



**15<sup>es</sup>**  
**RENCONTRES**  
**LA TOQUE**

magazine

**LA TOQUE**

**LUNDI 3 NOVEMBRE 2025**



magazine  
**LA TOQUE**

# Le marché de la boulangerie pâtisserie en 2025 : Un circuit qui réagit face à la crise

**strateg'eat**



# Rappel

## Objectifs & contexte

# Contexte

- La Toque magazine relance une étude nationale de la boulangerie-pâtisserie dans le cadre de ses rencontres de la Toque **pour mieux informer** ses clients annonceurs.
- En **partenariat avec Strateg'eat** pour collecter et analyser les résultats, cette étude a été menée auprès d'une **population de professionnels boulangers pâtissiers lecteurs de La Toque**.
- L'étude a été menée online entre le 01/10/2025 & le 18/10/2025 sur **plus de 160 boulangers pâtissiers**.
- Les questions portent sur des sujets génériques propres à leur activité et lorsque cela semblera possible des tendances seront évoquées par rapport à la dernière vague réalisée en 2022. Plusieurs points résonnent sur de nombreuses questions posées en 2024...





# Rappel

## Contexte de marché

# La boulangerie est un marché en croissance

## Résultats 2024

**29 500  
boulangeries**

-2,9%

Résultats 2012

**30 400  
boulangeries**

**12 700  
millions euros**

CA Moyen : 431 600 euros

+44%

**8 800  
millions euros**

CA Moyen : 288 000 euros



# Réalités de marché : la boulangerie artisanale se concentre



En 2022,  
**82 enseignes**  
de plus de 3 unités

Environ **2 400 unités**

Pour un CA d'  
**2 milliards d'euros**

## Enseignes : Top 10



À fin 2024  
**123 enseignes**

de plus de 3 unités

**+50 %**

Environ **3 600 unités**

**+50 %**

Pour un CA de  
**3,6 milliards d'euros**

**+80 %**

# Des sites de + en + gros (CA moyen par établissement en €)

... dont la boulangerie artisanale



3 830 000/ets



3 530 000/ets



3 050 000/ets



2 310 000/ets



1 440 000/ets



1 270 000/ets



1 230 000/ets



1 180 000/ets



1 140 000/ets



690 000/ets



610 000/ets

# Il faut également observer... les petites chaînes émergentes



**BO&MIE**  
BOULANGERIE CREATIVE

copains

Mamatte  
BOULANGERIE  
CAFÉ

URBAN  
BAKERY

JEFFREY  
**CAGNES.**  
PARIS



**LE PAIN DU GONE**  
*Bien fait pour vous !*

— THE —  
**FRENCH  
Bastards**  
les boulangers

Land&Monkeys

BOULANGERIE D'HÔTES

chez  
**Jules**  
boulanger et pâtissier

**PANE & VIVO**

Le pain qui fait du bien

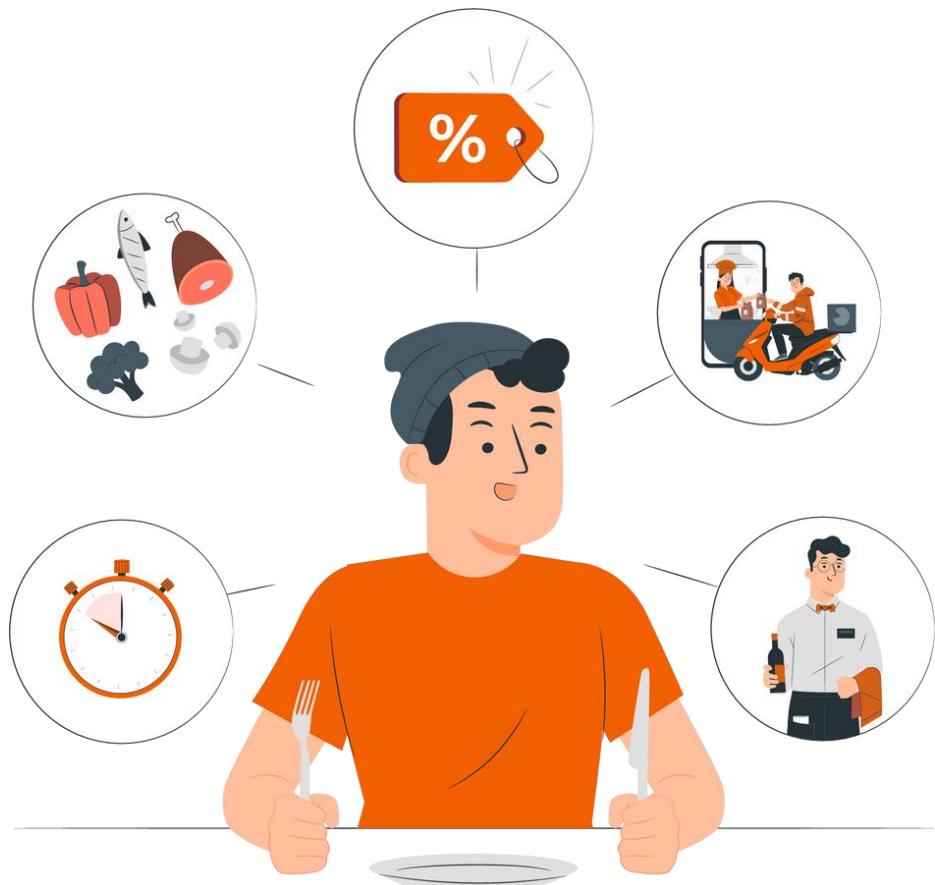


# Résultats détaillés

La boulangerie se situe  
dans un panorama de  
segments de marché  
qui sont tous des  
concurrents / sources  
d'influences  
potentielles...

... IL N'Y A JAMAIS EU  
AUTANT DE CHOIX...





... et dans le même temps, la baisse de trafic est identifiée sur de nombreux secteurs : restauration assise, restauration rapide et même BP.



Face à un  
consommateur...  
... qui veut tout  
à tous les  
instants

Un **accueil**

Choisir un **canal**  
de vente

Avoir des  
**avantages** dès la  
première visite

Du **gourmand**, du  
**lâcher-prise** et du  
**healthy** en même  
temps

Vivre **une expérience**  
**insolite** ou un moment  
de sérénité

Être reçu comme **un**  
**prince** mais sans  
protocole



Ne pas être limité  
**par un horaire**

Découvrir de  
**nouvelles propositions**  
pour ne commander  
généralement  
**que les basiques**

Avoir le choix de  
prendre **un vin access**  
pour avoir envie de  
prendre **une bouteille**  
**plus chère**

Un plat du jour servi  
dans une **vaisselle**  
de restaurant étoilé

# La boulangerie reste toujours le lieu préféré des Français !



**Une  
boulangerie**

**2025**

**2024**

**48 %**

**52 %**

**Une  
pizzeria**

**40 %**

**51 %**

**Un  
fast food**

**30 %**

**41 %**

# Méthodologie de l'étude

- Etude quantitative online sur 120 boulangeries-pâtisseries réalisée en 2025
- Étude administrée et analysée en Octobre 2025
- **Focus uniquement sur les boulangeries pâtisseries**
- L'échantillon est pertinent pour la lecture mais pas pour les évolutions au « point près ». Juste la tendance d'évolution sauf sur les données numériques, comme les prix, qui sont toujours pertinentes avec un petit échantillon
- Les tendances représentées sont proches de la représentativité de marché mais une lecture par grande région est impossible



L'échantillon permet de comprendre certaines réalités/ évolutions de marché, mais est complétée par le feedback et le recul des études précédentes et de l'expertise de Strateg'eat sur ce marché...



