



# *Quelle place pour les produits céréaliers dans l'assiette ?*

*Focus sur la boulangerie*

**Pascale Hébel**, Directrice associée C-Ways

**Laura Sissmann**, Cheffe de projet

---

27 mars 2026

## Enseignements principaux

### Des tendances de consommation tournées vers le sain et le made in France

Le concept du « One Health » a gagné les consommateurs depuis le Covid. La prévention santé se recentre sur l'assiette, plus individuelle et pilotée qu'auparavant, avec une quête de richesse nutritionnelle dans le choix des aliments.

La question de la souveraineté a pris de l'ampleur et le choix de produits Français ne faiblit pas depuis. Le Made in France est la tendance la plus forte en 2026.

### Le contexte économique favorise la consommation de produits céréaliers

Après une période marquée par une forte inflation et la montée concomitante de l'insécurité alimentaire, les tensions se relâchent et les volumes alimentaires repartent à la hausse.

Dans un contexte où la compétitivité du prix reste en tête des critères de choix, les produits céréaliers font partie des grands gagnants de ces dernières années en conjuguant accessibilité prix et praticité

### Les produits céréaliers et en particulier de boulangerie tirent leur épingle du jeu

En 2024, les sandwiches et produits de panification développent fortement leur place dans l'alimentation des Français. Les produits à base de céréales complètes restent minoritaires au sein de la catégorie mais bénéficient de l'engouement sur les fibres et affichent une nette progression.

Le pain est consommé à hauteur de 76,2 g/j par les enfants (dont 23% via des sandwiches) et 103,7 g/j par les adultes (dont 17% via des sandwiches). La baguette est le type de pain le plus consommé chez les enfants (34,8 g/j) comme chez les adultes (47,6 g/j). Le pain est majoritairement consommé lors du déjeuner puis du dîner.

Le pain fournit 12% de l'énergie journalière chez les enfants et 15% chez les adultes. Il constitue la première source de glucides au sein du blé tendre (19% des apports journaliers chez les enfants et 26% chez les adultes), de protéines (resp. 10% et 13%) et de fibres (resp. 15% et 22%). Le pain contribue par ailleurs à 10% des apports journaliers en fer chez les enfants et 16% chez les adultes, ainsi qu'à 12% des apports journaliers en vitamine B1 chez les enfants et 15% chez les adultes.





1

## Tendances 2026 : santé et made in France

2

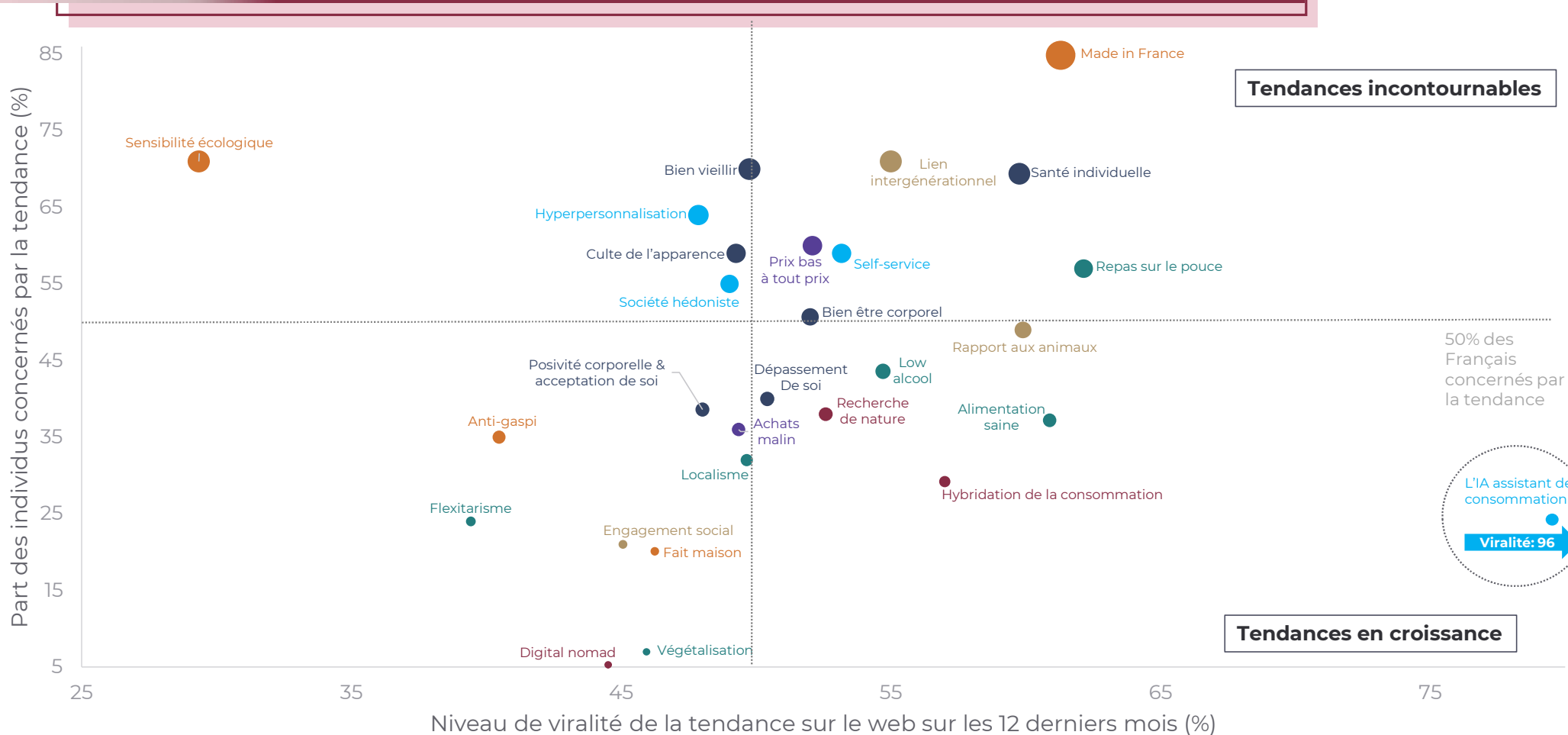
Les produits céréaliers, atouts des consommateurs dans la maîtrise du budget

