

ÉTUDE ANNUELLE 2026 « CUISINONS PLUS BIO »

## Plus de bio au resto ? Regards croisés de 12 acheteur.e.s et fournisseurs

FOCUS SUR L'UNIVERS DE LA  
BOULANGERIE ET DU SNACKING

Étude qualitative sous forme d'entretiens experts et d'un rapport  
d'étonnement réalisés entre septembre 2025 et janvier 2026



# SOMMAIRE

03 .....	Éditorial
04 .....	Méthodologie
05 .....	Rapport d'étonnement : Le bio en restauration boulangère : Quelles offres ? Quelles dynamiques ?
37 .....	A propos de Manger du sens



Il s'agit d'un document synthétisant les principaux enseignements de l'étude. L'étude complète est disponible sur [cuisinonsplusbio.fr](https://cuisinonsplusbio.fr).



**L'Agence BIO a engagé la campagne « Cuisinons Plus Bio », constatant qu'en France les 205 000 restaurants ne proposent que 1% de denrées bio à leur carte et les 80 000 cantines en achètent moins de 6%. Des marges de progrès existent donc pour conforter les débouchés des 61 000 agriculteurs bio.**

**Face à ce constat, l'Agence BIO mobilise les chef.fe.s, restaurateur.rice.s et professionnel.le.s du secteur de la restauration collective et commerciale pour qu'ils deviennent des acteurs de la transition agroécologique en faisant la part belle au bio dans leur menu.**

L'intention est de partager des pratiques et retours d'expérience éprouvés pour convaincre les professionnels de la restauration que les produits issus de l'agriculture biologique, au-delà d'être source de plaisir et de convivialité, favorisent également l'adoption d'une démarche culinaire durable, accessible et responsable.

La première étude annuelle s'intéressait aux pratiques et expériences des chef.fe.s engagés de la restauration commerciale et collective. La seconde étude annuelle se concentrait sur les retours d'expérience de chef.fe.s engagés en restauration collective, et plus précisément en restauration d'entreprise et médico-sociale.

Cette 3ème édition de l'étude annuelle sonde les acheteur.e.s et fournisseurs, spécialistes bio et généralistes, afin de mieux comprendre les freins et les leviers des professionnels de ce secteur pour «plus de bio au resto ». En résumé, identifier les déterminants de l'engagement, dresser un constat sur les pratiques et mettre en perspective les stratégies qui les motivent.

# MÉTHODOLOGIE

FOCUS SUR L'UNIVERS DE LA  
BOULANGERIE ET DU SNACKING

Durant la période de l'étude, nous avons eu l'occasion de présenter une première partie de l'étude lors d'une commission RHD menée par l'Agence BIO. Nous avons profité du Sirha Bake & Snack pour questionner les engagements en bio du secteur de la boulangerie et du snacking. Nous avons également pris en compte quelques actualités sur le snacking.

L'étude complète est disponible sur [cuisinonsplusbio.fr](https://cuisinonsplusbio.fr)



**Rapport d'étonnement**  
**Le bio en restauration boulangère :  
Quelles offres ? Quelles dynamiques ?**

**1) La boulangerie, le nouvel eldorado du snacking !**

**2) Le snacking, un cheval de troie pour + de bio au resto ?**

**3) Une nouvelle ère “Bake & Snack” !**

**4) Quelle offre ?** *7 acteurs repérés avec une offre bio sur Sirha Bake & Snack 2026*

**5) Quelle dynamique ?** *Outre les nouveautés bio, les filières qualité et ultra-locales au cœur des tendances de la restauration boulangère.*

**6) Que retenir de ce rapport d'étonnement ?**



# 1 La boulangerie, le nouvel eldorado du snacking !

- En 2024, le marché du **snacking** confirme son rôle de moteur de la restauration commerciale, avec un chiffre d'affaires atteignant **22,3 milliards d'euros et 2,1 milliards de repas servis**.
- Il représente désormais **38 % du chiffre d'affaires du secteur** et 45 % des prestations servies.
- Alors que la restauration traditionnelle peine à retrouver son dynamisme, la **restauration rapide**, elle, se stabilise et continue d'attirer les consommateurs.
- Parmi les incontournables du snacking, la **pizza** confirme son statut de star incontestée : 46 % des Français la plébiscitent en 2024, contre seulement 31 % en 2021. Le **burger**, lui, conserve sa popularité avec 31 % d'adeptes, tandis que le **sandwich** marque un recul significatif, passant de 45 % en 2021 à 28 % aujourd'hui
- Côté budget, l'inflation n'a pas freiné l'appétit des Français pour la restauration rapide. En moyenne, ils dépensent **12,67 € par repas** pris sur place, soit 12 % de plus qu'en 2019.
- **La livraison**, qui s'est fortement développée ces dernières années, reste une option prisée, avec un coût moyen de **14,15 € par repas**, en hausse par rapport aux 11,90 € de 2019
- Toutefois, après des années de domination de la vente à emporter, une tendance se dessine : la consommation sur place regagne du terrain.
- En 2025, 73 % des consommateurs (vs 50 % en 2024) privilégient désormais cette option, tandis que la vente à emporter (72 % en 2024 vs 41 % en 2025) et la livraison (23 % en 2024 vs 11 % en 2025) connaissent un repli.
- Longtemps cantonnée au **pain** et à la **viennoiserie**, la **boulangerie** connaît aujourd'hui une transformation sans précédent.
- Cinq des vingt plus grandes enseignes de restauration en France sont désormais des **enseignes de boulangerie ou de coffee-shop**. Désormais, ces établissements ne se limitent plus au petit-déjeuner ou au goûter : **ils deviennent de véritables lieux de restauration à toute heure de la journée**, avec une offre de snacking de plus en plus élaborée. Loin du simple sandwich, l'offre s'élargit avec **des gammes traiteur enrichies, des burgers gourmets et des pizzas artisanales**, soutenues par des équipements toujours plus performants. Cette montée en puissance se reflète dans les préférences des Français en matière de snacking : **52 % choisissent une boulangerie**, devant les pizzerias (51 %) et les fast-foods (41 %)
- Le secteur de la boulangerie est en **pleine transformation**. Si le modèle traditionnel évolue, un nouveau format plus adapté aux rythmes de vie urbains émerge.
- **Les boulangers qui développent le snacking et diversifient leur offre tout au long de la journée voient leur chiffre d'affaires progresser significativement.**