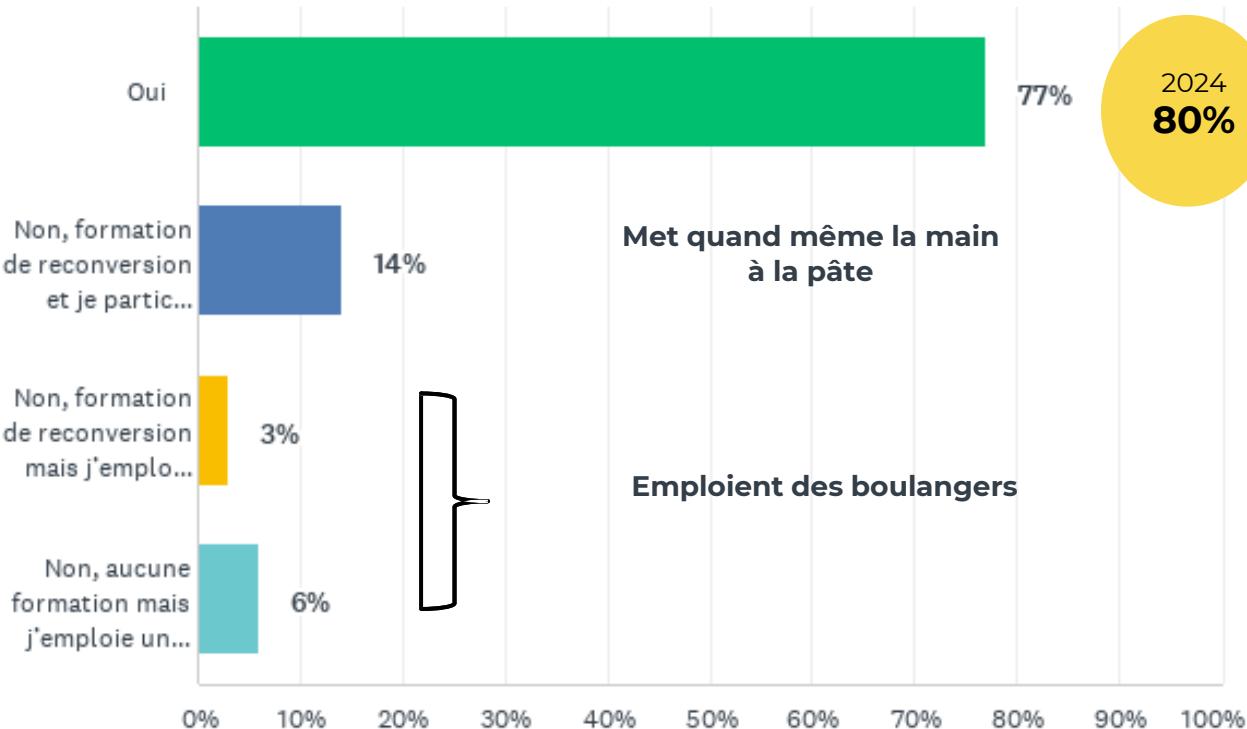
# Résultats détailrés

PROFIL ET PERFORMANCES

# Profil de l'échantillon

Sample : 160 répondants

Q4 : La boulangerie / pâtisserie est-elle votre métier d'origine ?

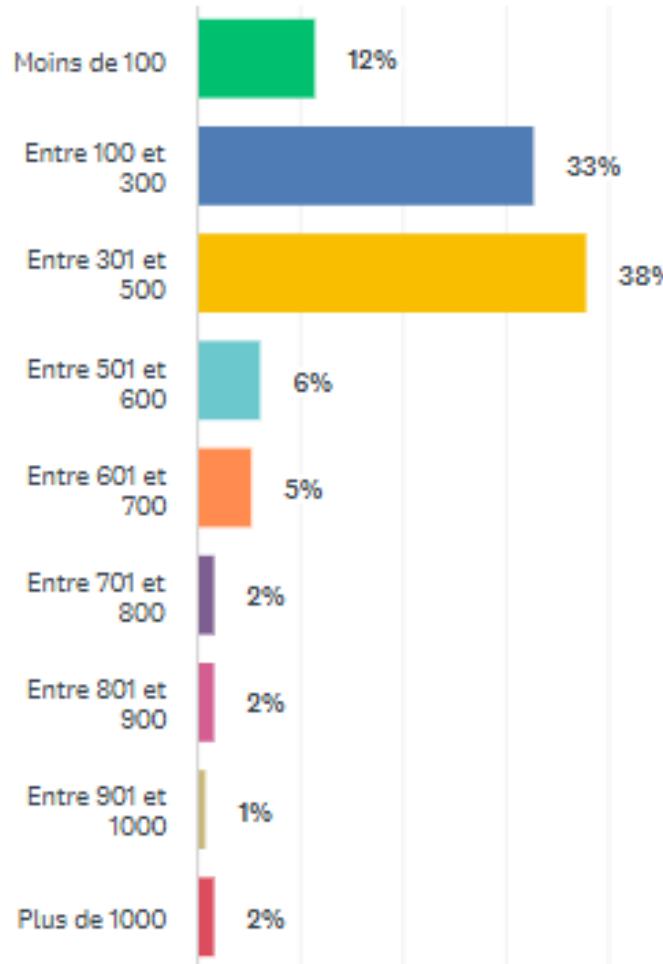


Le poids des autodidactes ne cesse de progresser au fil du temps.  
Pour rappel : 85 % en 2022. Il n'y a plus de barrières pour devenir boulanger car la boulangerie se diversifie...



# Profil de l'échantillon

Nombre de clients moyen/jour



**343 clients en moyenne**

- 3,4 %

Rappel 2024 :  
355 clients en moyenne



**Panier moyen de  
6,53 € par client**

+ 2,8 %

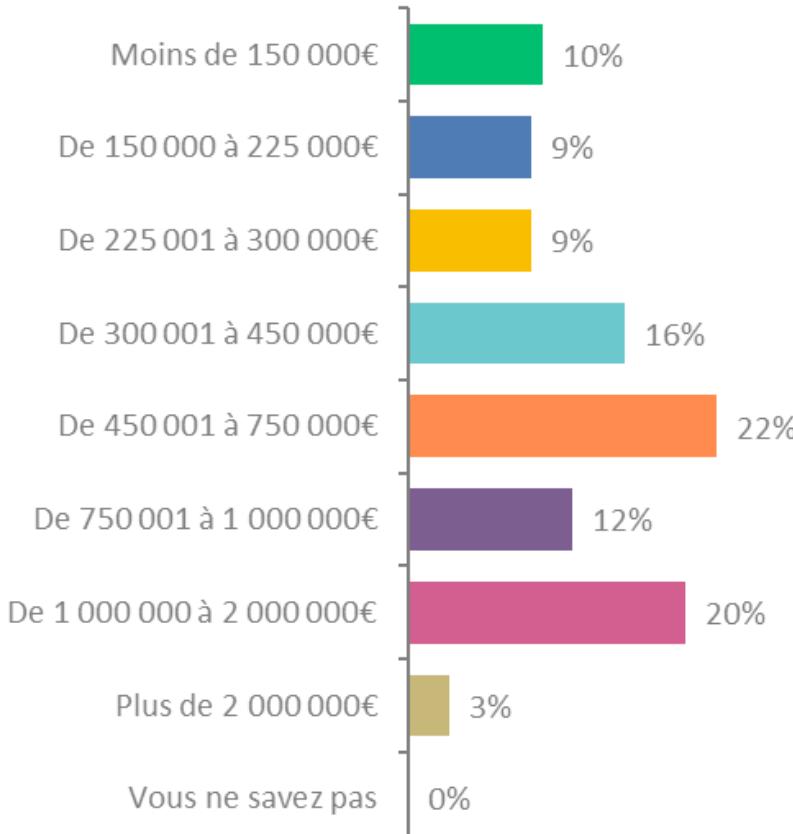
Rappel 2024 :  
Panier moyen de 6,35 €

# L'activité la Boulangerie

Sample : 120 répondants

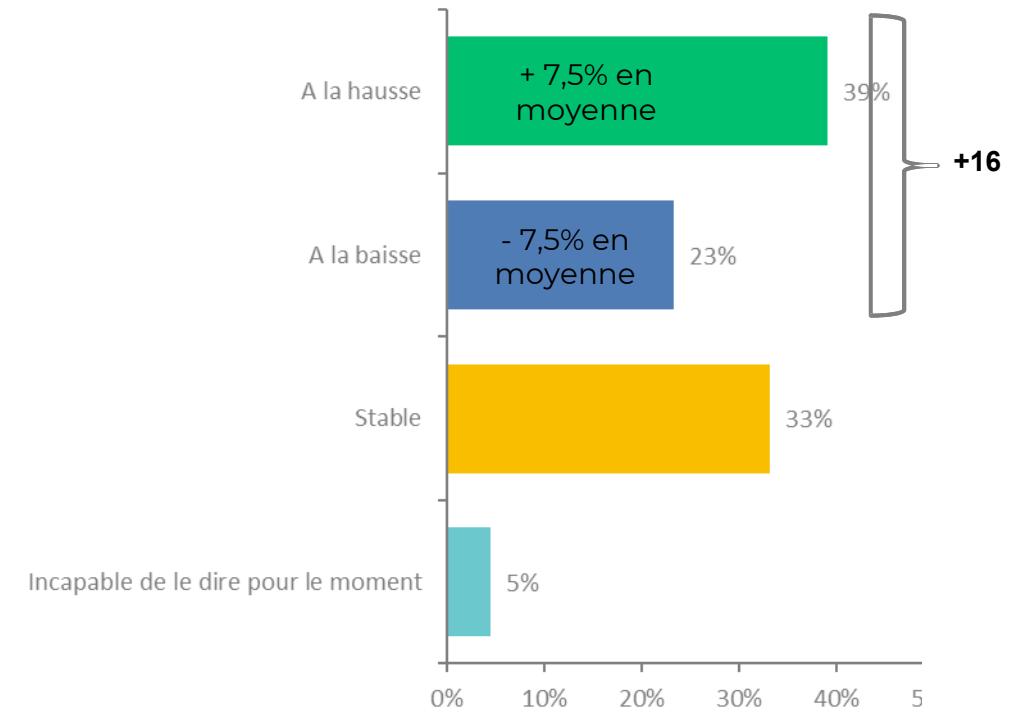
Q7 Pour l'année 2024 qui vient de s'écouler quelle est la tendance d'évolution de votre chiffre d'affaires par rapport à 2023?

