32 000
exemplaires

Zepros BOUL-PAT N°2
Décembre 2025

zepros BOUL-PAT

boul-pat.zepros.fr

Nantes
pétrie de diversité

P.18



FILIÈRES

La haute pâtisserie change d'altitude

Face à un environnement concurrentiel et complexe, les spécialistes du sucré sont contraints à l'adaptation. Concentration, pain, café ou salé, les stratégies s'affirment… **P.8**



MÉTIER

Boulangerie, santé, nutrition : un trio gagnant

Pour inviter un pain plus sain et durable sur toutes les tables, méthodes, farines et formations se déploient dans les fournils. **P.28**



EN PRATIQUE

Les marques de boulangerie en mouvement

Face au développement des réseaux intégrés et franchises, les enseignes emblématiques de la filière se réinventent pour défendre leurs valeurs. **P.36**



FOCUS

BOULANGERIE, SANTÉ ET NUTRITION



Docteur Baguette et mister Hyde

La nutrition n'est plus l'affaire d'une poignée de références disséminées au sein de l'offre d'une boulangerie, mais s'impose comme un projet global, cohérent et fédérateur. C'est le message que tentent de diffuser les promoteurs de ce qu'ils considèrent être comme une voie de salut potentielle pour des milliers d'artisans boulangers, replaçant ainsi leur savoir-faire et leur engagement au centre des préoccupations de la filière. De quoi engager des transformations, parfois cosmétiques, parfois plus profondes, tout au long des nombreuses gammes qu'entretiennent aujourd'hui les professionnels du pain et de la gourmandise.

Dans l'imaginaire collectif, l'image du sportif consommant un généreux plat de pâtes avant une séance ou une compétition demeure solide. Pourquoi n'en serait-il pas de même pour du pain ? Cet aliment de base a été en première ligne face aux questionnements du grand public vis-à-vis du gluten, venant alimenter des doutes nés avec la prise de conscience sur les effets délétères de l'intensification des processus de production. Farines "blanches" et corrigées, pétrissages mécaniques longs et puissants, fermentations limitées à leur plus simple appareil… des pratiques qui auront laissé une empreinte encore visible dans le paysage de la boulangerie française. *« Le sujet de la nutrition avance chez les professionnels, notamment au sein d'une population d'artisans déterminée à aller de l'avant et à rechercher des partenaires de confiance, mais une polarisation se dessine dans le même temps. Une part notable d'entreprises ne veut malheureusement rien changer à ses pratiques »*, observe Caroline Masson, ingénieur en Sciences des aliments auprès de meuniers ainsi que de la filière boulangerie-viennoiserie-pâtisserie (BVP).

Prise de conscience

Pourtant, les réfractaires devraient être inspirés par la démarche bâtie depuis vingt ans au sein de l'association des Ambassadeurs du Pain. Constituée de boulangers aguerris et entretenant une forte proximité avec la matière première, la structure a très tôt questionné les recettes façonnant le quotidien de la filière. *« Nous rencontrons chaque jour des consommateurs exigeants sur des sujets tels que la transparence et la qualité nutritionnelle de leur alimentation. La boulangerie doit être en mesure de leur apporter des réponses, en refusant le nutri-washing et en misant sur son savoir-faire autant que des matières premières sélectionnées »*, défend

la consultante, convaincue que la nutrition n'est pas une punition. Cela est d'autant plus vrai que le savoir-faire rassemblé et sans cesse enrichi par les Ambassadeurs a permis de faire voir le jour à des méthodes revenant aux sources du métier, telles que Respectus Panis® (réduisant drastiquement le pétrissage et l'ensemencement par des ferments tels que la levure ou le levain), tout en devant progressivement plus accessibles et adaptées aux contraintes du terrain.