## 2 Le snacking, un cheval de troie pour + de bio au resto ?

- Selon l'étude Speak Snacking, **un tiers des consommateurs français déclarent faire attention à chaque repas** et 38 % à certains repas. À l'opposé, 14 % déclarent se faire plaisir sans réfléchir à chaque repas et 68 % à certains repas.
- La surveillance repose en priorité sur **une attention sur les calories mais aussi sur de la transparence** (fait maison, origine des produits, plus de légumes).
- Le « **lâcher-prise** » repose d'abord sur la consommation de recettes différentes de celles faites à la maison, une pâtisserie ou viennoiserie qui nous « fait de l'œil », et une recette gourmande, même si elle est plus chère.
- Cela conforte l'idée que **le snacking** offre cette dualité et dispose de nombreuses solutions pour s'adresser à tous les besoins. Mais il s'agit d'abord d'un **lieu de plaisir pour une expérience gourmande, différenciante.**

**Tout laisse donc à penser que le snacking, notamment en restauration boulangère, est un terrain de jeu favorable pour « plus de bio au resto »,** ceci dans un contexte où « 32% des personnes interrogées consomment du pain bio au moins une fois par mois et 51% d'entre elles achètent leur pain chez les artisans et producteurs locaux. »\* **Des gains de parts de marché en snacking bio semblent donc accessibles en Boulangerie.**

*\*Source : Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France*



## Une nouvelle ère “Bake & Snack” !

**Sirha Bake & Snack s'impose comme le grand rendez-vous des professionnels de la boulangerie, de la pâtisserie et du snacking.**

Porté par GL events et Ekip, désormais réunis au sein d'une nouvelle société, l'événement marque une nouvelle étape pour la « French Bakery ». Du 18 au 21 janvier 2026, artisans, industriels et distributeurs se sont retrouvés pour découvrir innovations, tendances et opportunités business, dans un salon qui incarne la rencontre entre tradition et modernité.

Avec plus de 35 000 visiteurs professionnels, Sirha Bake & Snack confirme sa position de hub incontournable pour dessiner l'avenir de la boulangerie et de la restauration boulangère. Cet événement majeur dans l'univers de la boulangerie, de la pâtisserie et du snacking était une occasion de repérer les offres bio présentes sur le salon et de questionner les dynamiques autour du bio en restauration boulangère au travers d'un rapport d'étonnement et des sujets d'actualités.

# 4 Quelles offres ?

*17 acteurs repérés avec une offre bio  
sur le Sirha Bake & Snack 2026*

# SOVI

« Notre constat est simple, les boissons végétales sont composées à 90% d'eau, sont traitées à ultra haute température et placées dans des briques difficilement recyclables. Chez SOVI, on a choisi de se concentrer sur l'essentiel en te laissant le soin d'ajouter l'eau. On te propose une pâte onctueuse à diluer pour préparer ta boisson végétale SOVI en moins d'une minute. »



© Jeanne-Eloïse Guérin



© Sovi

Alice et Antoine,  
co-fondateurs de Sovi  
lauréat des Sirha Bake &  
Snack Awards 2026

<https://www.sovi.co/>



**« Nous rapprochons les consommateurs et les producteurs et voulons devenir le numéro un européen des aliments de longue conservation. »**

Le développement durable est un sujet central chez KoRo - et l'un de nos plus grands défis.

KoRo promet une gamme à 99 % végétarienne et 89 % végétalienne ainsi qu'une part de produits bio de 54 % (avril 2024), il est facile d'intégrer des produits potentiellement plus respectueux de l'environnement lors de ses achats.



© Koro



La gaufre pistache bio Koro est lauréate des Sirha Bake & Snack Awards 2026

<https://www.koro.fr/>

# Kignon

*le petit biscuit ki a tout bon !*

*Parce qu'aujourd'hui en France, on continue de gaspiller 10 millions de tonnes d'aliments consommables chaque année dont 50 000 tonnes de pain chez les boulangers, et que le taux de chômage des personnes en situation de handicap est 2 fois plus élevé que la moyenne nationale : **NOUS AVONS DÉCIDÉ D'AGIR !***

*Nous, c'est Alix, Louise, et Katia : une équipe 100% féminine et engagée, bien décidée à trouver une solution à ce double constat, environnemental et social, et à apporter notre contribution à l'enjeu majeur du « Mieux manger » !*

© Kignon



© Jeanne-Eloïse Guérin

Kignon est primé pour son snacking fromager bio, élaboré à partir de pains invendus revalorisés et fabriqué en ESAT, intégrant des morceaux de Comté AOP.

<https://kignon.fr/>

# omie®

*Chez omie, nous créons d'incroyables produits bio qui relient les champs à nos assiettes . Et les gens entre eux. Pour que l'alimentation devienne une solution face au changement climatique, et non sa cause principale.*

*Nos agriculteurs partenaires travaillent sur la régénération de leurs sols, de la biodiversité, de la qualité de l'eau et de l'air. Des bocaux cuisinés, des sauces de chef, apéro plaisir, veloutés et snacks.*



© Omie



<https://www.omie.fr/>

# SUPERNATURE

*Catherine Kluger*

*Catherine Kluger a voulu faire de SuperNature une marque engagée, en promouvant un mode de vie sain et équilibré, respectueux de l'environnement et des producteurs.*

*Aujourd'hui, SuperNature est devenue une référence incarnant la vision de Catherine pour une alimentation plus naturelle et consciente.*



© Supernature



Tout est bio : granolas, barres, toasts boissons

<https://www.supernature.paris/collections>



Mé-Mé c'est une gamme bio de thés glacés et gummies fonctionnels où le thé vert matcha est infusé dans de la sève d'arbre pour une consommation responsable.

« Notre innovation ? Éliminer le sucre raffiné et le remplacer par du moût de raisin d'Ardèche, pour une consommation saine et naturelle qui rythme le quotidien. »



© Boissons Mémé

<https://www.boissons-meme.com/>

# JOMO

**Boissons saines sans compromis, 100 % biologiques et fabriquées en France.**

Dans un monde où les consommateurs cherchent à faire des choix plus sains et plus responsables, il devient essentiel de se tourner vers des produits qui respectent à la fois notre santé et l'environnement.



© JOMO



100% biologique, made in France & recyclable

<https://drinkjomo.com/>



**Depuis sa création en 1908, la Minoterie Trottin propose une large gamme de farine conventionnelles, bio et Label Rouge d'origine française et accompagne au quotidien les artisans-boulangers dans leur métier.**

Entreprise familiale historique et indépendante de Sarthe, la Minoterie Trottin est dirigée par la cinquième génération de passionnés qui vise à offrir le meilleur à ses clients.