CA moyen de l'établissement



**632 900€ de CA TTC**  
Une **progression de 2,3 %** qui ne traduit par une période de croissance mais de stagnation face à un trafic qui baisse et des prix qui augmentent avec l'inflation, l'augmentation des coûts matières, de l'énergie et des charges...  
CA 2024 : 618 500€

Croissance du Chiffre d'affaires



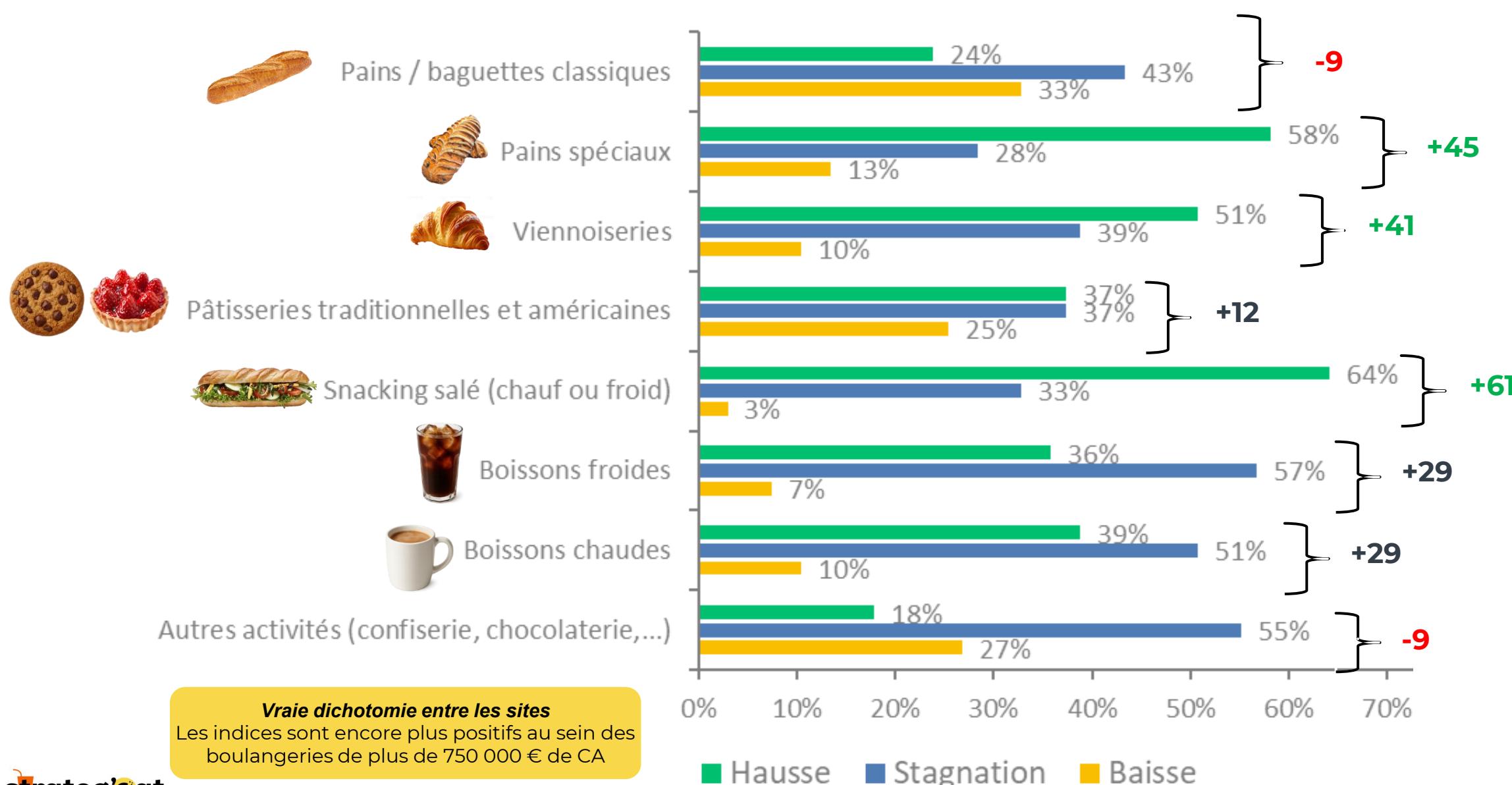
**Indice très positif de +16**

Un CA en très forte évolution sur 2024 qui traduisait un métier toujours en croissance mais qui semble démontrer des premières traces de ralentissement

# Tendance d'évolutions à la hausse ou à la baisse

Sample : 120 répondants

Q8: Sur les activités suivantes, pouvez-vous donner une tendance d'évolution à la hausse ou à la baisse ?



# Nombre de produits dans la gamme

Q9: Pour avoir une idée de votre assortiment, combien de variétés différentes proposez-vous en moyenne par jour hors temps forts de l'année ?

	% qui en proposent	Nombre de produits
Baguettes		96% <b>4,9</b>
Pains spéciaux		96% <b>8</b>
Sandwichs		87% <b>8,9</b>
Quiches, pizzas, fougasses, tartes salées...		91% <b>6,7</b>
Pâtisseries familiales (gros gâteaux à découper)		93% <b>11,9</b>
Pâtisseries individuelles (tartes, entremets, éclair, paris brest...)		78% <b>5,7</b>
Pâtisseries américaines (cookie, donut, Brownie)		91% <b>3,9</b>
Gâteau de voyage (flan, brioche, cake, macarons,...)		96% <b>6,6</b>
Viennoiserie		95% <b>9,4</b>

**Un assortiment qui a vocation à se réduire au fil des années pour optimiser & concentrer sa production.**

**Pour autant, un établissement de plus de 750,000 euros est identifiable par une gamme d'approx 10% supérieure sur les Pains spéciaux (10 en moyenne) Sandwichs (10 en moyenne) Pâtisseries individuelles (12,7 en moyenne) Viennoiserie (10,3 en moyenne)**

Cela peut signifier qu'il y a plus de produits sur les présentoirs des boulangeries avec des CA élevés ou tout simplement plus de rotations durant l'année pour s'adapter aux attentes des consommateurs en innovation et habitudes saisonnières mais aussi pour orienter le parcours consommateurs en fonction des produits présents : A la recherche d'un produit aux couleurs adaptés aux produits déjà présents, adaptés aux attentes d'une formule gourmande, etc..

