère à Feuillette, la folle expansion des boulangeries de rond-point » (860 PDV Blachère, 300 Ange, ~100 Feuillette, ticket 700 k€ HDB, CA 3 M€)
- L'Express Franchise — fiches Marie Blachère et Feuillette (modèles de contrat, 30-40 ouvertures Ange 2026, 30 Feuillette Café 2026)
- Observatoire de la Franchise / Toute la Franchise — fiches enseignes
- Ville d'Angers (angers.fr et service presse) — 52 pôles commerciaux, vacance < 8 %, +1 300 habitants, politique commerce
- ville-data.com / [worldpopulationreview](https://worldpopulationreview.com) — population d'Angers 2026 (≈ 161 500)
- modelesdebusinessplan.com — marché du pain (part des boulangeries ≈ 60 %)

Limites assumées

Le comptage exact et nommé des concurrents angevins, les loyers réels par zone et les comptages de flux relèvent du périmètre de la version commandée (brief personnalisé). Les chiffres d'enseignes proviennent de la presse professionnelle et des franchiseurs eux-mêmes ; ils sont cohérents entre sources mais non audités. Ce rapport est une analyse de marché : il ne constitue ni un conseil juridique (DIP, contrat) ni un conseil en investissement.