Un pain nourrissant et séduisant

Pour diffuser ce message, il devient alors nécessaire de changer l'image même de ce qu'est un pain au profil nutritionnel optimisé. Longtemps perçu comme un produit très typé, enrichi de graines et divers ingrédients, l'enjeu est de le dessiner dans les contours d'un aliment du quotidien, apte à offrir le même plaisir que les références "traditionnelles". *« Dans les années 1980, les farines "bises" (type 80 ou supérieur) proposées ne parvenaient pas à obtenir l'adhésion du public, aboutissant à un pain considéré comme trop gris »*, se souvient Caroline Masson. Aujourd'hui, grâce au savoir-faire meunier, associant sélection variétale, fins réglages des équipements de mouture et incorporation de composants aux riches qualités nutritives, il devient possible d'obtenir des pains aux mies lumineuses sans compromis sur leurs apports en fibres. *« En réalité, il serait caricatural de penser qu'il n'existerait qu'un seul pain nutritionnel. Nos efforts collectifs doivent s'orienter vers le développement de produits intégrant des ingrédients bons au goût, avec une teneur en sel réduite, et un travail poussé sur les fermentations afin de développer naturellement les arômes »*, poursuit l'experte, qui réalise régulièrement des sessions

SUITE PAGE 30



Souvent considéré comme l'un des pains les plus sains, le pain complet s'avère trop clivant pour être invité sur toutes les tables. Il devient alors nécessaire de trouver d'autres options pour intégrer des pains à haute valeur nutritionnelle dans les habitudes des consommateurs.



de formation en entreprise. Un beau projet qui doit parvenir à infuser au sein de la totalité des équipes : mieux nourrir la clientèle n'est pas une considération à faire porter par les seuls boulangers… bien au contraire. En permettant aux équipes de vente de s'emparer efficacement du sujet, il devient possible de mieux répondre aux attentes des clients… tout en affirmant l'identité de l'entreprise et en renforçant sa capacité de différenciation au sein d'un marché toujours plus concurrentiel : *« La compétence des collaborateurs en boutique est tout aussi essentielle que la qualité des matières premières. Les artisans peuvent réaliser des produits vertueux et qualitatifs, mais ils perdent tout impact s'ils ne sont pas justement valorisés. La nutrition doit être pensée comme un projet d'entreprise, améliorant la cohésion entre les équipes. »*



Légiférer pour rendre visible la démarche

Pour porter ces engagements et apporter aux professionnels les outils afin de clarifier les messages diffusés auprès de la clientèle, la possibilité de faire émerger un décret "pain nutrition" a été évoquée dès juillet 2023. La Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française (CNBPF) s'est engagée aux côtés des Ambassadeurs du Pain pour permettre au projet de prendre corps. Cela a abouti sur la naissance d'un cahier des charges, affiné au fil d'essais et d'échanges. Farines d'origine française (blé et/ou seigle) d'un type minimum de 80 obtenues à partir de grains stockés sans insecticide, taux de sel de 13 g environ par kilogramme de farine, absence d'additifs (y compris de gluten exogène), pétrissage de faible intensité, interdiction de toute surgélation… les standards ainsi déterminés s'accompagneraient d'une obligation d'étiquetage en boutique. L'objectif : faire de cette appellation un repère pour les consommateurs. Les boulangers pourraient y voir une contrainte supplémentaire ou une marche trop haute à gravir. *« Ce décret n'instaure pas une recette. Dans les riches gammes de pains spéciaux que développent les boulangers, de nombreuses références pourraient y prétendre, parfois en menant des modifications mineures, sur le taux de sel notamment. Certains des artisans avec lesquels je travaille comptent déjà 75 % de pains "nutritionnels" dans leur offre ! »*, témoigne Caroline Masson. Pour l'heure, le projet semble au point mort : non seulement l'instabilité politique latente retarde de telles évolutions réglementaires, mais une certaine frilosité des administrations (Direction générale de l'alimentation, Direction générale de la santé) aurait été constatée selon certaines parties prenantes de la démarche, avec une remise en question de la solidité de l'ensemble de par un manque supposé de preuves scientifiques.