# Quelques figures

5 à 6 centimes d'€ en moyenne d'augmentation sauf pour l'expresso dont les ventes ont considérablement grimpé



Votre baguette



Votre sandwich



Votre croissant



Votre éclair au chocolat



Votre cookie le plus vendu



Votre café espresso

2025

1,23 €

4,78 €

1,34 €

2,88 €

2,22 €

1,42 €

77 boissons chaudes vendues par jour en moyenne

2024

1,18 €

4,23 €

1,18 €

2,82 €

1,40 €

2022

1,09 €

4,00 €

1,04 €

2,41 €

35 boissons chaudes vendues par jour en moyenne

BOULANGERIE - PÂTISSERIE



# Résultats détailrés

PRODUITS PROPOSÉS

# Il a la formule...

---

**88 % des répondants ont une formule déjeuner**

**62 formules déjeuners vendues par jour**

**7,88 € la formule la plus vendue**

**84 % des répondants ont une formule pour le petit déjeuner**

**Sur 334 clients/jour : pénétration de 19 % des clients de la formule déjeuner**

**Un sandwich hors formules est vendu 4,78 €**

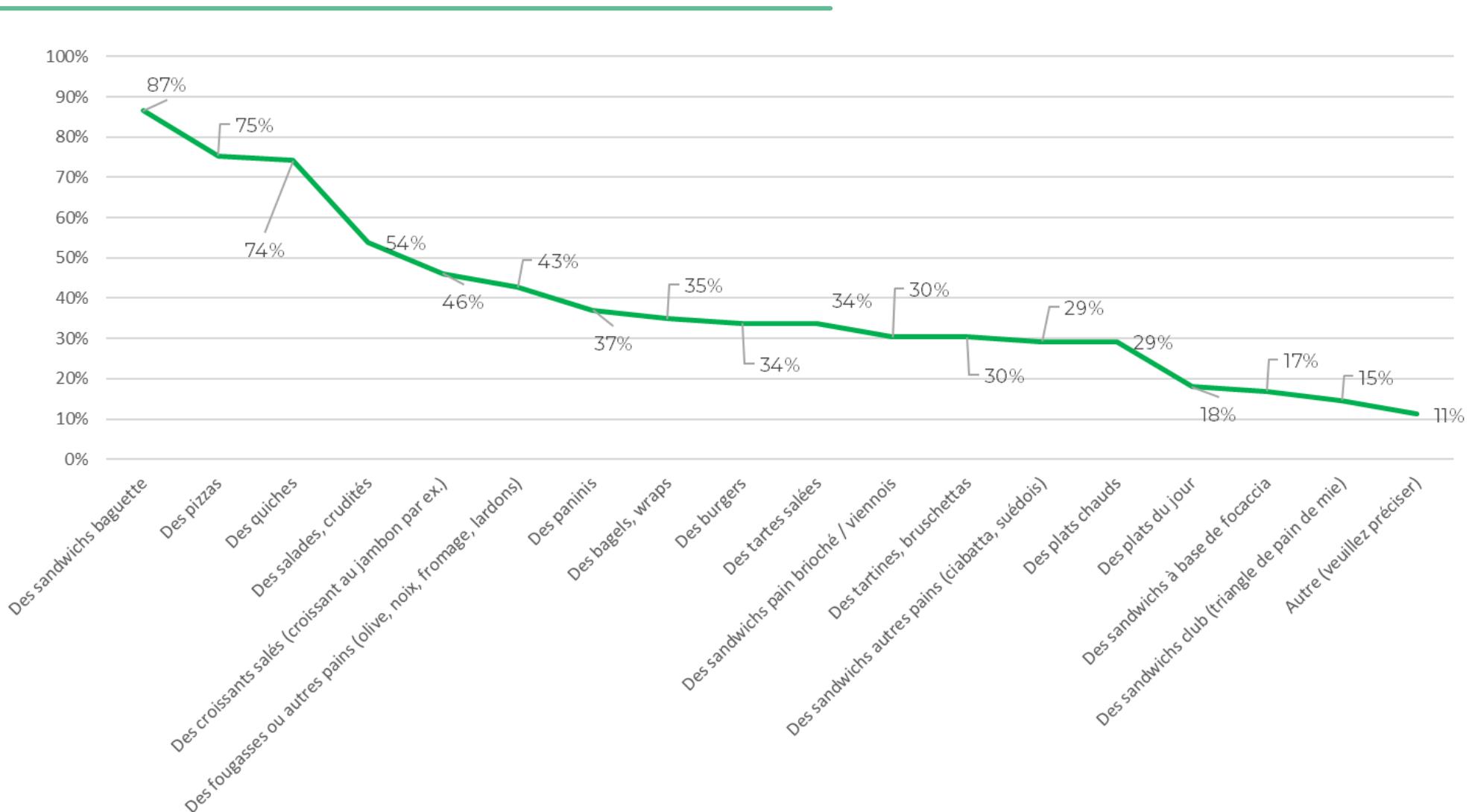
**1,8 formule petit-déjeuner en moyenne**

**Sur 78 sandwiches vendus par jour (avec ou sans formules)**

La formule reste de loin, la grande priorité en termes de vente, elle pourrait ouvrir sur le soir. Cependant, dans le contexte de crise, on identifie lors d'échanges avec des boulanger que l'on a de + en + de consommateurs qui veulent des formules minimalistes, voire le sandwich uniquement !

# Une place significative pour le « show »

Q13: Quelles sont les denrées de snacking salé que vous proposez à vos clients pour le déjeuner ou pour des encas salés ?

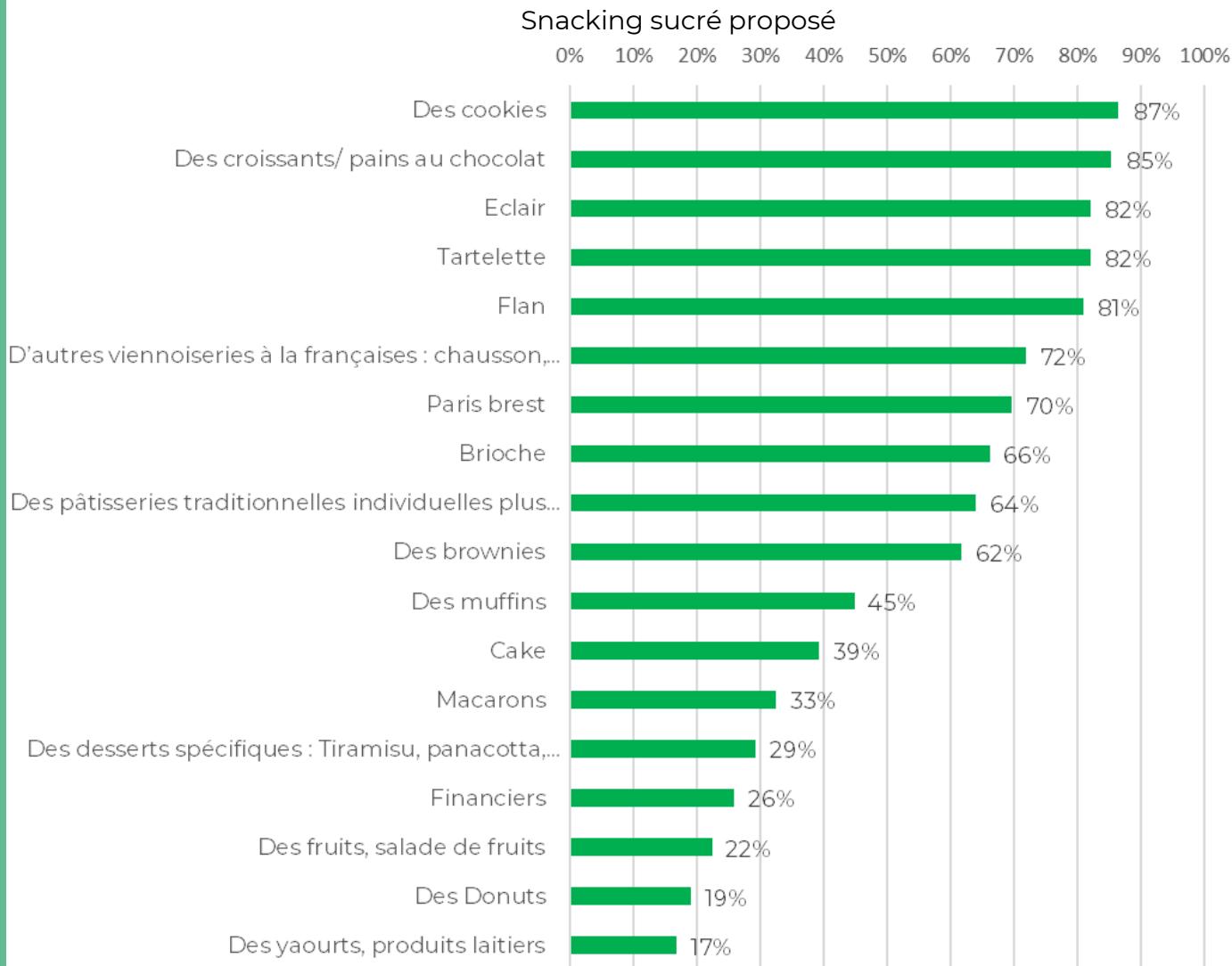


**Le consommateur a besoin de bcp de variétés et veut trouver au-delà d'une offre de sandwichs des propositions « comfort food » qui donnent envie de faire une vraie pause et qui anime en plus la proposition du midi**

