

Pousse

Une idée de la boulangerie artisanale
de «demain matin»



Une alimentation saine et pérenne, c'est simple

Des ingrédients les plus purs
possibles (ils existent), produits par
des agriculteurs heureux (ils existent),
aux bonnes pratiques
et qui gagnent leur vie (ils existent),
transformés par des artisans
passionnés et qualifiés (ils existent),
consommés avec équilibre
et modération (c'est possible)•

Nous avons tout ce qu'il faut
pour impacter positivement
et durablement la santé
de 30 millions de Français.



Fonds de
développement
de la CNBPF



TRANSGOURMET



Trois partenaires des boulanger.ère.s au quotidien s'engagent pour les accompagner et poser avec eux les bonnes pratiques de la boulangerie artisanale de demain.

Chaque jour, 30 millions de Français consomment des produits de boulangerie, générant 14 millions de transactions dans les 30 000 boulangeries indépendantes en France. Symbole de confiance et de transparence au cœur de l'alimentation des Français, la boulangerie doit jouer un rôle responsable, engagé et porteur de sens, tout en répondant aux attentes des consommateurs en termes de qualité de produits, de gourmandise et de prix.

En juin 2024, une grande consultation nationale de la boulangerie a été menée par Make.org, une organisation de mobilisation citoyenne, auprès des boulanger.ère.s et du grand public.

Avec 8 000 répondants et 150 000 votes, cette consultation a permis de dégager cinq valeurs fondamentales pour le secteur : la transparence, le lien social, l'équité sur la chaîne de valeurs, la confiance et la santé.

La boulangerie de demain évolue dans un contexte de grandes transformations, où l'ensemble des acteurs de l'écosystème - agriculteurs, boulangers (qu'ils soient indépendants, membres de chaînes ou industriels) et consommateurs - doivent donc s'unir pour relever les défis de notre temps.

Nous devons tous, producteurs, entreprises et consommateurs, repenser nos pratiques pour contribuer à la construction d'un avenir durable, tant sur les plans social, environnemental qu'économique. Bien plus qu'un simple point de vente, la boulangerie est un véritable centre de lien social, jouant un rôle clé en reliant les agriculteurs, boulangers et consommateurs.

Le Fonds de développement de la CNBPF, Transgourmet & Bleu-Blanc-Cœur



**Parce que manger
est le premier
geste de santé,
la qualité des
ingrédients
est au centre de
la démarche**

La provenance et la qualité des ingrédients sont la fondation de la boulangerie de demain.

La farine, ingrédient principal de notre

métier, fait déjà l'objet d'un *sourcing* exigeant et rigoureux. Issue de moulins locaux, idéalement bio ou issue d'une agriculture raisonnée, fabriquée à partir de semences de qualité, la farine reflète une véritable maîtrise, tout comme son *sourcing*.

Mais si la farine est déjà bien valorisée, l'enjeu aujourd'hui dépasse cet ingrédient essentiel: il concerne toutes les matières premières, tous les ingrédients transformés par nos mains.

Du choix des fruits secs aux graines, en passant par les produits laitiers, les œufs, le sucre et autres ingrédients clés, une réflexion globale sur le *sourcing* s'impose pour garantir qualité, durabilité et santé.

Une idée de la boulangerie artisanale de « demain matin »

L'accès à des matières premières de haute qualité, issues de circuits courts et de production responsable, doit être facilité.

Les boulangers doivent poursuivre leur engagement dans des partenariats solides avec des agriculteurs et des distributeurs engagés.

L'objectif est de créer une relation authentique et transparente entre l'agriculteur, l'artisan boulanger et le consommateur et de privilégier :

la production française, parce que soutenir notre terroir, c'est préserver nos agriculteurs, nos éleveurs, notre patrimoine et nos savoir-faire ;

l'agriculture bio ou l'agriculture raisonnée, pour garantir des pratiques respectueuses de la nature et de notre santé ;

le respect des animaux, parce que l'éthique fait partie intégrante d'une alimentation responsable.

Les enjeux sont multiples et essentiels

Santé et nutrition : offrir des produits bons pour le corps et l'esprit, pensés pour allier plaisir et équilibre alimentaire.