Payer un peu plus cher pour un produit plus qualitatif

La volonté affirmée par une partie des boulangers de prendre soin de la population trouvera-t-elle réellement un écho massif au sein du public ? Les habitudes de consommation sont en effet particulièrement ambivalentes. Lors d'une enquête réalisée par Circana pour le compte du salon SIAL, 65 % des personnes dans le monde se disaient prêtes à payer plus cher pour des produits plus sains… mais la concrétisation en termes d'actes d'achat, comme en témoigne le succès des pains à bas coût en grande distribution, ou encore des divers produits moelleux garnissant les rayons de ces mêmes enseignes. Kantar estimait à la même période que 72 % des Français pensaient que l'alimentation pouvait représenter un risque pour leur santé. Cela laisse de la place à des acteurs engagés, pour peu qu'ils trouvent un équilibre entre engagement, accessibilité prix et lisibilité de l'offre. Dans leur mission, ils devront également contribuer à sortir le pain de la place de commodité qu'il occupe trop souvent dans les foyers du territoire.





Les Ambassadeurs du Pain ont réalisé à Paris en 2024 une démonstration autour du décret pain nutrition

FOCUS | FARINE

La Native, une farine pour rendre la nutrition accessible à tous


© Les Ambassadeurs du Pain

Derrière un simple nom se cache un projet inédit à l'échelle de la meunerie française. La Native introduit une nouvelle forme de coopération entre les Ambassadeurs du Pain et des moulins partenaires, qui seront chargés de réaliser une farine type 80 aux caractéristiques exceptionnelles en suivant le cahier des charges défini par l'association. Bellot Minoteries compte parmi les pionniers de cette aventure, en commercialisant d'ores et déjà la référence auprès de ses clients.

La meunerie serait-elle en train d'entrer dans l'ère de la co-construction ? Face aux enjeux de l'époque, autant environnementaux, sociétaux que sanitaires, ces entreprises ancrées dans leurs territoires font évoluer leurs positionnements respectifs pour intégrer des démarches de progrès allant plus loin que les filières qualité. Ils sont aujourd'hui sept meuniers à partager avec les Ambassadeurs du Pain cet état d'esprit d'ouverture et de remise en question permanente. *« En 2015, nous avons compris, à force d'échanges et de conférences, que le pétrissage était contre-productif sur le sujet de la nutrition. Respectus Panis® est né de ce constat, en préconisant un simple mélange des ingrédients, tout en obtenant des pains très qualitatifs. Sept ans plus tard, un constat s'est imposé à nous : nous savions parler de cette démarche… mais pas la vendre. Cela nous a poussés à retravailler la méthode pour la rendre plus lisible aux artisans et à bousculer notre commission R&D »*, se souvient Dominique Planchot, Meilleur Ouvrier de France Boulanger et président-fondateur des Ambassadeurs du Pain.

Chasse aux additifs

En complément, ce collectif de boulangers travaille sur le sujet du sel, avec l'objectif d'aller chercher l'allégation "à teneur réduite en sel" (le produit devant alors contenir 25 % de sel en moins que les références standard) sur ses recettes, sans forcément mesurer l'impact

SUITE PAGE 32



© Les Ambassadeurs du Pain



Réaliser une "baguette T80" avec La Native permettra de démocratiser le pain à haute densité nutritionnelle. La farine demeure néanmoins adaptée à bien d'autres applications, comme des pains spéciaux.

sur la panification. *« Nous avons été rapidement questionnés sur ce qu'est une farine native, puisqu'il s'agit d'un des piliers de notre méthode. Cela nous a permis de mesurer que ce type de matière première était une demande non adressée pour les artisans : la plupart des références contenaient des additifs ou des blés de force »*, poursuit le boulanger. Le défi de créer une nouvelle farine sur mesure, adaptée aux exigences des Ambassadeurs et permettant de fabriquer des pains peu salés mais naturellement savoureux, se dessine alors.