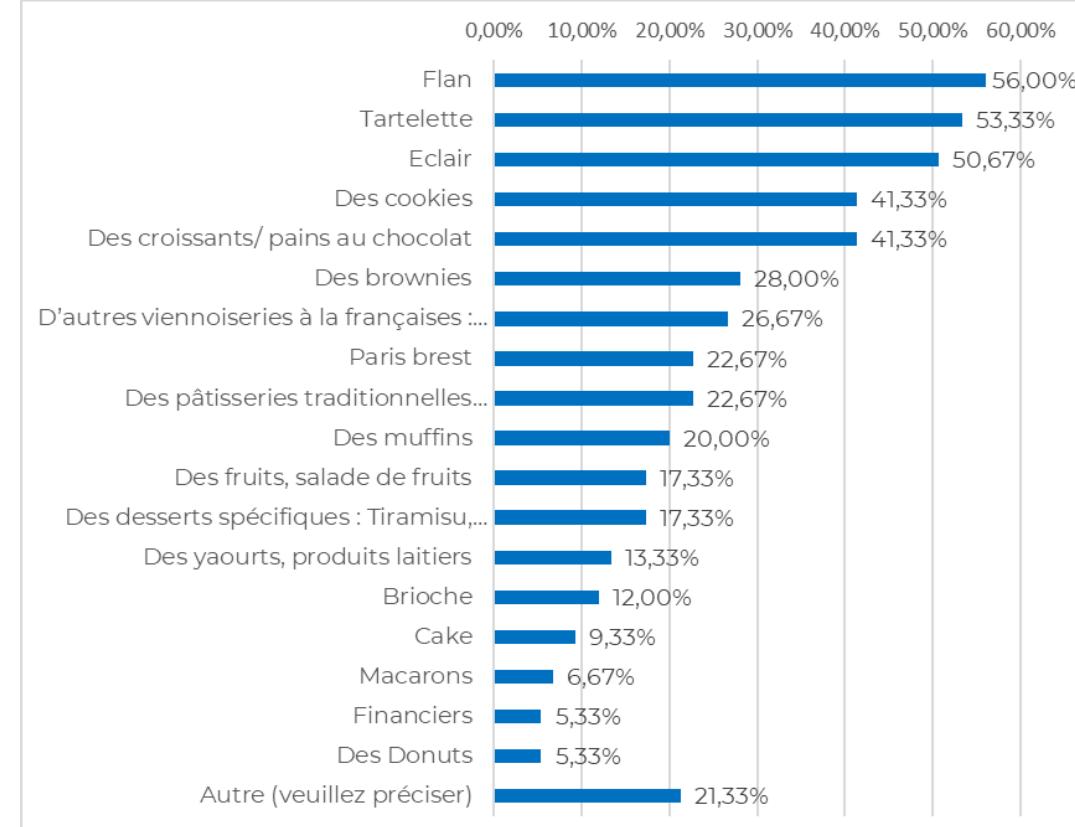
# Et du sucré pour tous les instants...

Sample : 88 répondants

Q14. Quelles sont les denrées de snacking sucré que vous proposez ?  
&  
Q22. Parmi les denrées de snacking sucré que vous proposez, quelles sont celles que vous incluez dans votre formule déjeuner ? (sur la base des produits sélectionnés à la question précédente sur les denrées sucrées) ?



## Snacking sucré inclus dans la formule déjeuner



# La boisson chauffe

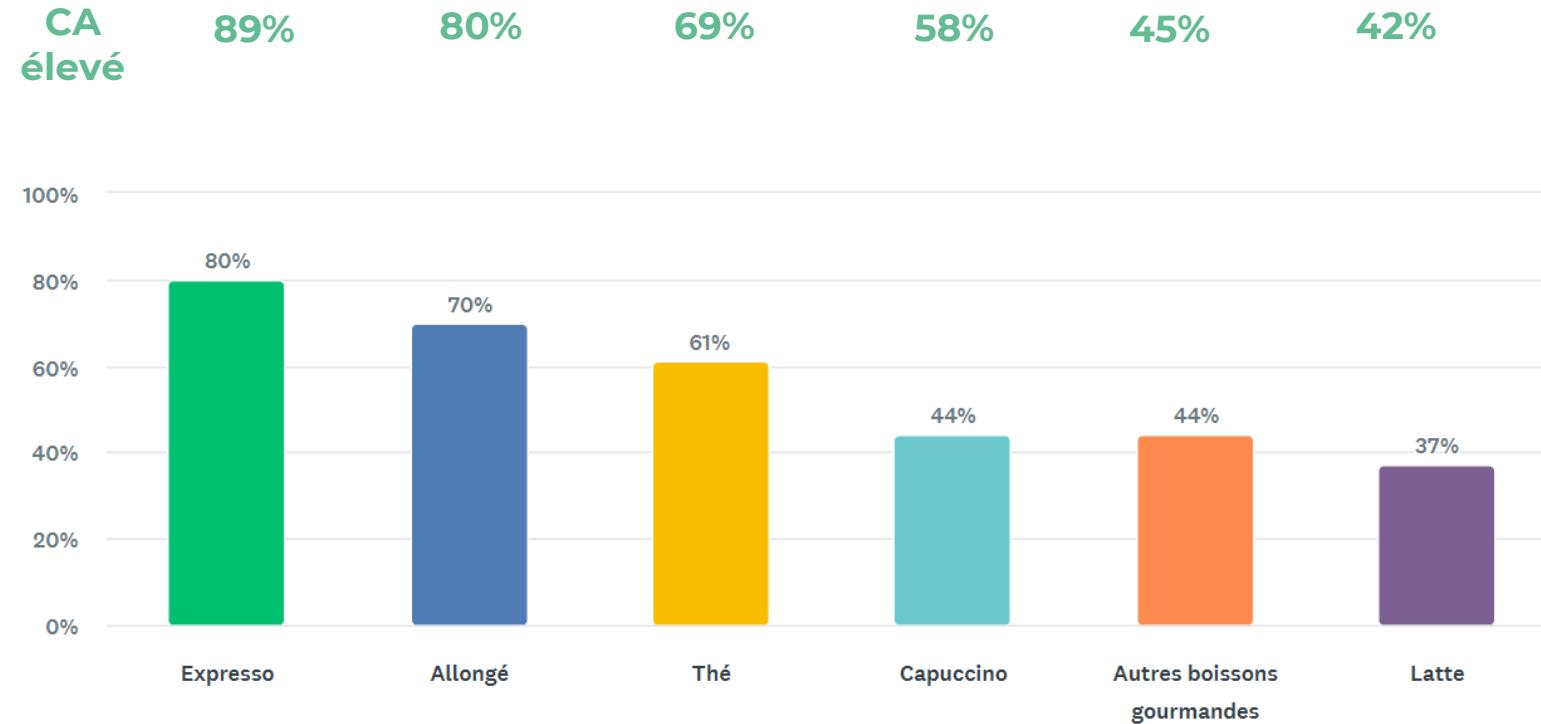
Q18: Quelles sont les boissons chaudes que vous proposez à vos clients ?