La Minoterie Trottin a obtenu son agrément bio pour ses farines sur meule et cylindres dès 2006. Elle a développé une gamme locale « Boulanger du terroir Sarthois » en 2010 et déploie une démarche RSE depuis 2017.



© La Minoterie Trottin



100% biologique, made in France & recyclable

<https://drinkjomo.com/>

# MOULINS RIOUX

**Des blés bio 100% français sont sélectionnés dans les meilleurs terroirs des régions des pays de la Loire et du nord Poitou-Charentes.**

Ils ont grandi dans le respect d'un sol vivant, et de la biodiversité. Nous proposons une gamme de farines biologiques adaptée à vos besoins et certifiées par un organisme indépendant.



<https://www.moulinrioux.com/index.php>



## **Le pain artisanal biologique belge devrait être accessible à tous !**

Les produits PUR PAIN sont à cuire sur place, ce qui permet de conserver leur fraîcheur et leur croquant.

Grâce à l'emballage sous atmosphère modifiée et de congélation de PUR PAIN, nous rendons le pain biologique frais disponible pour tous à tout moment. Nos pains sont élaborés avec passion par l'artisan, pour l'artisan !

Pur Pain est une marque de bio de trog, la 1ère boulangerie belge neutre en carbone. Le soutien aux projets sociaux fait partie de leur politique de développement durable.



© PUR PAIN





**GreenPods est un développeur et opérateur de projets agricoles régénératifs, spécialisé dans la production de fruits à coque en Europe, notamment des amandes. Nous suivons des itinéraires techniques d'agriculture régénératrice, et fournissons une traçabilité complète jusqu'à la ferme.**

*« GreenPods assume ainsi de grandes ambitions. D'ici deux à trois ans, elle vise l'exploitation en agriculture régénératrice de 2.000 hectares entre la France et l'Espagne – soit 600.000 à 700.000 arbres productifs plantés. Elle lorgne d'ores et déjà sur une nouvelle exploitation de 500 hectares située de l'autre côté des Pyrénées. « L'objectif est d'atteindre une certaine masse critique pour parler directement aux détaillants et aux distributeurs... »*



© GreenPods



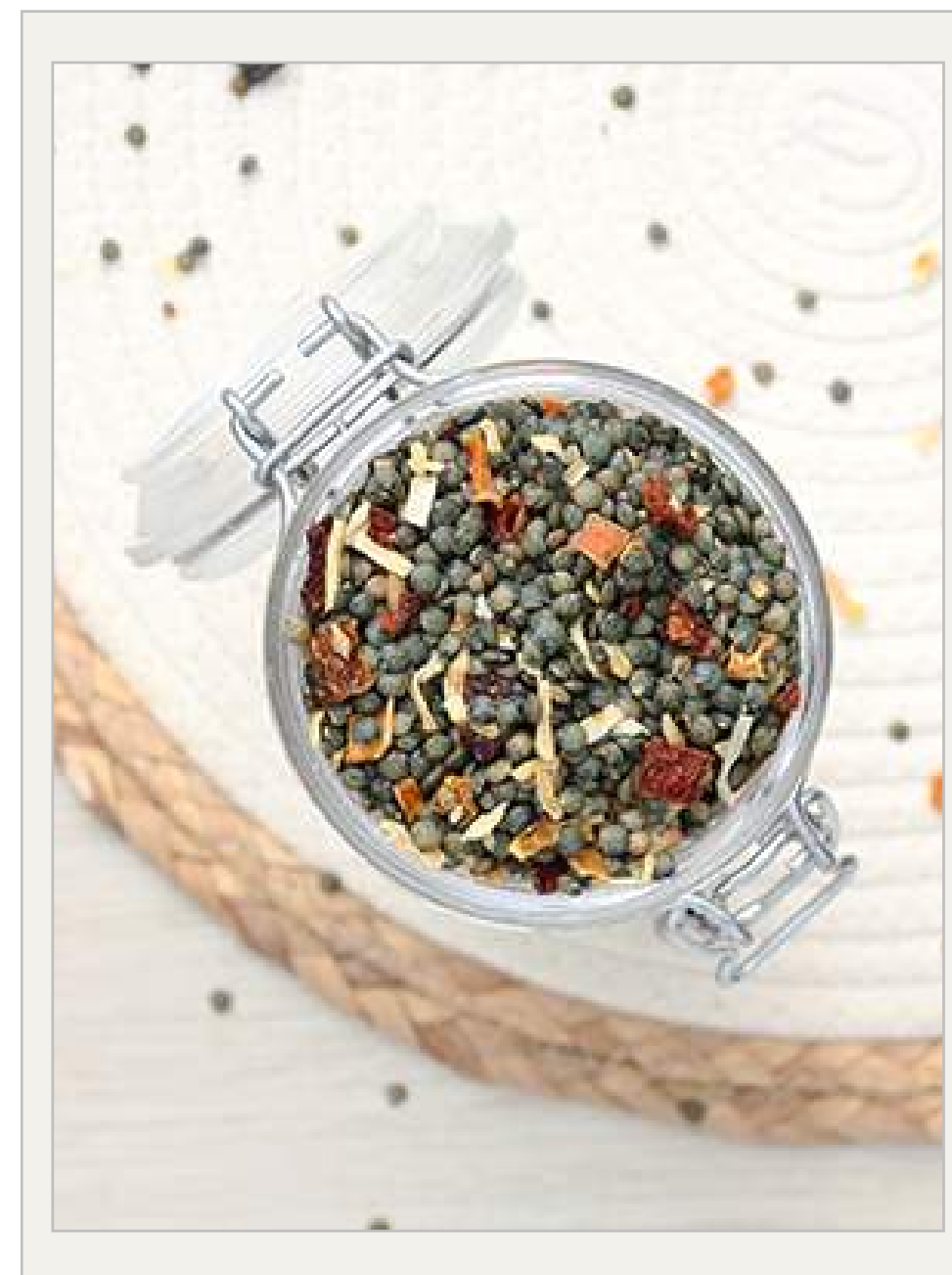
<https://greenpods.ag/>



**Grossiste et fabricant d'ingrédients biologiques. Tous les ingrédients bio pour vos recettes. Plus de 1500 références, 100% bio sans gluten, vegan. Démarche équitable avec leurs producteurs.**

« Nos produits viennent du monde entier, mais nous essayons de réduire le nombre d'intermédiaires entre nous et le producteur/fabricant. Pour cela, nous référençons directement les producteurs plutôt que des grossistes, ou nous développons les productions sur le territoire français et local.