Par exemple, les produits Bleu-Blanc-Cœur, issus d'une agriculture à vocation santé prouvée par des études scientifiques et cliniques, sont plus denses nutritionnellement (en Oméga 3 et antioxydants) et comptent de nombreux bienfaits pour la santé de l'homme (rôle anti-inflammatoire, maladies métaboliques).

Équité sur la chaîne de valeur : assurer une juste rémunération pour chaque acteur, de l'agriculteur à l'artisan boulanger afin de pérenniser les filières et leurs acteurs.

Respect de l'environnement : privilégier des pratiques durables pour protéger notre planète et garantir une agriculture responsable. À ce titre, les filières raisonnées, comme la bio ou Bleu-Blanc-Cœur, ont démontré leurs intérêts pour respectivement la biodiversité et le climat.

Confiance en mon/ma boulanger·ère : en son savoir-faire et ses intentions. Faire de chaque boulanger·ère un·e ambassadeur·rice d'une alimentation de qualité et d'un mode de vie sain.

Accessibilité : proposer des produits sains et de qualité à des prix justes pour que chacun puisse en bénéficier.

La boulangerie de demain privilégiera une gamme réfléchie de produits, garantissant fraîcheur et qualité, avec peu de pesticides, en n'utilisant pas de nitrite, tout en réduisant son empreinte carbone et le gaspillage alimentaire. Tout ceci peut être possible grâce à la logistique et le maillage sur l'ensemble du territoire de TransGourmet, notre distributeur partenaire dans la démarche qualité des ingrédients en boulangerie.

La boulangerie de demain privilégiera une gamme réfléchie de produits, garantissant fraîcheur et qualité, avec peu de pesticides, en n'utilisant pas de nitrite, tout en réduisant son empreinte carbone et le gaspillage alimentaire.



Une formation en boulangerie et des savoir-faire en constante évolution, pour être au RDV

Le cœur de la boulangerie de demain repose sur une formation de qualité, tant initiale que continue, qui pousse chacun à être en progression constante.

Il est essentiel d'offrir aux boulanger·ère·s des outils, des ressources et des formations adaptés aux enjeux de demain, pour les aider à monter en compétences et à rester à la pointe des évolutions du métier.

Ce processus inclut le partage des savoir-faire, la transmission des techniques artisanales, une adaptation du référentiel de formation, ainsi que l'intégration d'outils et de méthodes de formation innovantes.

Le digital n'est pas le contraire de l'artisanat.

Il apporte un soutien précieux à la formation et au développement des compétences dans un métier où le geste reste central. La technologie offre une plus grande flexibilité aux boulangers en proposant des plateformes de formation à distance, idéales pour aborder des thématiques non manuelles via du contenu pédagogique (vidéos pas à pas, témoignages) telles que la gestion d'entreprise, le business, sa transmission, le marketing et la communication, ou encore le management.

Des marques, symboles de qualité, ont été mises en place pour valoriser ceux et celles qui s'engagent dans l'excellence du métier. La marque « Boulangers de France », par exemple, créée par la Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française, distingue les boulangers·ères·s s'engageant à respecter une charte de qualité en matière de fabrication artisanale, d'hygiène, d'accessibilité et de responsabilité sociétale. Elle pourra offrir la possibilité d'obtenir une certification valorisante et reconnue. Ce label donne aux consommateurs un repère fiable et aux boulangers·ères·s, un outil pour communiquer leur savoir-faire et leurs valeurs.



Susciter la vocation et recruter les talents boulangers de demain

Il est crucial de susciter des vocations au sein du métier de boulanger.ère et d'attirer de nouveaux talents.

Cela passe par des actions de recrutement innovantes, notamment à travers l'utilisation des réseaux sociaux et des médias, pour rendre le secteur plus visible et attractif.