**Expresso toujours autour des 1,42 €**

**77 boissons chaudes vendues par jour en moyenne**

**+120 % vs 2022**



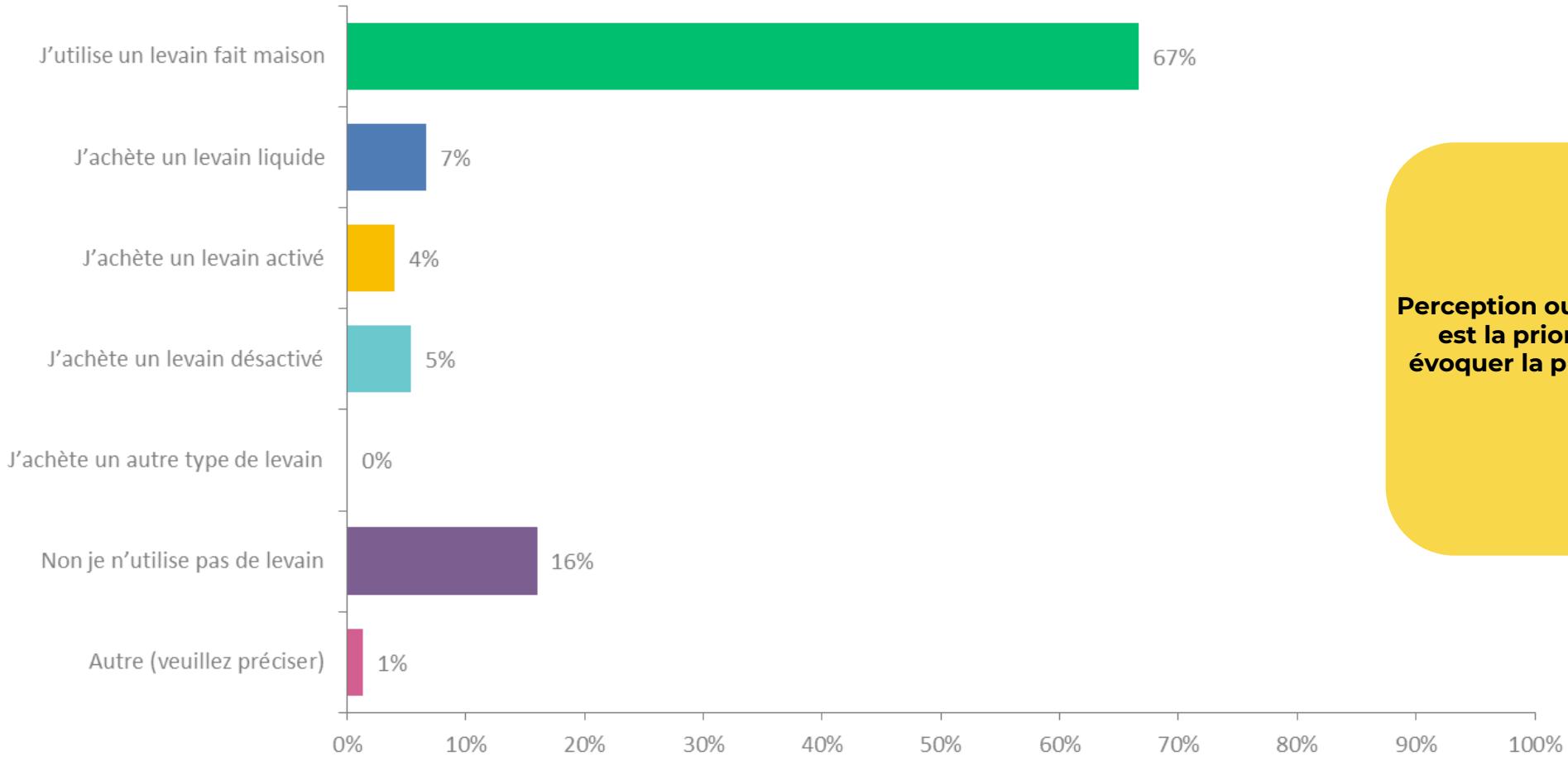


# Le Levain

## Les grandes réalités des boulangers

# Usage du levain

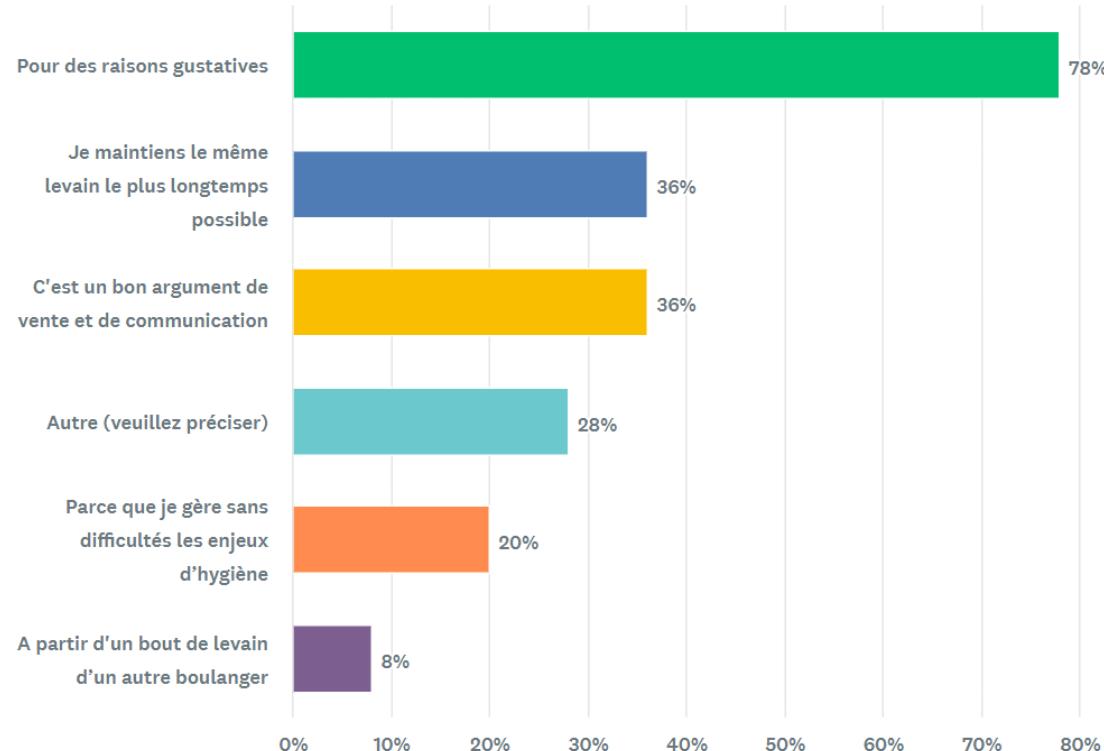
Q23: Utilisez-vous du levain ? (Plusieurs réponses possibles)



**Perception ou réalité : le levain fait maison est la priorité du boulanger qui peut évoquer la production de pains au levain naturel**

# Usage du levain

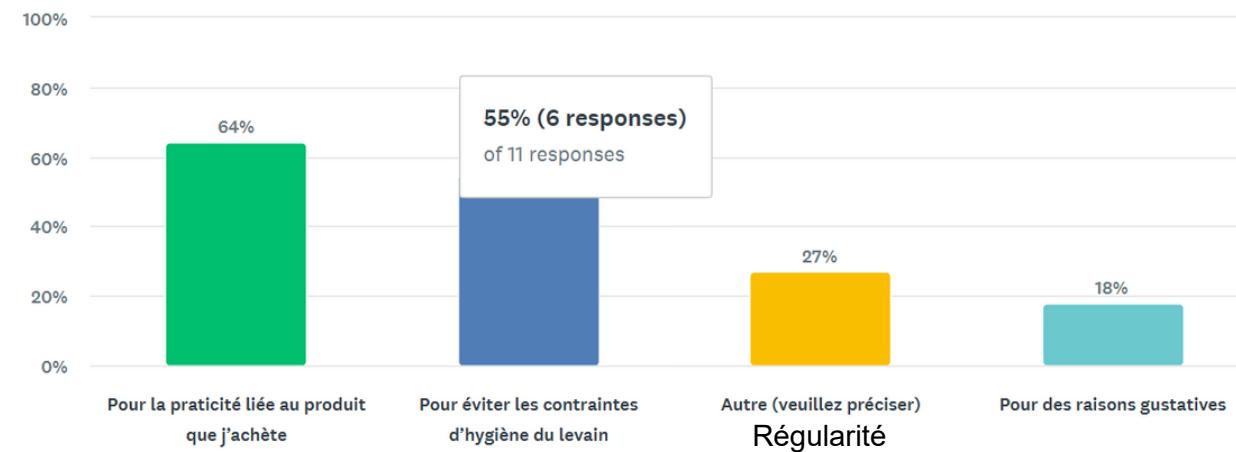
Q24: Pourquoi est-ce que vous utilisez un levain naturel ?



Q25: Pourquoi achetez-vous votre propre levain ?

Pourquoi achetez-vous votre levain ?

Answered: 11 Skipped: 146



J'utilise un levain fait maison d'abord pour le goût et pour le respect des traditions.  
J'achète mon levain car c'est d'abord plus pratique et plus hygiénique !