Des pionniers engagés pour la santé humaine

Louis-Marie Bellot, à la tête de l'entreprise familiale Bellot Minoteries, n'a pas hésité longtemps pour monter à bord de l'aventure. *« Quand Éric Chevallereau, l'un des initiateurs du projet La Native, m'a appelé, les contours étaient encore flous. Nous avions déjà le savoir-faire pour fabriquer de tels produits, qui se rapprochent de notre gamme "Brut de blé", développée pour satisfaire des clients souhaitant travailler des farines clean label. L'opportunité de travailler avec le fabuleux maillon de la filière que sont les Ambassadeurs du Pain était particulièrement séduisante »*, témoigne le dirigeant, qui a emmené avec force son entreprise vers une approche responsable afin de "nourrir l'avenir", comme le défend son slogan. Un travail d'échange et d'essais se met alors en place, amenant le meunier à *« apprendre de nouveaux éléments sur son propre métier »*. Des blés Oregrain ont notamment été sélectionnés chez Bellot pour obtenir une couleur dorée et une excellente longueur de pâte. Assemblage de semoules et germes de blé, subtilités dans les réglages du moulin… la farine type 80, systématiquement issue de blés CRC®, ainsi mise au point renouvelle profondément le genre. *« Quand les premières farines T80 étaient sorties, nous avions travaillé pour créer des références plus accessibles, avec des produits moins typés et une vraie recherche de goût… mais nous n'avions pas été aussi loin »*, confie Dominique Planchot, doté d'un ancrage dans la meunerie de par ses racines familiales.

Un bien meilleur bilan nutritionnel

La Native offre donc des caractéristiques adaptées pour le diagramme imaginé par les Ambassadeurs : cette farine moins forte que de nombreuses références du marché permet un lissage rapide et se prête parfaitement au travail sur levain naturel. Elle permet notamment d'obtenir des baguettes proches en goût de celles fabriquées à partir d'une farine T65… rendant ainsi le pain nutritionnel accessible à toutes les bouches. *« Travailler une telle matière première avec un taux de sel réduit permet d'obtenir des résultats surprenants : à 12 ou 13 g de sel par kg de farine, on obtient une pâte très différente. Le pain développe une mie plus fraîche, offrant une meilleure conservation et une plus faible déperdition d'eau à la cuisson »*, témoigne le MOF, qui a développé une gamme de produits réduits en sel depuis plusieurs années au sein de son entreprise. Les clients de Bellot Minoteries peuvent prendre part au mouvement, la farine étant disponible au catalogue du meunier. *« Nous allons réaliser des immersions avec nos forces de vente chez les Ambassadeurs du Pain, afin qu'ils maîtrisent tous les aspects de ce produit et de la méthode Respectus Panis®. Ainsi, ils pourront accompagner au mieux nos clients, qui pourront à leur tour s'approprier le dispositif. Également, des journées spécifiques traitant de la démarche et de ses intérêts seront organisées au sein de la Bellot Académie, avec des contenus destinés aux boulangers et à leurs équipes magasin »*, détaille Louis-Marie Bellot.

Une démarche partagée et ouverte

Sept meuniers sont d'ores et déjà investis dans le projet, avec une répartition du territoire déterminée par l'association des Ambassadeurs du Pain. D'autres acteurs manifestent activement leur intérêt. *« Nous sommes parfois trop concurrents dans l'univers de la meunerie. Il y a des sujets sur lesquels nous devons nous rassembler. La santé en est un »*, pense Louis-Marie Bellot. Chacun des partenaires sera contrôlé au travers d'une grille de panification spécifique, mais devra aussi partager une philosophie de travail. *« La Native ne doit pas devenir une démarche commerciale. Nous souhaitons aller au-delà du commerce, créer un collectif où les moulins pourront échanger afin de fabriquer cette farine en fonction de leurs contraintes techniques. Elle porte également un message fort : il est temps de sélectionner des blés moins forts, plus longs et plus gustatifs »*, défend Dominique Planchot.

Cette démarche atypique pourrait bien faire école et ouvrir la voie vers une approche plus collaborative pour nourrir d'insatiables appétits de changement. ●

La Native® des Ambassadeurs du PAIN

Le logo des Ambassadeurs du Pain restera toujours associé au nom La Native, afin de permettre à l'association de garder la main sur le dispositif.