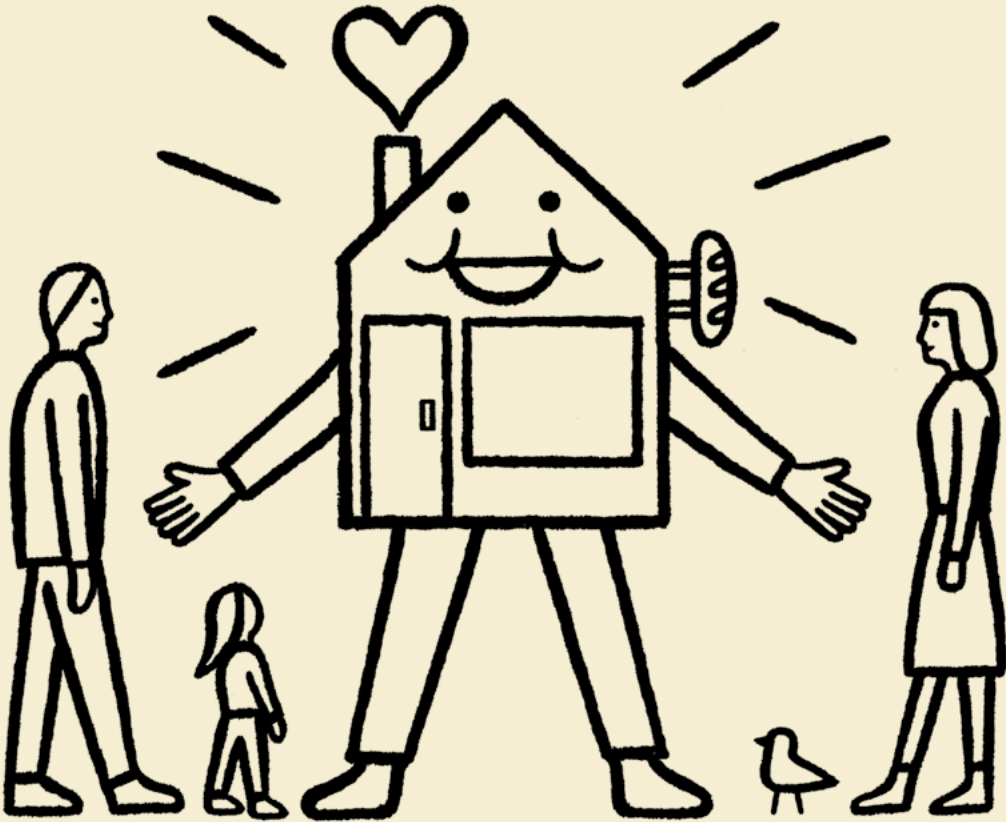
De plus, il est essentiel de favoriser un environnement inclusif et égalitaire, qui permet à toutes et à tous de s'épanouir dans ce métier, avec une représentation toujours croissante des femmes dans le secteur (+10 % de femmes dans le secteur depuis 2020).

Un investissement constant dans les innovations au service du savoir-faire boulanger renforce également l'argumentaire pour inspirer de nouvelles vocations.

Le métier évolue : le quotidien en boulangerie devient plus léger, restant physique mais moins éprouvant.

Des pétrins toujours plus performants permettent un contrôle précis de la pâte, des diviseuses et des façonneuses assurent une productivité accrue et une régularité exemplaire des produits et des équipements de contrôle des températures et de l'humidité permettent de maîtriser précisément la fermentation et de contrôler ses préparations, rendant donc les horaires de travail plus flexibles.

Il est essentiel de favoriser un environnement inclusif et égalitaire, qui permet à toutes et à tous de s'épanouir dans ce métier.



La boulangerie comme acteur du lien social et de la solidarité

Les boulangeries sont les commerces de proximité de tous. Elles jouent un rôle crucial dans le lien social au sein des communautés. Elles sont des lieux de partage et d'échange, où les artisans boulangers tissent des relations de confiance avec leurs clients, où tous les jours 14 millions

de « Bonjour » et 14 millions de « S'il vous plaît », de « Merci » sont échangés.

La solidarité doit être un pilier du secteur.

Donner et recevoir, sans jugement et sans stigmatisation, contribuer à une économie locale tout en soutenant les initiatives portées par les boulangeries sont les valeurs à promouvoir.

Tous les jours 14 millions de « Bonjour » et 14 millions de « S'il vous plaît », de « Merci » sont échangés.

Le partage équitable et la juste rémunération pour tous les acteurs

La boulangerie de demain doit garantir l'équité à chaque maillon de la chaîne, de l'agriculteur à l'artisan boulanger, en assurant une juste rémunération pour tous. Un écosystème où chacun est rémunéré à sa juste valeur est un écosystème durable. Le prix des produits doit être calculé en fonction et expliqué aux client·e·s.