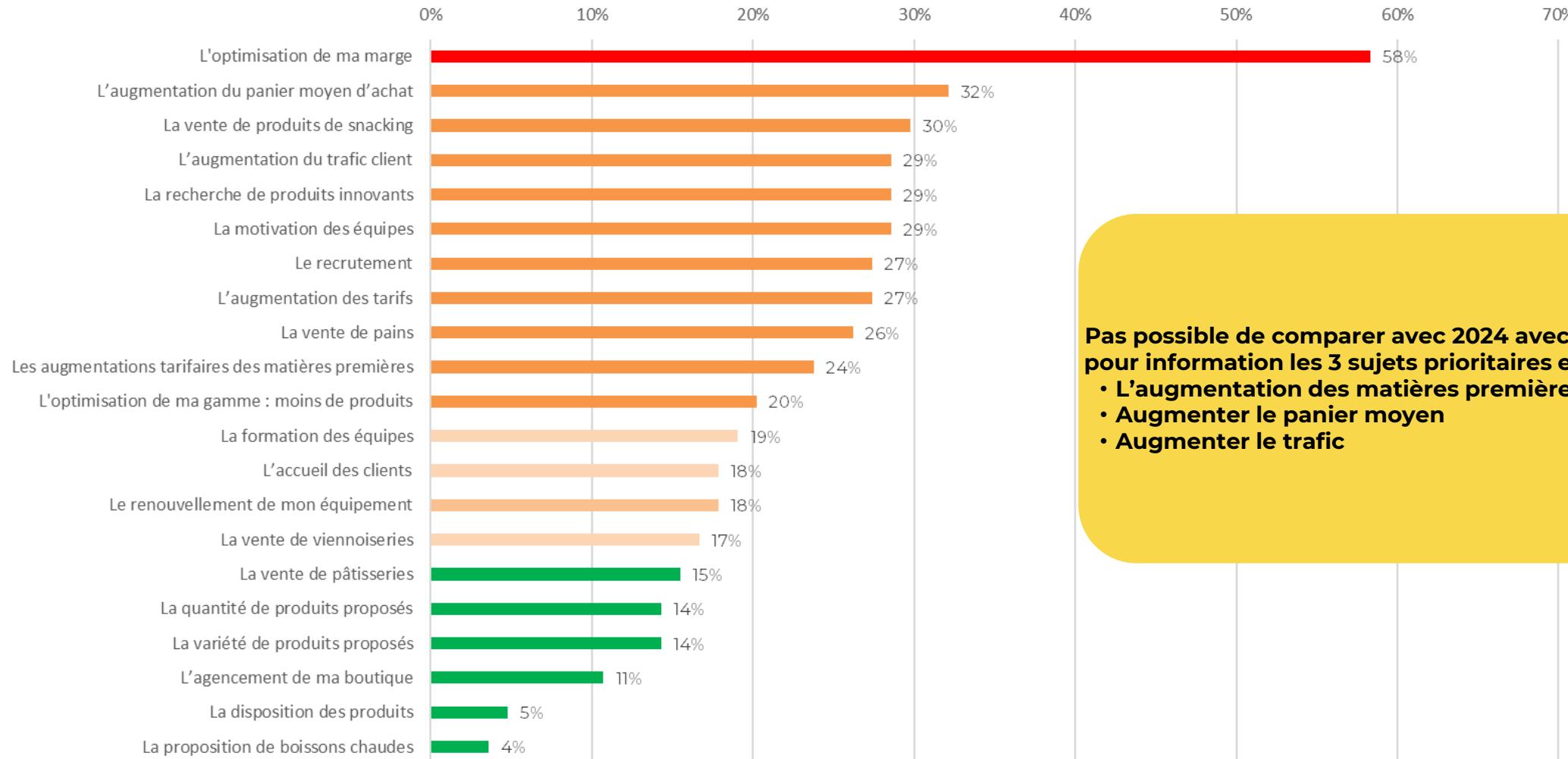


# Résultats

Détaillés : principales préoccupations

# Priorités dans les challenges

Q27: Parmi les critères que vous avez choisis, quels sont les 3 plus importants ? (vous ne voyez donc que la liste des réponses précédentes)



**Pas possible de comparer avec 2024 avec précision, mais pour information les 3 sujets prioritaires en 2024 étaient :**

- L'augmentation des matières premières
- Augmenter le panier moyen
- Augmenter le trafic

# Un peu de détail sur les challenges (réponses ouvertes)

- **Survivre économiquement** (coûts, marges, trésorerie)

« Survivre ! Trop d'augmentation et trop de charges. »

« Honorer les factures, les salaires et charges... l'investissement en dernier, ce n'est plus une priorité. »

- **Recruter et former** pour stabiliser les équipes

« Le recrutement de professionnels et l'équilibre travail/temps libre. »

« La formation en centre devrait être jumelée avec la formation en entreprise. »

- **Maintenir ou relancer les ventes** (clients, panier moyen)

« Augmentation du chiffre d'affaires pour payer mieux les salariés. »

« Faire face à la crise économique qui touche nos clients et voir comment modifier notre gamme. »

- **Préserver la qualité et la relation client**

« La qualité des produits et la qualité de l'accueil, avec la motivation des équipes. »

« Chouchouter le client. »





# Conclusions

Et bilan sur les  
enjeux de demain...

# Les réalités de la boulangerie

- Les métiers se transforment mais la boulangerie reste au centre des préoccupations
- Les prix augmentent principalement sous l'effet de l'inflation. 2025 n'est pas une grande année pour la boulangerie mais sur un secteur qui a su se transformer au fil des années et qui encaisse plus facilement la crise
- Le snacking continue de s'étoffer comme tous les instants -> Booster par la boisson chaude
- On a plus de chances de croiser un jeune de moins de 25 ans prendre son petit-déjeuner en boulangerie Vs un café restaurant -> Changement de prisme de consommation
- Dans le même temps tout devient coffee shop
- La solution économique prévaut mais le plaisir continue d'exister en boulangerie
- La marge reste toujours un sujet d'actualité, bien au-delà du trafic -> Produits et solutions générateurs de marges -> De vraies préoccupations qui tendent le métier