3

Une place prépondérante des produits de boulangerie dans les apports nutritionnels

# En 2026, tendances qui sous-tendent la consommation alimentaire

TREND SHAKER







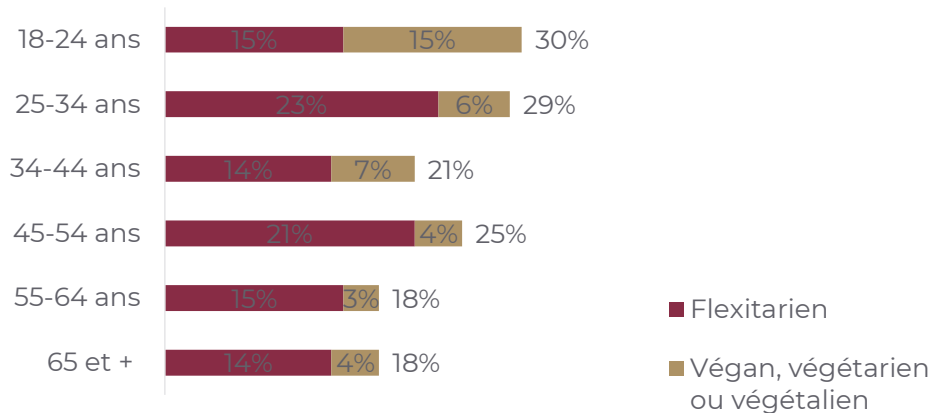
## Une GenZ qui se tourne davantage vers la nutrition et la végétalisation

Question ouverte : Si je vous dis « alimentation saine et durable », quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit... ? (mots caractéristiques des 18-24 ans)



Êtes-vous...

Base : 2000 individus



Une croissance de la végétalisation portée par les nouvelles générations

**19%** de la génération Z suivrait un régime sans viande, contre seulement 4% des Baby Boomers<sup>1</sup>

**49%** des 18-24 ans déclarent consommer des plats tout prêts sans viande occasionnellement vs 31% pour l'ensemble de la population (17% en 2018)<sup>3</sup>

## La vision de l'alimentation saine et durable des 65 ans et plus : le modèle agricole et l'origine

Question ouverte : Si je vous dis « alimentation saine et durable », quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit... ? (mots caractéristiques)

Base : 2000 adultes de 18 ans et plus

65 ans et plus  
Hommes



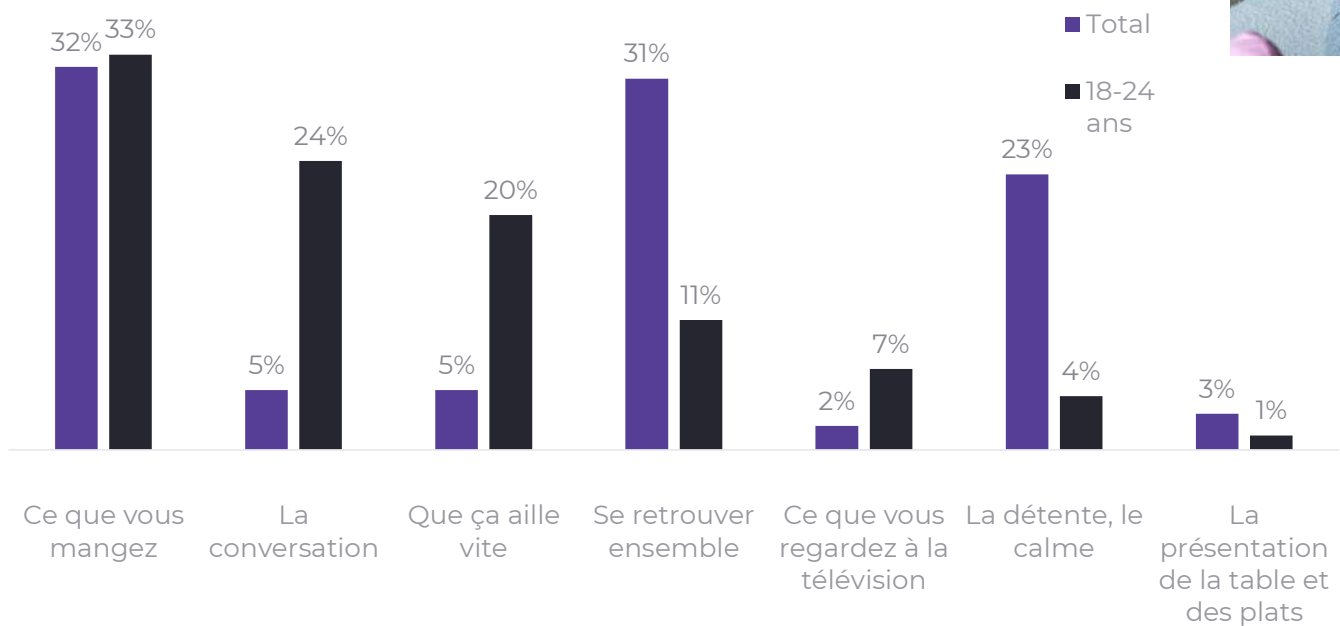
« Produits biologiques, de circuits courts, sans pesticides, sans OGM, agriculture raisonnée »  
Homme, Région parisienne, 65 ans et plus