Communiquer sur l'équité de la chaîne est essentiel à la sensibilisation du consommateur, mais aussi de l'artisan et de l'agriculteur, pour une prise de conscience générale sur le rôle de chacun dans la pérennité de la filière.

Une équité sur la chaîne



- | | |
|------------------|---------------------|
| ① Agriculteur | ④ Tout emballage |
| ② Transformateur | ⑤ Artisan Boulanger |
| ③ Distributeur | ⑥ TVA |

Un écosystème où chacun est rémunéré à sa juste valeur est un écosystème durable. Le prix des produits doit être calculé en fonction et expliqué aux client·e·s.

Il faut renforcer la solidarité au sein de la profession.

Pourquoi ne pas essayer l'ajout d'un pourboire ou le partage des dividendes en boulangerie ? Ces modèles de rémunération innovants permettraient de valoriser le travail des boulanger·ère·s et du personnel de vente, de participer à leur épanouissement personnel tout en soutenant la pérennité de l'entreprise. Pour le client, proposons des actions concrètes pour soutenir une économie solidaire, telles que l'ajout d'un pourboire sous forme d'arrondi, la promotion du système de la baguette suspendue et des Tickets de l'Amitié* en magasin, ou d'autres.

* en test





La pluralité et la diversité des acteurs de la boulangerie

La boulangerie doit s'ouvrir à une pluralité de modèles.

Que ce soit des boulangeries indépendantes, des chaînes ou des industriels, tous les acteurs doivent travailler ensemble pour tirer la profession vers le haut. Cela passe par une collaboration étroite entre les différents types de commerces, qui s'enrichissent mutuellement pour offrir une alimentation saine, de qualité, durable et gourmande.

La boulangerie de demain perpétue les formats existants: la petite boulangerie d'angle ou de quartier, la boulangerie située en périphérie sur un rond-point, ou encore les grandes boulangeries en province. Cependant, elle innove également en développant de nouveaux concepts, qui bousculent les frontières historiques entre cafés, restauration et boulangerie. Ces nouveaux formats renforcent la nature des boulangeries comme lieux de convivialité et de vie, avec des espaces aménagés pour s'asseoir et se restaurer sur place tout au long de la journée. La qualité du *snacking*, des plats cuisinés et des cafés de ces lieux ambitionnent de prendre une place prépondérante et d'être une véritable alternative aux *fast-foods*, mais pas que.

Pour aller plus loin, chaque boulangerie doit être un acteur responsable en participant à un écosystème durable.

Cela passe par le choix d'ingrédients respectueux de la planète, l'adoption de pratiques de fabrication qui préservent la santé des clients, et l'engagement concret des boulangers-ères pour la protection de l'environnement.

Dans cette dynamique, pourquoi ne pas envisager la création d'un fonds d'envergure pour soutenir le développement de la boulangerie artisanale?

Ce fonds pourrait mobiliser de nouveaux acteurs financiers, tels que des fonds d'investissement ou de *venture capital* dédiés, mais aussi des dispositifs existants comme ceux proposés par la BPI ou des fonds de garantie bancaire. La création innovante d'un tel fonds permettrait un soutien pérenne et ambitieux pour notre filière essentielle.