Dans le secteur de la Restauration Hors Foyer (RHF), la qualité des ingrédients est primordiale pour répondre aux attentes des consommateurs. Nous avons développé une gamme diversifiée d'ingrédients spécialement conçus pour les professionnels de la RHF. »



© Actibio



# Moulins Bourgeois | 130<sup>ANS</sup>

**En 1895, Léon Bourgeois et ses frères rachètent un moulin sur les rives du Petit Morin.**

Depuis, ses descendants poursuivent l'aventure en veillant sur l'équilibre de l'entreprise : suffisamment grande pour investir dans un outil de production performant, toujours à taille humaine pour nourrir une relation personnelle avec chaque client.

La famille Bourgeois, c'est aussi celle de ses collaborateurs : 220 personnes, qui partagent des valeurs d'écoute et de modestie, pour toujours mieux servir la boulangerie artisanale.



© Moulins Bourgeois

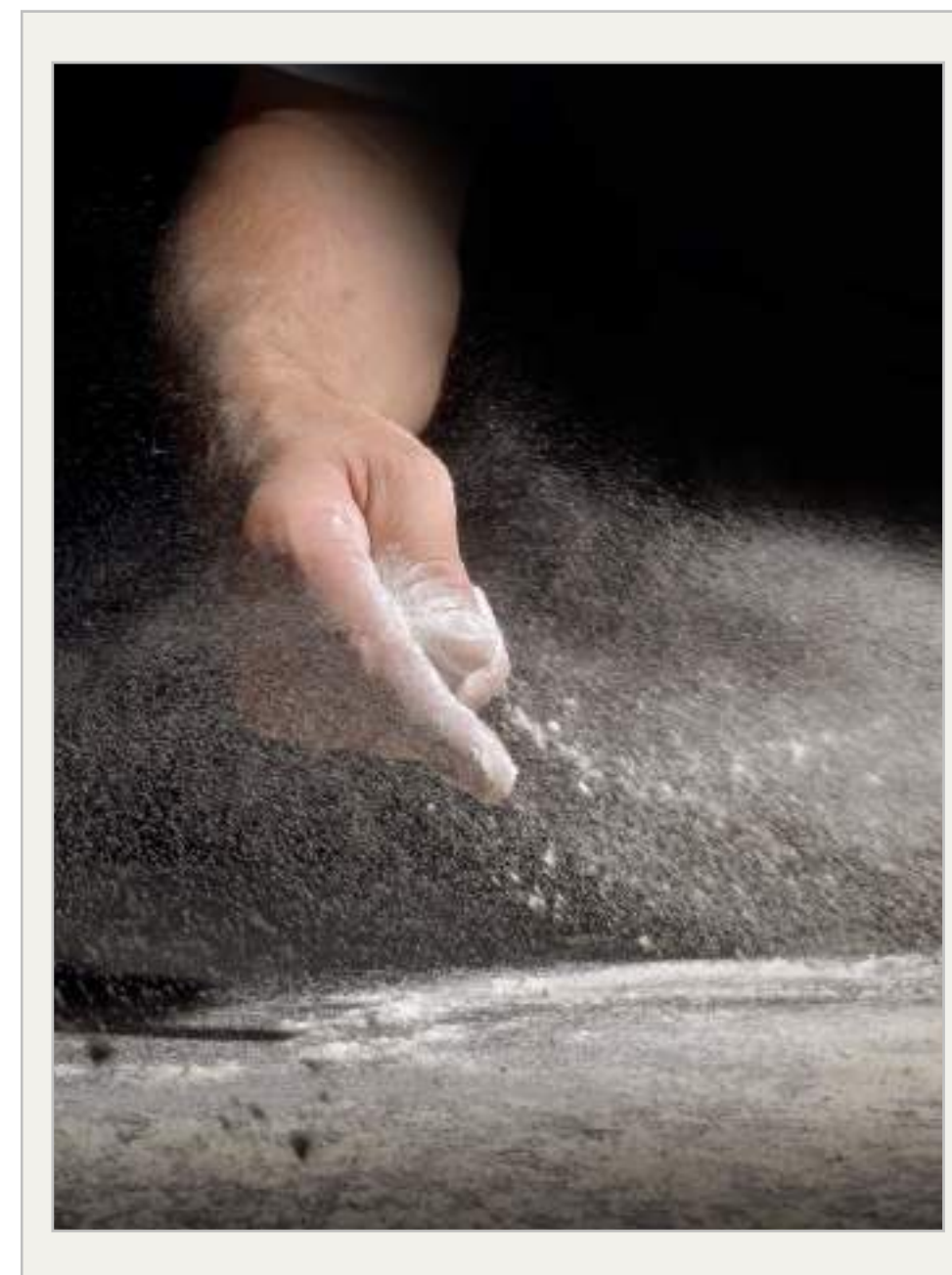




### L'exigence pour credo.

Yvon Foricher est meunier diplômé. Sa volonté de transmettre son savoir-faire et sa vision.

Il développe notamment une gamme de farines bio sous la marque « Perbelle » mais aussi avec « Blés de Pays, 100 % Nature® », une offre complète en Agriculture biologique certifiée, de semences et céréales de variétés anciennes, une mouture délicate sur meule de pierre, et donc des farines pures pour l'Artisan – Boulanger en attente de pains 100 % Levain : Blé de Population, Barbu du Roussillon, Touzelle de Nîmes, Rouge de Bordeaux, Pétanielle noire de Nice, Seigle blanc, Amidonnier, Méteil, Grand épeautre, Engrain noir, Blanc de Noé, Khorasan.



© Foricher



<https://www.foricher.com/>



## Innover, être durable

Biologiques, naturellement sans gluten, fermentés au levain de riz, à base de farines de riz et de sorgho, les pains chambelland allient la gourmandise à de très belles valeurs nutritionnelles.

Entre innovation technique et tradition, pains boules et baguettes cèdent la place à des lingots gourmands, aux formes rectangulaires. Le boulanger chambelland fait le pari d'une autre idée du pain préférant innover plutôt qu'imiter.

Nathaniel Doboïn, entrepreneur globe-trotteur, cofondateur avec Thomas Teffri-Chambelland de la boulangerie bio et sans gluten, intervenant de la conférence « Snacking & Régimes spéciaux : comment adapter son offre ? » Sirha Bake & Snack 2026.