Boulangeries

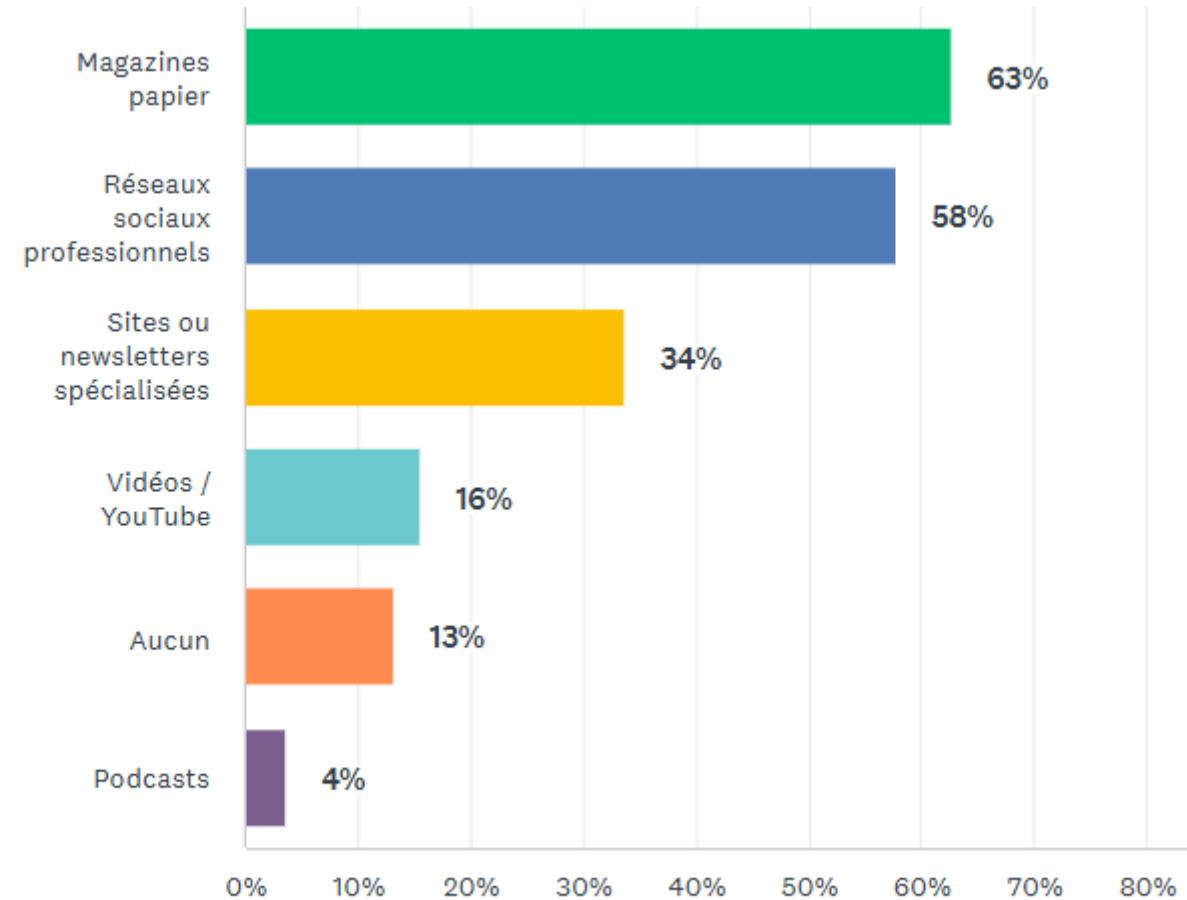


# Attentes

d'un fournisseur  
comme La Toque

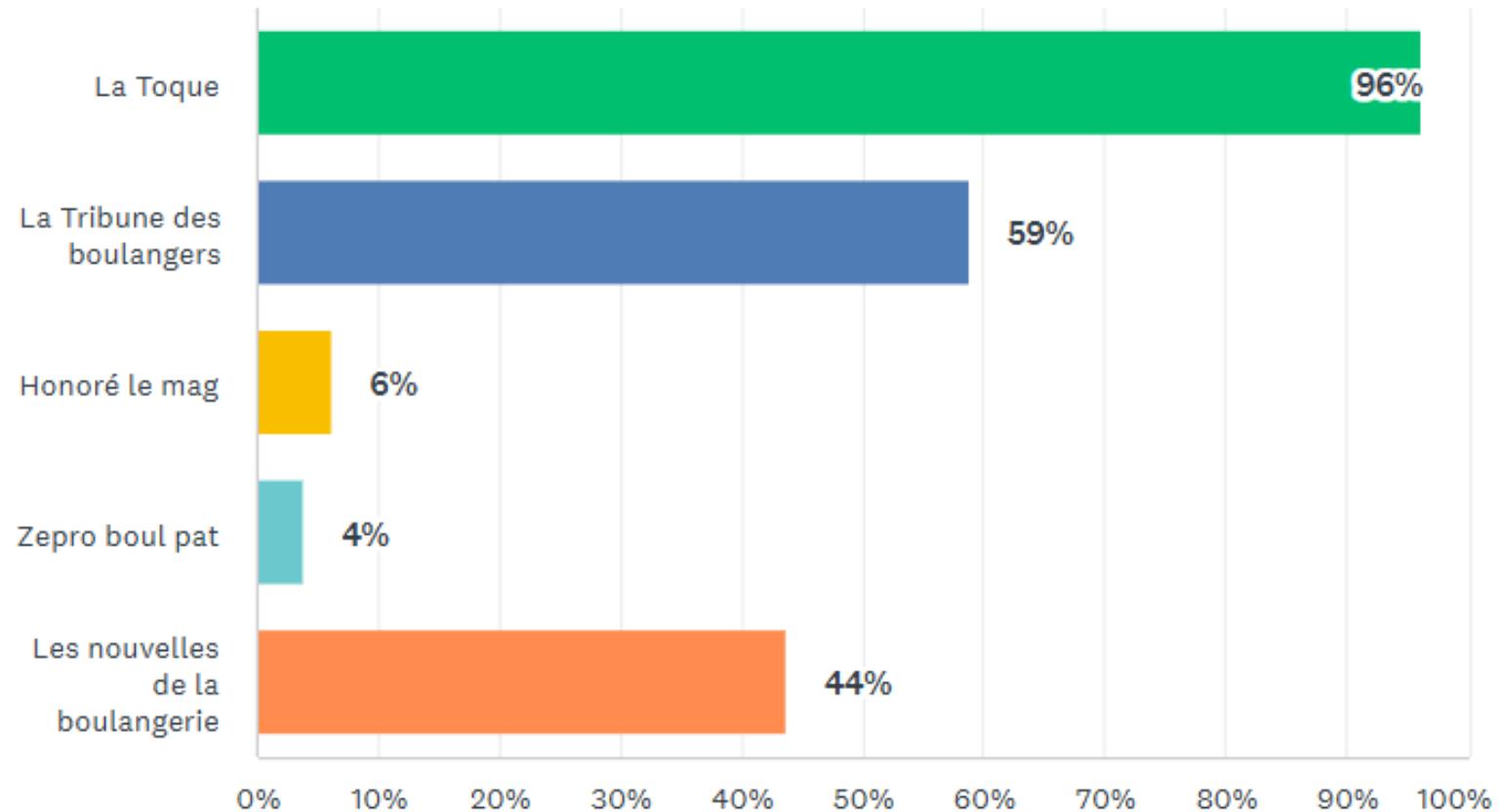
# Principaux médias pour s'informer

Q30 : Quel(s) média(s) utilisez-vous le plus pour vous informer sur votre métier ?



# Les titres lus...

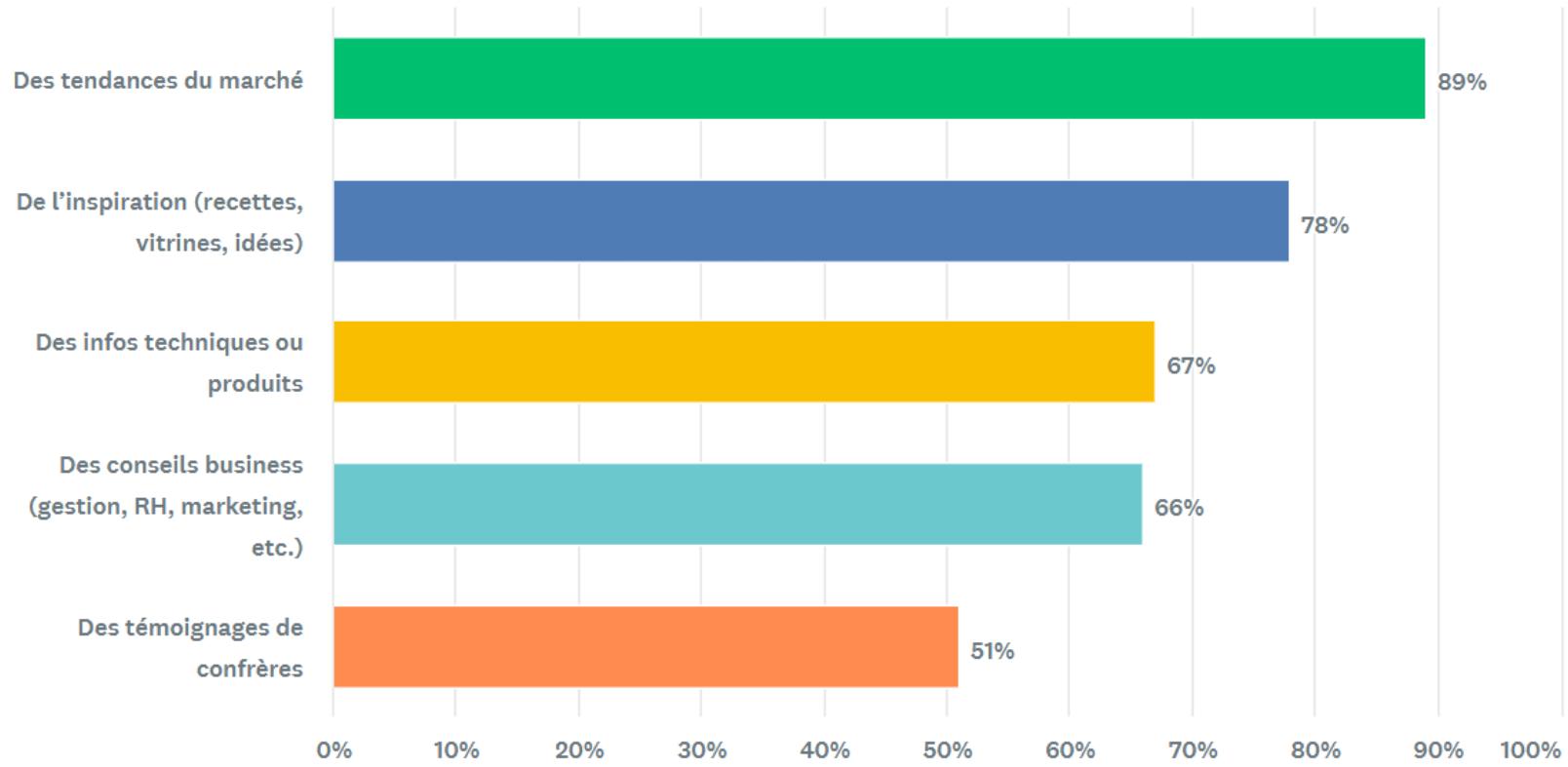
Q31 : Quel(s) titre (s) de presse professionnelle lisez vous ? ?



# Vos attentes principales d'un journal comme La Toque

Sample : 79 répondants

Qu'attendez-vous principalement d'un média professionnel comme La Toque ?





Nicolas NOUCHI : 06 98 90

42 01

[nicolas.nouchi@strateg'eat.fr](mailto:nicolas.nouchi@strateg'eat.fr)