Faire ensemble **pour un avenir** **durable**

Le futur de la boulangerie repose sur une prise de conscience collective

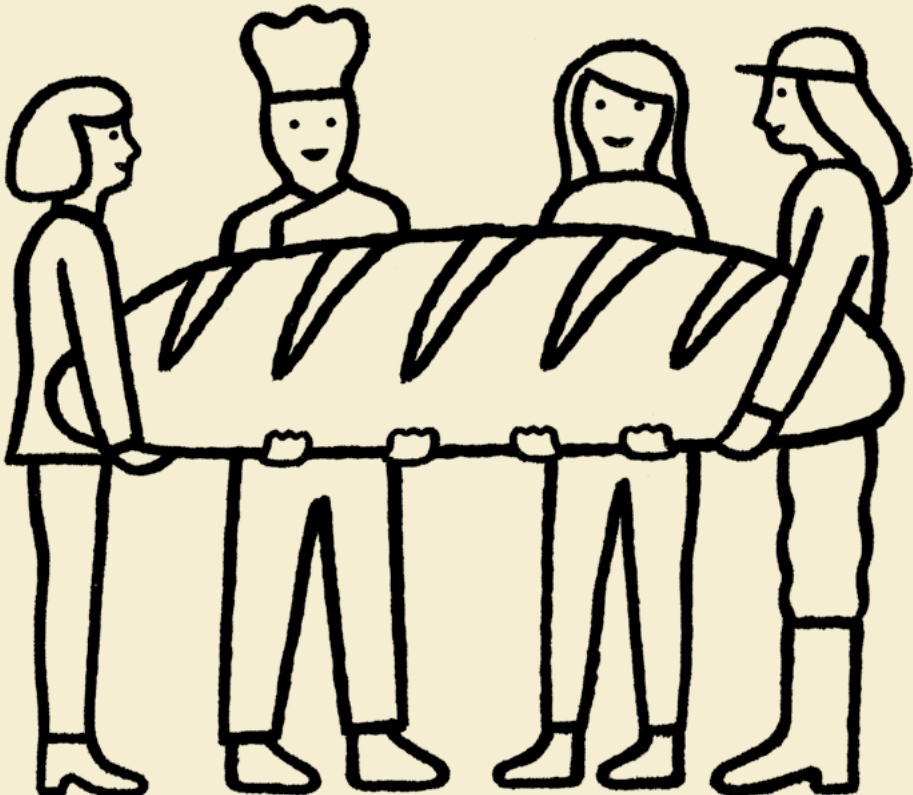
concernant les enjeux économiques, sociaux, environnementaux et de santé. Que l'on soit boulanger·ère indépendant·e, membre de chaîne ou acteur industriel, il est impératif de travailler ensemble.

La boulangerie de demain sera celle qui continuera à donner du plaisir

et de belles expériences à ses clients tout en évoluant dans un cadre responsable et respectueux des hommes, des femmes,

des territoires et de la planète. À chaque niveau — agriculteur, artisan boulanger et consommateur —, il est essentiel de soutenir et de développer des filières agricoles durables, de transformer des matières premières de qualité en produits sains, et de privilégier des achats dans des boulangeries engagées et transparentes.

Une relation forte et équilibrée entre les acteurs de l'écosystème transformera simplement et durablement nos modes de production et de consommation, afin que chacun, chacune, aujourd'hui et demain, du champ aux papilles, puisse contribuer à un avenir responsable, sain et pérenne pour la boulangerie.



Métier

30 000

artisans boulangers
indépendants en France



20% adhérents
à la Confédération
Nationale de la
Boulangerie-Pâtisserie
Française

200 000 personnes
employées
dans le secteur de la
boulangerie artisanale

29 000 apprentis
en boulangerie chaque
année

21 000 postes
à pourvoir

10 000 pâtissier·ère·s
8 000 boulanger·ère·s
3 000 vendeur·euse·s

20% des nouvelles
boulangeries
sont ouvertes à la suite
de reconversions



+10% de femmes en
formation boulangerie
depuis 10 ans

45% des CAP en
reconversion
sont des femmes



310 000 € HT
CA / an en moyenne

18 Mds €
CA annuel global des
boulangeries-pâtisseries
artisanales



17% du chiffre
d'affaires
en boulangerie provient
du *snacking*

Ingrédients

81% des boulanger·ère·s
citent la qualité des
ingrédients comme
étant le critère
principal du choix
d'approvisionnement



5 Mt de blé, seigle et
avoine écrasées par an
dont 63 % pour la
boulangerie artisanale

2° rang européen
et 10° rang mondial
pour la farine produite
par la meunerie française



7% des boulangeries
artisanales sont
enregistrées auprès
d'un organisme
certificateur
pour la commercialisation
d'un ou plusieurs produits
bio

80% des professionnels
s'approvisionnent avec
des produits français
pour le beurre, le lait
et les œufs. 25 % de
l'approvisionnement en
œufs se fait au niveau local

Volumes d'ingrédients
utilisés dans les 30 000
boulangeries artisanales
par an :

1 071 000 tonnes Toutes
farines confondues

135 000 tonnes Beurre

36 000 tonnes Lait

1 232 860 Œufs/jour
22 500 tonnes Œufs/an

9 000 tonnes Poulet

9 000 tonnes Jambon blanc

15 000 tonnes Emmental

Consommateurs



14M de transactions par jour

14M de « Bonjour », de « S'il vous plaît », de « Merci »