© Chambelland



Fleury Michon

LESAFFRE 

Fleury-Michon Restauration mise sur la naturalité, la sécurité alimentaire et l'accessibilité prix pour devenir un partenaire de référence des professionnels et propose une gamme complète et innovantes en partie certifiée bio, et Lesaffre, expert en fermentation boulangère depuis 1853, met en avant ses levains liquides ou secs bio.



© Fleury Michon



© Lesaffre

# 5 Quelles dynamiques ?

*Outre les nouveautés bio, les filières qualité et ultra-locales au cœur des tendances de la restauration boulangère.*



Le snacking cherche encore son identité : ce que révèle le Sirha Bake & Snack 2026



Sirha Bake & Snack. L'innovation en 10 grandes tendances



**zePROS**  
450 marques au service de l'innovation

Les lauréats des Pépites de la Boulangerie réunis au Sirha Bake & Snack



**Les Echos**  
ÉTUDES

LA GENERATION Z AU CHEVET DE LA RESTAURATION

### Sept pépites françaises qui repensent la boulangerie de demain

En janvier, l'édition 2026 du Sirha Bake & Snack a réuni toutes les expertises du secteur, des industriels aux artisans, des réseaux de franchise aux indépendants. Entre alternatives santé, emballages durables et solutions tech, la boulangerie s'affirme comme un lieu de socialisation où l'on vient travailler, se détendre et grignoter à toute heure.

## TENDANCES *restauration*

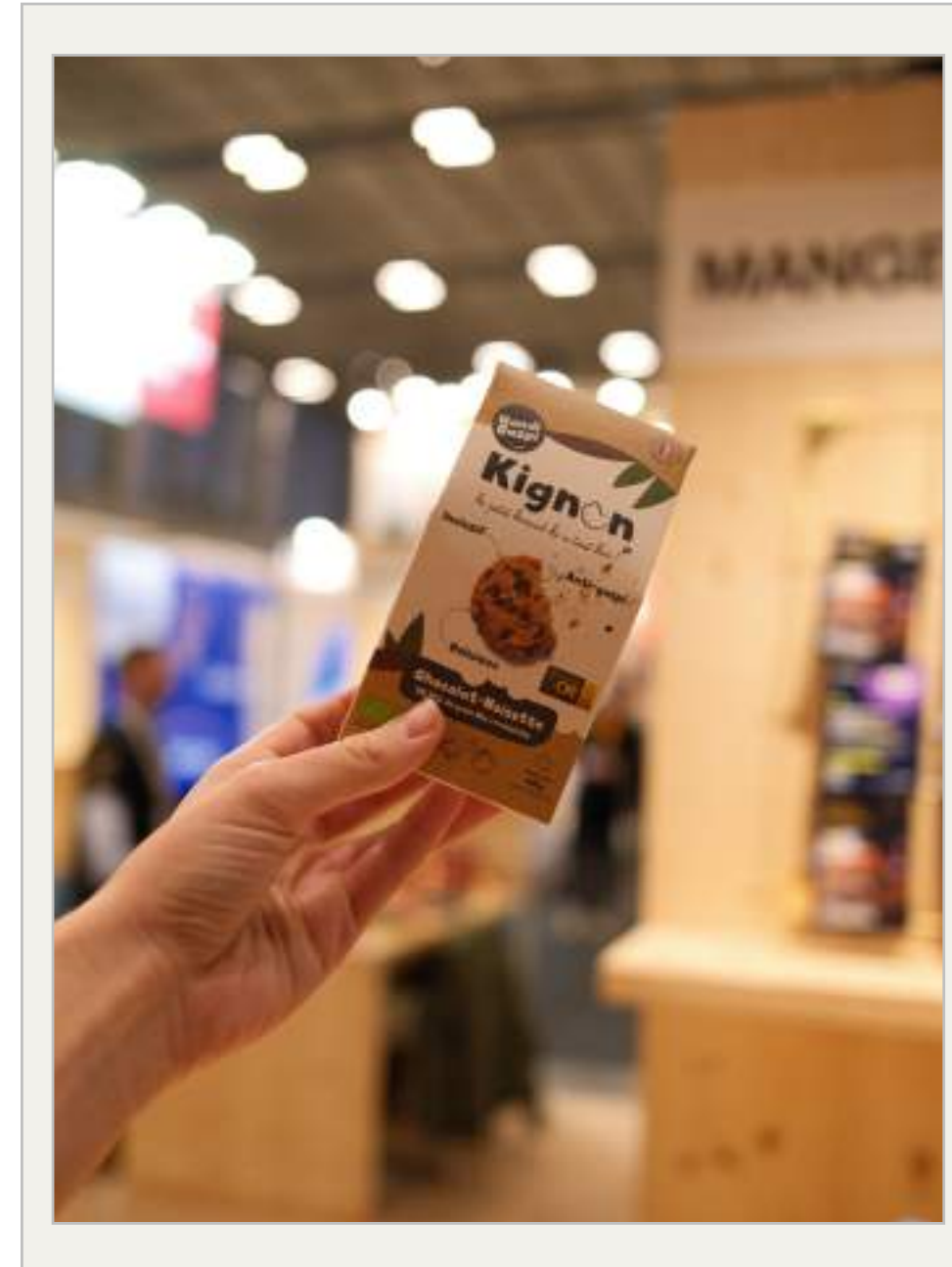
**"Sirha Bake & Snack 2026, marque une rupture : nous ne sommes plus seulement le salon d'une filière empreinte de tradition, mais le reflet d'une profession qui se réinvente"** - Luc Dubanchet, Directeur général de Sirha Food et de Sirha Bake & Snack

# Tère dynamique

## l'innovation bio

Sur les 7 Sirha Bake & Snack Awards 2026, 3 nouveautés sont bio !