« Produits naturels, agriculture raisonnée, biologique, ou sans pesticide, fruits et légumes de saison et sans gaspillage », Hommes 65 ans et plus, région Nord, ancien ouvrier

## Gen Z : besoin de rapidité et d'efficacité, avec moins d'invitations chez soi

Qu'est-ce qui est le plus important quand vous dînez le soir chez vous

Base : 2000 individus de 18 ans et plus



Vous arrive-t-il de recevoir des gens à déjeuner ou à dîner, chez vous ?

71%

-3pt  
Vs Pop  
totale

D'un repas exceptionnel avec entrée, plat et dessert en 1988, à une alimentation axée sur les produits sains, fruits et légumes en 2025, l'évolution traduit une responsabilisation individuelle fondée sur des normes de prévention santé

Question ouverte : Pour vous, qu'est ce que « **bien manger** », Citer au moins 5 mots... ? (mots les plus fréquents)

Base : 2047 répondants

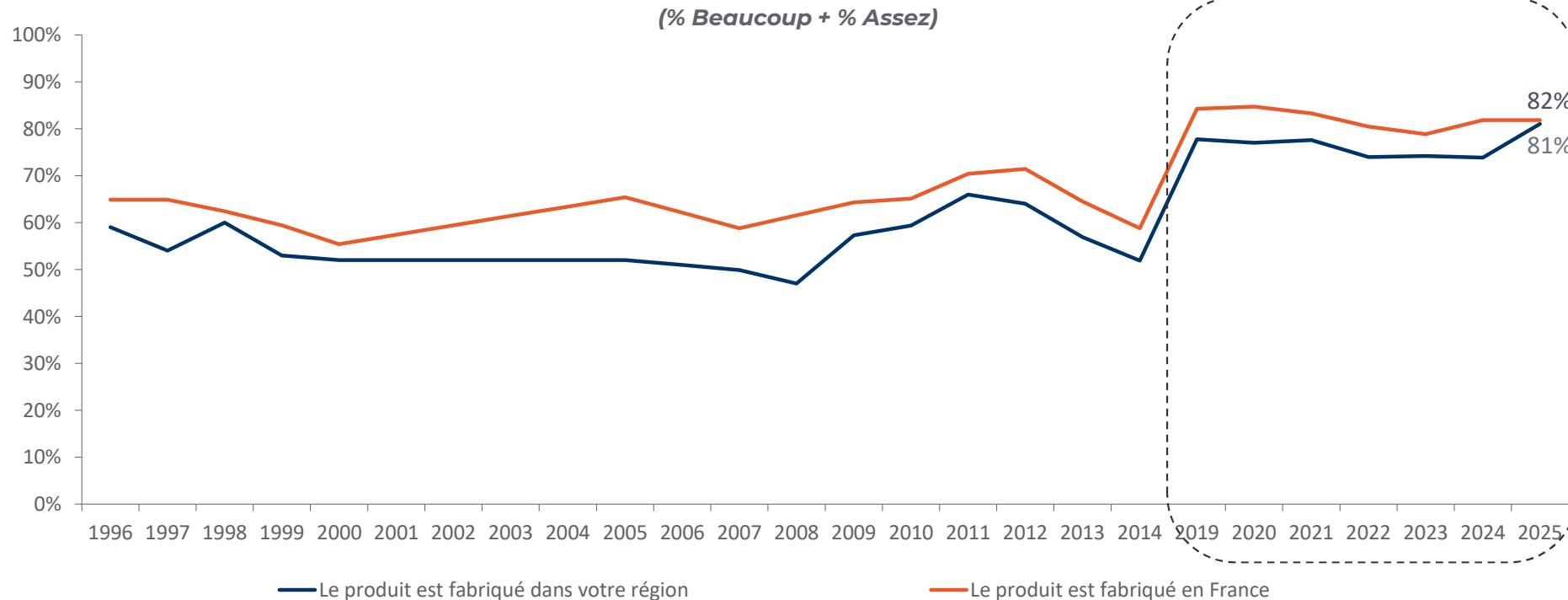


## Made in France et Made in région : une montée en puissance depuis 2019

Q. « Voici plusieurs raisons d'acheter des produits alimentaires emballés vendus en grande surface. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous personnellement, elle vous incite beaucoup, assez, un peu, pas du tout à acheter un produit.