30 M de consommateurs par jour

450 clients/jour par boulangerie en moyenne



52% des Français achètent leur pain chez un artisan boulanger indépendant

Agriculture

+30% de bio-diversité dans un champ conduit en agriculture biologique

vs. conduit en agriculture conventionnelle



52% du territoire français est composé de surfaces agricoles



20 à 30% de plus prix que le consommateur est prêt à payer chez un artisan boulanger vs. en GMS industrielle ou chaîne



70% des Français sont prêts à payer plus cher pour des produits alimentaires durables

824 000 personnes vivent et travaillent dans les fermes en France



+15% de CA par hectare pour l'agriculture biologique vs. l'agriculture conventionnelle

Santé

0 pesticide de synthèse dans l'agriculture bio

-25% de risque de cancer chez les consommateurs réguliers d'aliments bio

-76% de risque pour les cancers des lymphomes, -34% de risque pour les cancers du sein. Cancers directement liés à l'utilisation de pesticides en ag. conventionnelle

-31% de probabilité de devenir obèse pour les mangeurs bio et -23% de probabilité de passer en surpoids



50% de la population française est en surpoids ou obèse

4300 cas de cancers en particulier des cancers colorectaux, en France liés directement à la consommation de nitrites



98% des Français ne couvrent pas leurs besoins en Oméga 3

3... comme Oméga 3 Acides gras essentiels, indispensables au bon fonctionnement de notre organisme, présents en quantités denses dans les produits Bleu-Blanc-Cœur



Ensemble, nous sommes plus forts !

Pour suivre la démarche, les initiatives (dont la création très prochaine du Podcast de la Boulangerie : le Podcast Pousse !), devenir membre de la Confédération, obtenir plus d'informations, mais aussi pour poser des questions, scannez le QR code suivant ! Renseignez vos informations et rejoignez la communauté.



Pour les boulangers·ères·s

5 actions pour nous engager
vers la boulangerie de demain

① **Nous sélectionnons et sourçons soigneusement nos ingrédients, en nous appuyant sur des professionnels et des réseaux de qualité existants :** non seulement pour la farine, mais aussi pour tous les autres ingrédients qui entrent dans la composition de nos produits, en privilégiant le local et la production française, les circuits courts, les démarches de qualité (labels Bio, Bleu-Blanc-Cœur) et de saison. Nous pouvons ainsi garantir une qualité de produit irréprochable et qui contribue à une meilleure nutrition et santé pour tous.

② **Nous nous formons pour monter en compétences grâce à la nouvelle plateforme de formation et d'emploi Pousse***, nous restons à la pointe des évolutions du métier aussi bien en ce qui concerne les méthodes de production et de management, que le digital, qui peut contribuer à la performance de nos entreprises.

③ **Nous encourageons des vocations et nous fidélisons nos salarié·e·s** en favorisant un environnement d'entreprise inclusif, égalitaire et qui soutient l'épanouissement et l'évolution de chacun·e.

④ **Nous pratiquons un prix qui reflète la qualité de nos produits pour garantir l'équité et la juste rémunération de chaque maillon de la chaîne, en commençant par l'agriculteur.** Nous sensibilisons nos clients à cette juste valeur pour une prise de conscience générale sur le rôle de chacun·e dans la pérennité de la filière et la santé de tous·tes.

⑤ **Avec nos actions et nos engagements pour la qualité, nous continuons de tisser une relation de confiance avec nos clients.** Nous sommes conscients de notre rôle dans l'économie locale et contribuons à créer du lien social dans nos communautés en tant que commerce de proximité.

Nous testons, nous innovons, nous essayons... nous participons au changement !

** en développement*

**La mission de
la boulangerie est
de proposer des
produits d'une
qualité irréprochable
tout en s'inscrivant
dans un écosystème
durable.**

Rédaction

Pascal Rigo

*Directeur général
du Fonds de
développement
de la CNBPF,
Zoé Toulouse*

**Coordination
éditoriale**

Marie-Laure Fréchet

Design graphique

Marge Design

Illustrations

Laurent Moreau

Impression

Média Graphic,
janvier 2025