- Autrement dit, c'est un bon cru et parmi les heureux élus, dans la catégorie Coffee-Shop, Sovi marque les esprits avec sa boisson végétale bio sous forme d'un concentré d'avoine spécial Barista, imaginée pour les professionnels du café bio. Fondée en 2024 par Alice Guyot et Antoine Poyen, Sovi propose une pâte onctueuse à diluer dans l'eau pour préparer sa boisson végétale en moins d'une minute. Une gourde de 320 g équivaut à 4 litres, soit 12 fois moins de déchets qu'une solution classique. Produite à Nevers (Nièvre) avec des ingrédients bio français, sans additif, ni sucre ajouté, la marque décline quatre saveurs : Avoine Original, Noisette, Amande et Avoine Spéciale Cuisine. Sans traitement thermique, les boissons conservent nutriments et saveurs. Une gamme Barista pour les professionnels du café complète l'offre.
- Dans la catégorie produits et ingrédients pour le snacking, 2 lauréats se partagent le prestige des Awards 2026, Kignon, pour son snacking bio fromager 40g, un biscuit salé élaboré à partir de pains et céréales de brasserie revalorisés et agrémentés de généreux morceaux de Comté AOP, ainsi que Koro, pour sa gaufre bio à base de pistache (45%), clean, végétane et sans huile de palme.



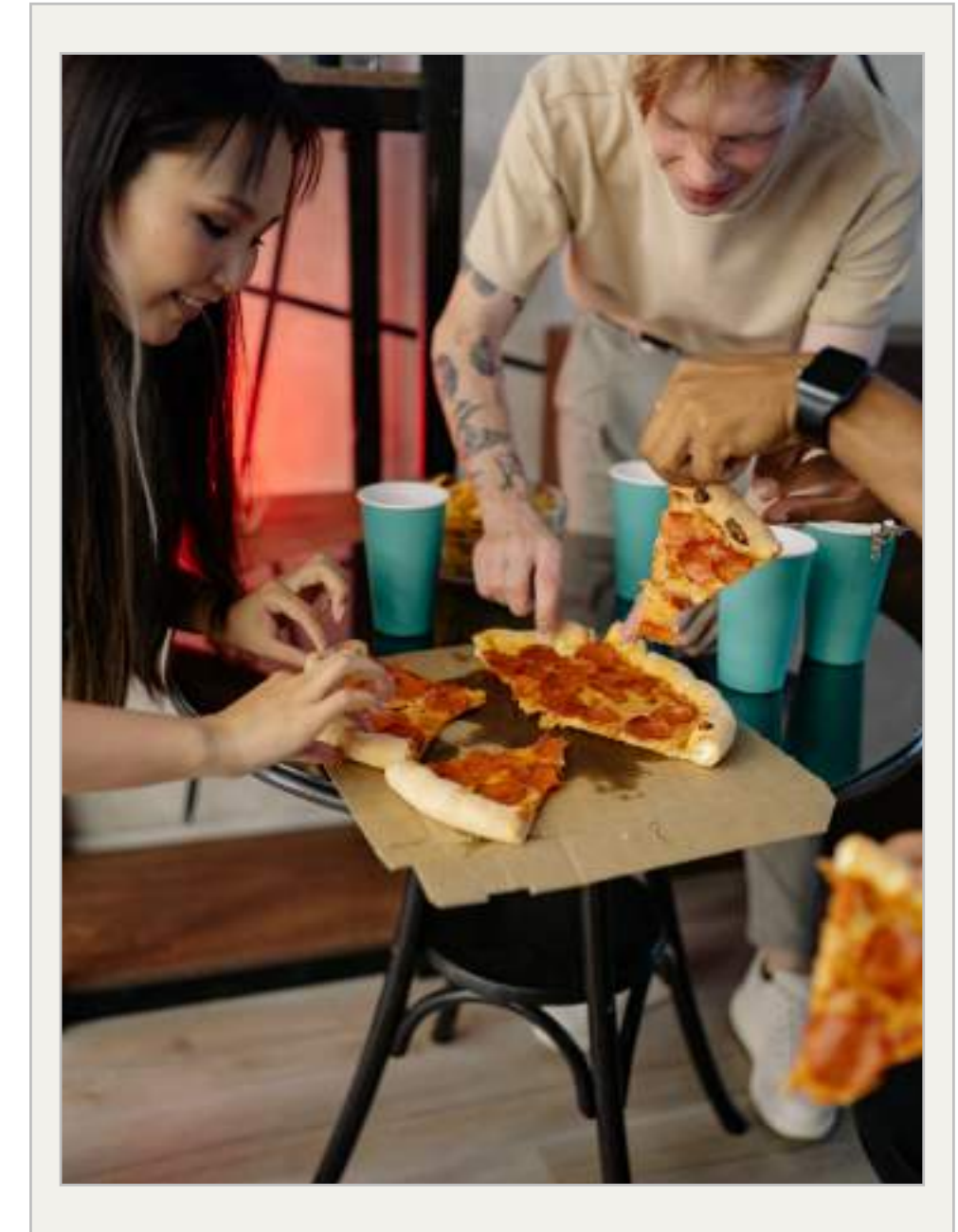
© Jeanne-Eloïse Guérin

# 2ème dynamique

## la Gen Z en cœur de cible

Le rôle des 18-28 ans perçu comme crucial en snacking est légitimé par une étude sur les tendances de consommation en restauration de Revenue Management Solutions (RMS)

- Le contexte est morose pour la restauration commerciale marquée par une baisse de la fréquentation et des dépenses. À ce titre, un tiers des interrogés a réduit ses dépenses en choisissant des établissements moins chers (50 %), en commandant des produits moins coûteux (38 %), ou en renonçant à certaines consommations (26 % les entrées, 23 % les desserts, 18 % les boissons).
- La Génération Z (18-28 ans) s'affirme, en effet, comme un pilier essentiel de l'activité en restauration rapide. Ainsi, 36 % des 18-28 ans ont augmenté leurs visites en restauration rapide, surpassant Millennials, Génération X et Boomers. 95 % des Gen Z déclarent fréquenter les restaurants chaque semaine et 38 % prévoient d'augmenter encore leurs visites à l'avenir (contre 17 % pour les Millennials, 8 % pour la Gen X et 12 % pour les boomers). Ils sont également les plus gros consommateurs de livraison.
- La restauration rapide et les coffee shops constituent les maillons forts. 55 % des personnes ont moins fréquenté le fast casual et 51 % la restauration assise au cours de la période, contre seulement 35 % pour la restauration rapide et 40 % pour les coffee shops. Et cette tendance va perdurer. En effet, 61 % des interrogés prévoient de continuer à fréquenter autant ou plus ces établissements.