Cela vous incite-t-il à acheter un produit si : **le produit est fabriqué dans votre région ? Le produit est fabriqué en France ?** »

 2 047 répondants en 2025





1

Les attentes santé au cœur de l'assiette

2

Tendances 2026 : santé et made in France

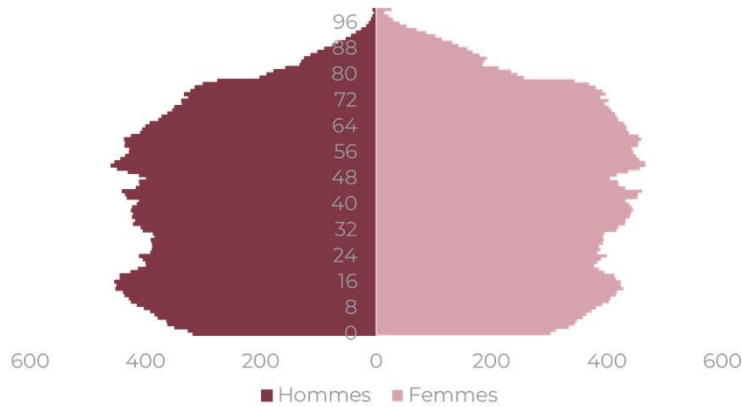
3

**Une place prépondérante des produits de  
boulangerie dans les apports nutritionnels**

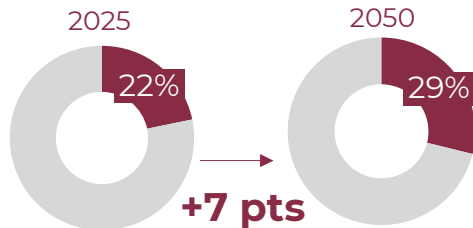
## La modification structurelle des modes de vie au cœur des comportements alimentaires