© Yan Krukau (Pexels)

# 3ème dynamique

## les boulangeries de ville

Les échanges avec les professionnels du bio, minotiers, startups ou grossistes témoignent d'une offre bio porteuse auprès des urbains à plus fort pouvoir d'achat

- Il y a deux types de positionnement constatés en boulangerie : un positionnement de diversification avec des offres de produits élaborés à partir de farines biologiques pour satisfaire certaines typologies de clientèle, c'est le plus commun selon les meuniers, et un positionnement de différenciation qui s'inscrit dans l'ADN du concept de boulangeries centrées sur des valeurs d'engagement en termes de « santé-environnement », c'est plus fréquemment le cas pour des implantations en ville auprès d'une clientèle urbaine à plus fort pouvoir d'achat et/ou sensible aux enjeux de durabilité.
- Pour Louis Jardel, Président de Actibio « J'ai repris l'entreprise il y a 3 ans, nous avons une forte croissance. Notamment auprès de nouvelles boulangeries qui s'engagent en bio pour la qualité et une offre de produits au top ! Il y a aussi des acteurs, comme Grand Frais, leurs boulangeries du marché utilisent des farines bio mais ils ne le disent pas ! »
- Chez Moulin Bourgeois, Manon Dupont, en charge du marché national et des comptes-clés, constate « Un attrait pour le bio qui pèse 14% du volume global du moulin, notamment de la part de néo-boulangers, des professionnels reconvertis qui témoignent d'un intérêt pour les variétés anciennes, certains sont tout en bio, d'autres exclusivement pour des pains spéciaux. Ils ciblent principalement des clientèles en attente de bien-être et de bien manger dans des quartiers à fort pouvoir d'achat sur Paris ou région parisienne. La part du chiffre d'affaires en snacking est variable d'une boulangerie à une autre mais certaines font jusqu'à 60% ! »



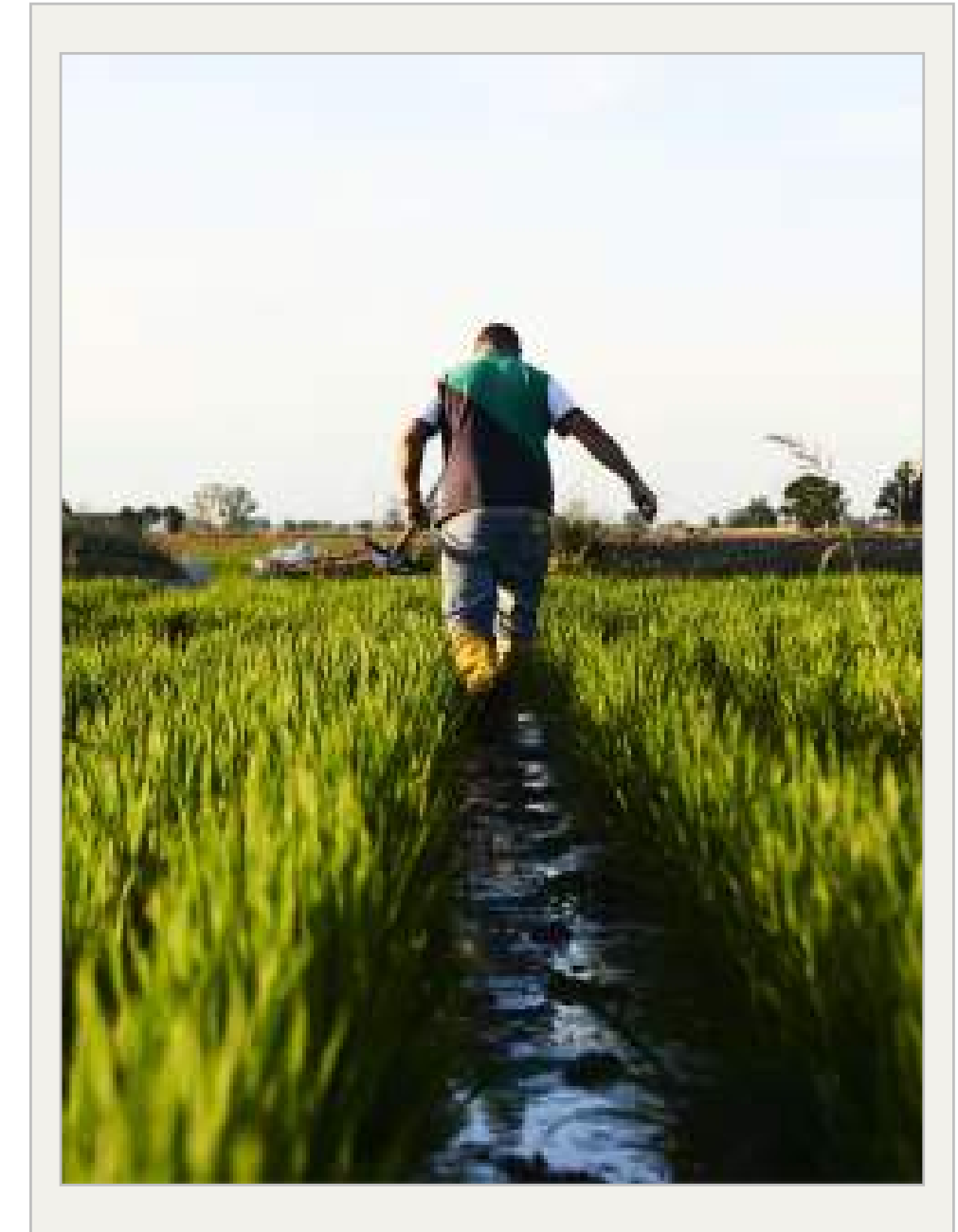
© Qui Nguyen (Pexels)

# 4ème dynamique

## les filières qualité et ultra-locales

La montée en gamme est très perceptible dans les allées de Sirha Bake & Snack où les filières qualité sont omniprésentes, notamment Label Rouge et Agriculture biologique.