### VIEILLISSEMENT

Population par âge en France

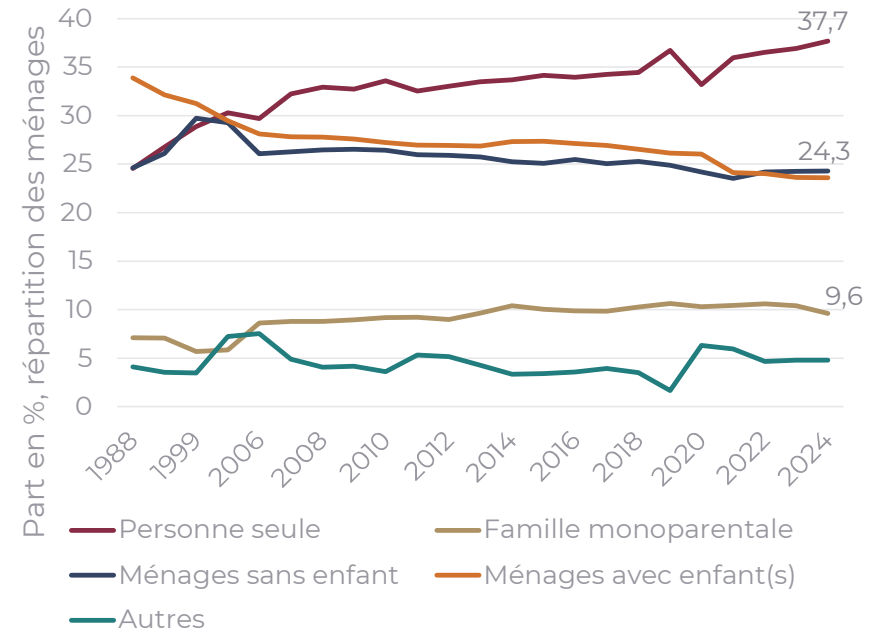


Part des 65 ans et plus



### HAUSSE DES MONO-FOYERS

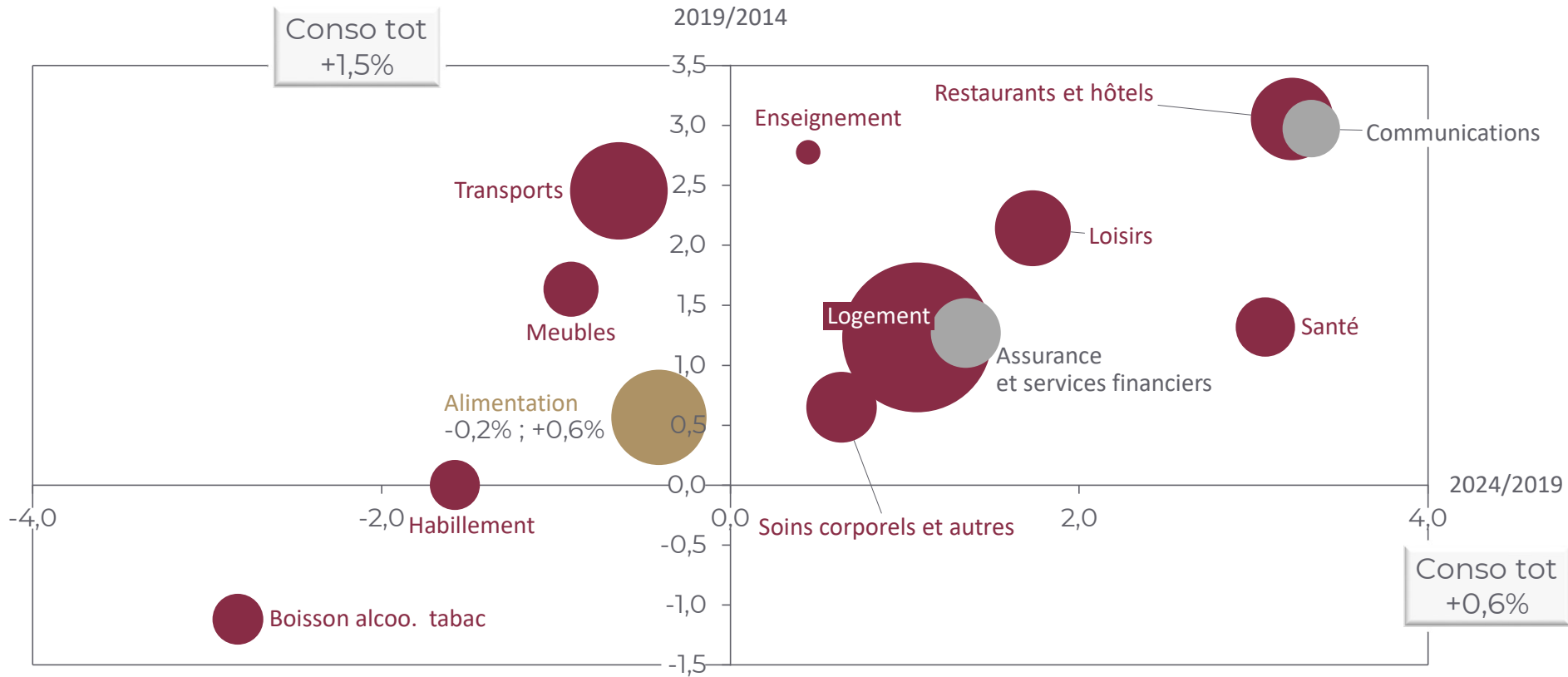
Poids des ménages



Source : INSEE et projections OMPHALE 2022

## Dans un contexte d'un fort ralentissement des dépenses de consommation, les dépenses alimentaires ont diminué de façon inédite entre 2019 et 2024

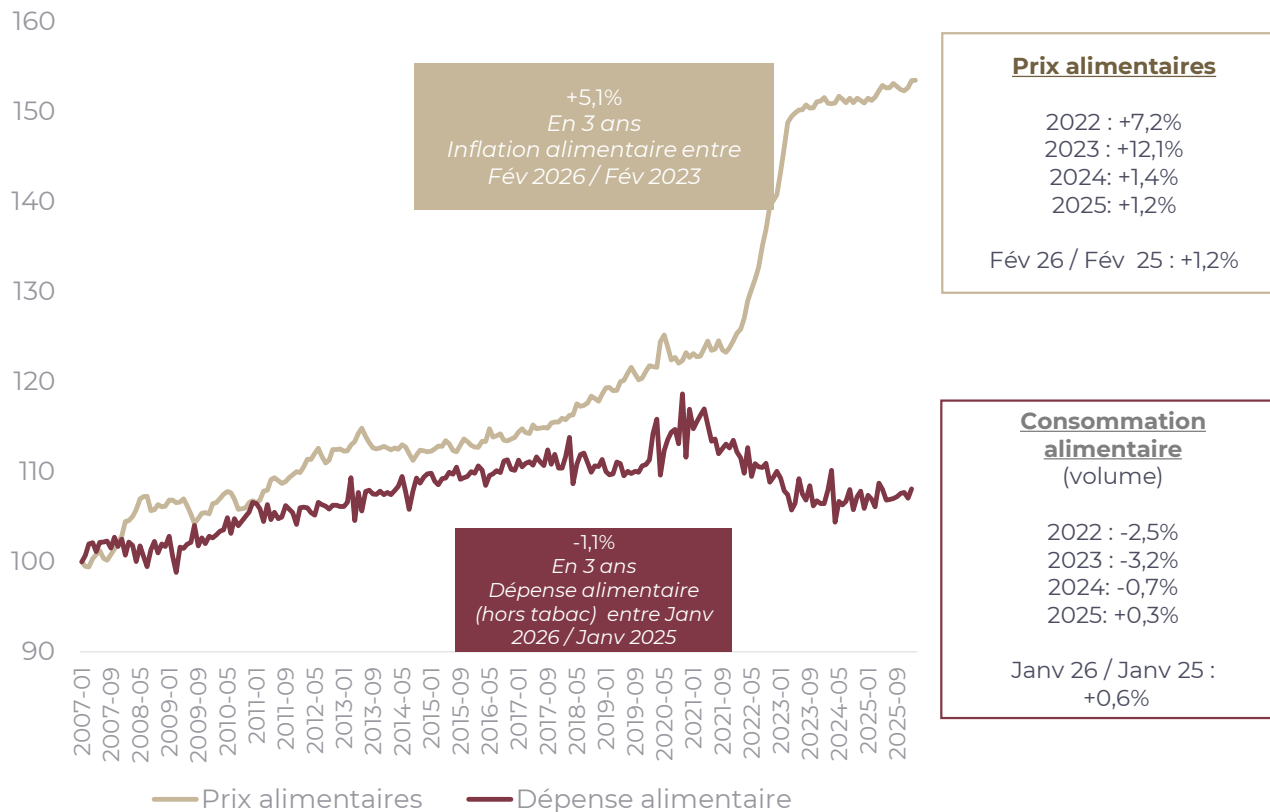
Croissances en euros constants sur les 5 dernières années par rapport aux 5 précédentes en taux de croissance annuel moyen



Taille des bulles : poids des marchés en 2024


## En 2025, les volumes en alimentation repartent à la hausse

Indice des prix à l'alimentation et des dépenses de consommation alimentaire en euros constants – base 100 en janvier 2007



- ▶ En 2025, l'inflation alimentaire (+1,2%) passe au-dessus de l'inflation globale (+0,9%) vis-à-vis de l'année précédente
- ▶ Les consommateurs adoptent de nouveaux comportements :
  - ▶ Changement de régime alimentaire, avec plus de prises hors repas, hausse de consommation des produits céréaliers
  - ▶ Fragmentation des achats
  - ▶ Hausse de l'autoproduction

  
**ACTIVITE  
BOULANGERIES-  
PATISSERIES**  
+6,4% volume en  
2024/2023

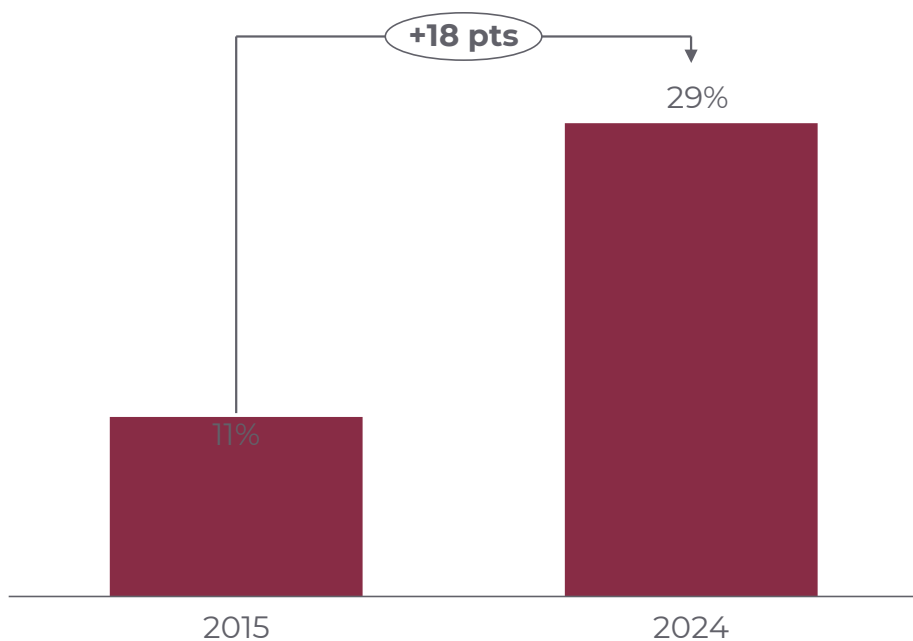
  
**PÂTES**  
+2,8%  
CAM P4 2025

Source : Circana, INSEE

## En 2024, 29% des adultes sont en insécurité alimentaire, soit une hausse de 18 pts par rapport à 2015 dans INCA3

### Proportion d'individus en **insécurité alimentaire**

Base : 2 193 individus de 18 – 79 ans



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous, personnellement, déjà eu faim sans pouvoir manger parce que vous n'aviez pas les moyens financiers d'avoir assez de nourriture ?

Base : 2 193 individus de 18 – 79 ans

60% des revenus les plus faibles  
(- de 1000 €/mois)  
44% des non diplômés  
31% des artisans, commer.  
26% des 18-24 ans  
25% des 25-34 ans  
25% des familles  
monoparentales