- Ce qui ressort des échanges c'est la nécessité d'une segmentation des offres. Joseph Vetro, Chef des ventes transformateurs chez Senfas, « Si les signes de qualité ont réussi à recréer de la confiance auprès des consommateurs finaux, aujourd'hui, ils doivent démontrer leur impact positif et témoigner d'une dynamique d'engagements de filière. Le bio retrouve une dynamique depuis 2025, particulièrement au sein des réseaux spécialisés. »
- Pour Nathaniel Dobouin, co-fondateur de Chambelland, boulangerie bio et sans gluten à Paris, « Depuis 10 ans, notre producteur de riz biologique est Italien. C'est au nord de l'Italie, dans la plaine du Pô, que Gianmario cultive le riz japonica que nous utilisons pour toutes nos farines et préparations, sa capacité importante d'absorption d'eau lui confère une texture élastique et moelleuse idéale pour la panification. Après la récolte, le riz brut est « déshabillé », on lui enlève la balle et le son, il est ensuite acheminé dans notre moulin chambelland à Malijai dans les Alpes-de-haute-provence où il est écrasé pour faire une farine stable et de très haute qualité. Cette chaîne vertueuse, nous permet de proposer des pains, des pâtisseries, des farines et préparations bio et naturellement sans gluten de qualité pour nourrir et faire plaisir. »
- La Minoterie Trottin met en avant « L'égérie, une farine Label Rouge pour pain de Tradition française issue de blé CRC, 100% française, sans additif. Le moulin est aussi labellisé en Agriculture biologique pour des farines sur meule et cylindre commercialisées sous la marque « Grains de vie » et propose une farine ultra-locale du terroir sarthois. »



© Chambelland

# 5ème dynamique

## les transitions sociétales

Minotiers, startups ou grossistes bios, tous considèrent que le bio est l'avenir. L'état se resserre sur la dégradation des eaux, des sols ou de la biodiversité. La pression liée au changement climatique accélère les prises de conscience. C'est le cas en boulangerie.

- Chez Moulin Bourgeois, Manon Dupont, chargée du marché national et des comptes-clés, souligne « L'engagement de Moulin Bourgeois au bio Équitable en France, avec des contrats tripartites avec des fermes bios, ça plaît de plus en plus à nos clients dont 97% sont des artisans. »
- « En 2019, bio de Trog est devenue la première boulangerie de Belgique 100% biologique qui soit neutre en CO2. En 2021, nous avons planté 1,5 hectare de forêt dans le Heuvelland. De plus, toute l'électricité que nous consommons est d'origine verte. » témoigne l'équipe de Pur Pain présente sur le Sirha.
- Le co-fondateur de Sovi, Antoine Poyen est on ne peut plus clair « Repenser les boissons végétales. Les rendre plus durables, plus saines et plus locales. Chez SOVI, on s'est lancés avec une intuition : on peut faire mieux, pour les gens et pour la planète. Une pâte onctueuse à diluer en moins d'une minute, 100 % naturelle, bio, sans additifs, fabriquée en France, dans notre atelier en Bourgogne, et surtout... 12 fois moins de déchets et de matières transportées. »



©Serhii Barkanov (Pexels)

# 6 Que retenir ?

*Des témoignages il ressort clairement que la restauration  
boulangère regorge d'atouts car « Elle est accessible au plus  
grand nombre, en proximité, pratique et gourmande ! »*



- **Les incidents climatiques à répétition participent à la prise de conscience** de nombre d'acteurs de la filière pain. L'excès de pluviométrie observé en 2024, qui a considérablement réduit les rendements dans les parcelles, est présent à l'esprit de certains engagés en filière CRC.
- D'autres commentent que **l'intensification des relations humaines et des dynamiques collectives de filière s'imposent pour accompagner le monde agricole et sa résilience**, mieux traiter la rémunération des producteurs, et imaginer de nouvelles chaînes de valeur plus vertueuses.
- **Nombreux sont ceux qui évoquent les filières ultra-locales responsables**, des semences paysannes, des variétés plus résistantes, des meules de pierre, un travail sur levain naturel, sans ajout de levure ou d'améliorants, des territoires engagés auprès de leurs habitants pour vanter les bienfaits d'un pain plus sain, d'un index glycémique plus faible et d'une teneur en fibre améliorée, pour le bénéfice de chacun, de l'environnement et de la biodiversité.
- **Les écoles centres de formation des meuniers déploient de nombreuses formations** auprès de leurs clients boulangers en mobilisant des profils de chefs-formateurs qualifiés. De fait, ils constituent un précieux réseau de prescripteurs en capacité de faciliter les changements de pratiques.



©Sydas Production (Canva)



Ces **5 dynamiques relevées en Boulangerie-Snacking** sont de nature à participer au changement de trajectoires de pratiques favorables aux usages et au renforcement de la place du bio :

1. **L'innovation bio**
2. **La Gen Z en cœur de cible**
3. **Les boulangeries de ville**
4. **Les filières qualité et ultra-locales**
5. **Les transitions sociétales**



De telles perspectives ne peuvent être assorties que de **nouvelles histoires à édifier en restauration boulangère et snacking**, ce qui fait dire à Louis Jardel, Président de Actibio, avec beaucoup d'à-propos : *« Il faut changer de promesse, être positif, vanter la santé et la gourmandise, promettre plus d'humain, de vie et de plaisirs ! »*.





# À PROPOS

Manger du sens facilite les projets d'innovation et de transition alimentaire en hybridant une double expertise en stratégie digitale et intelligence collective.

Véritable réseau social FoodTech qui réinvente les modèles de la fourche à la fourchette, notre communauté de +6K membres sert d'interface entre +400 startups et toutes les parties prenantes de la chaîne alimentaire : agriculteurs, IAA, distributeurs, restaurateurs, consommateurs, investisseurs, accélérateurs, chercheurs, écoles, collectivités locales, associations, organisations professionnelles, etc.

## NOS OFFRES DE SERVICES

- **Forums et études** : décryptage avec panels et études, entretiens experts, débats, baromètres, veille, carnets de tendances, etc.
- **Concours startups et parcours d'accélération** : challenge startups, concours innovation, défis collectifs, appels à candidatures, business modeling, etc.
- **Open innovation avec des startups** : diagnostics, stratégies, ateliers de créativité, appels à projets, boîtes à idées, facilitation, intrapreneuriat, etc.
- **Hackathons et défis étudiants** : partenariats académiques, défis culinaires, design sprint, challenges créatifs, projets de fin d'étude, etc.

Avec une plateforme "tout en un", et un panel de +100K consommateurs, nous accompagnons vos transformations stratégiques à impact positif

[Découvrir notre plateforme](#)



**Nouveau ! Emulsion collective, notre solution digitale en marque blanche 100% dédiée à l'intelligence collective et au management de l'innovation.**

# NOUS CONTACTER



**Freddy THIBURCE**

06 32 82 64 70

[freddythiburce@gmail.com](mailto:freddythiburce@gmail.com)



**Jeanne-Eloïse GUÉRIN**

07 71 06 02 92

[jeanne-eloise@mangerdusens.fr](mailto:jeanne-eloise@mangerdusens.fr)

**MANGER  
DU SENS**  
RÉINVENTONS LES MODÈLES

*Une agence du groupe*

**PROVINCE**  
IS THE NEW GAME