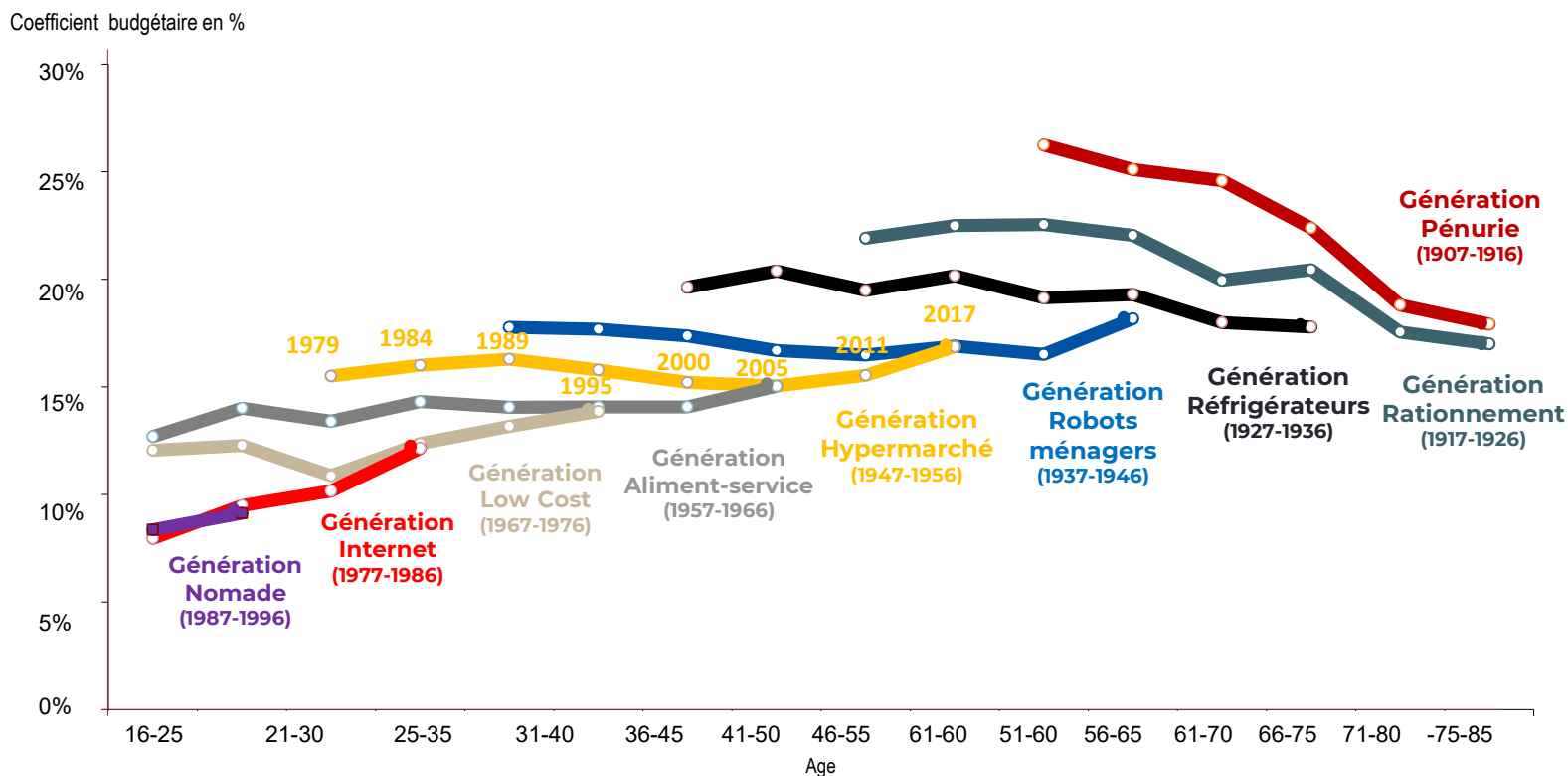


## Les jeunes générations touchées par l'insécurité alimentaire consacrent peu de budget à l'alimentation

Coefficient budgétaire alimentation à domicile – effets d'âge et de génération

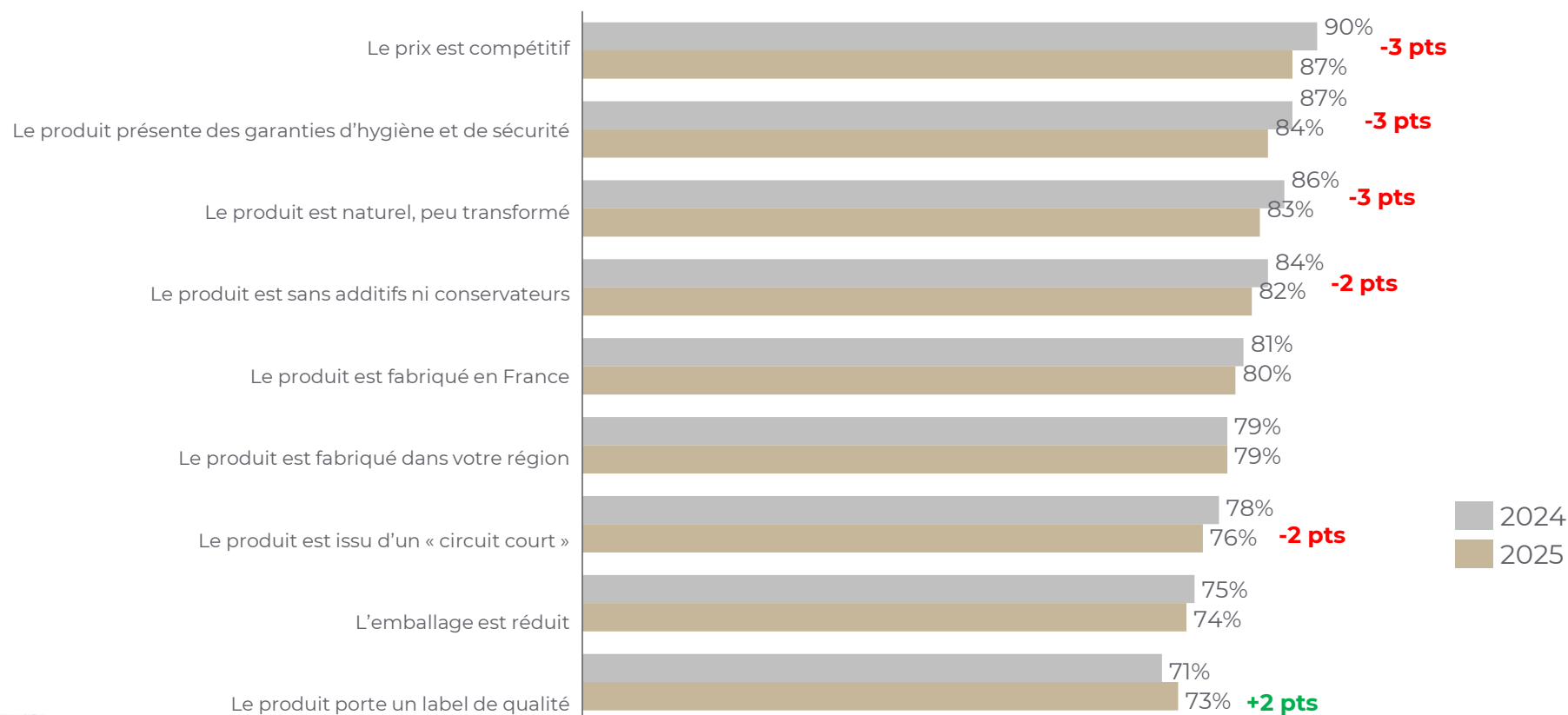
58%

Des 18-24 ans sont en insécurité alimentaire  
**Contre 32%**  
en population générale



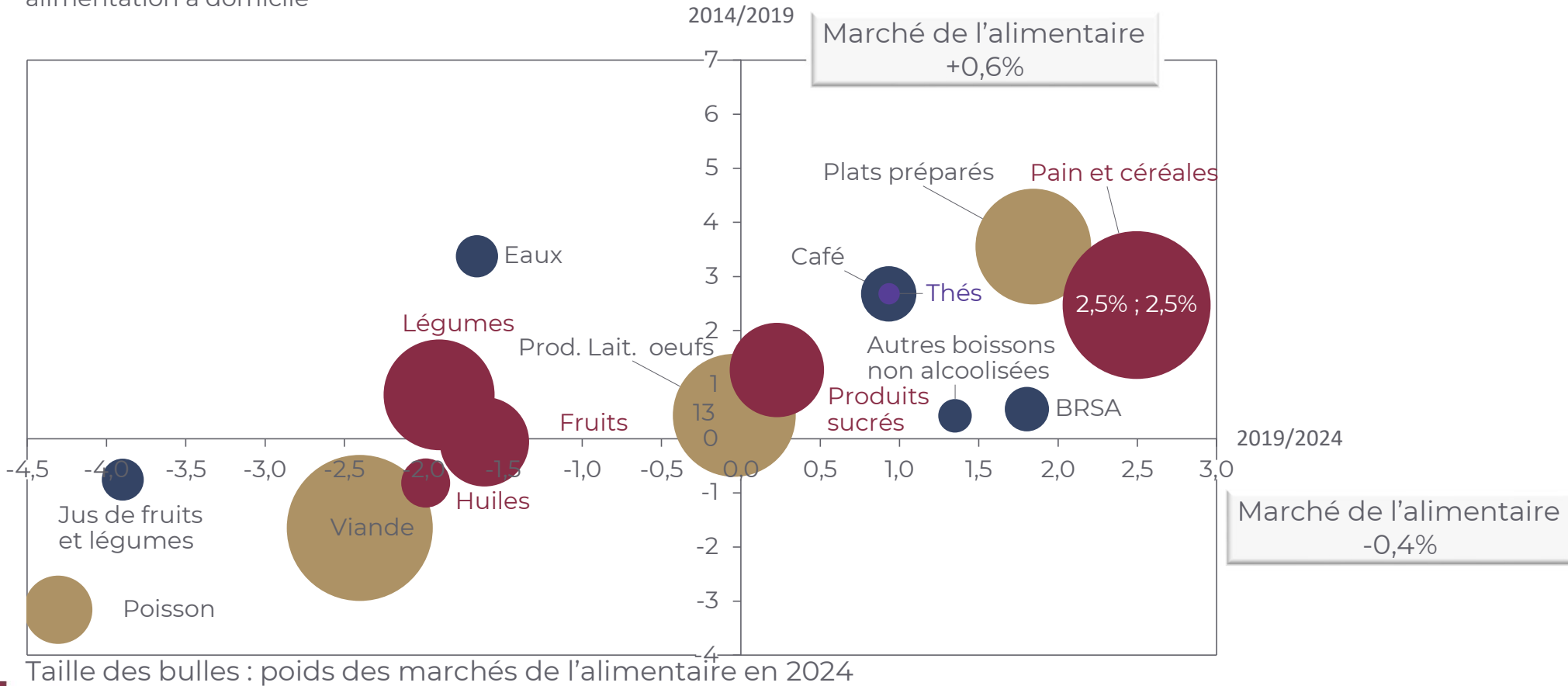
## La compétitivité du prix reste le premier critère de choix, mais diminue de 3 points en un an

Voici plusieurs raisons d'acheter des produits alimentaires vendus en grande surface. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous personnellement, elle vous incite beaucoup, assez, un peu, pas du tout à acheter un produit. Cela vous incite-t-il ... (Beaucoup + assez)

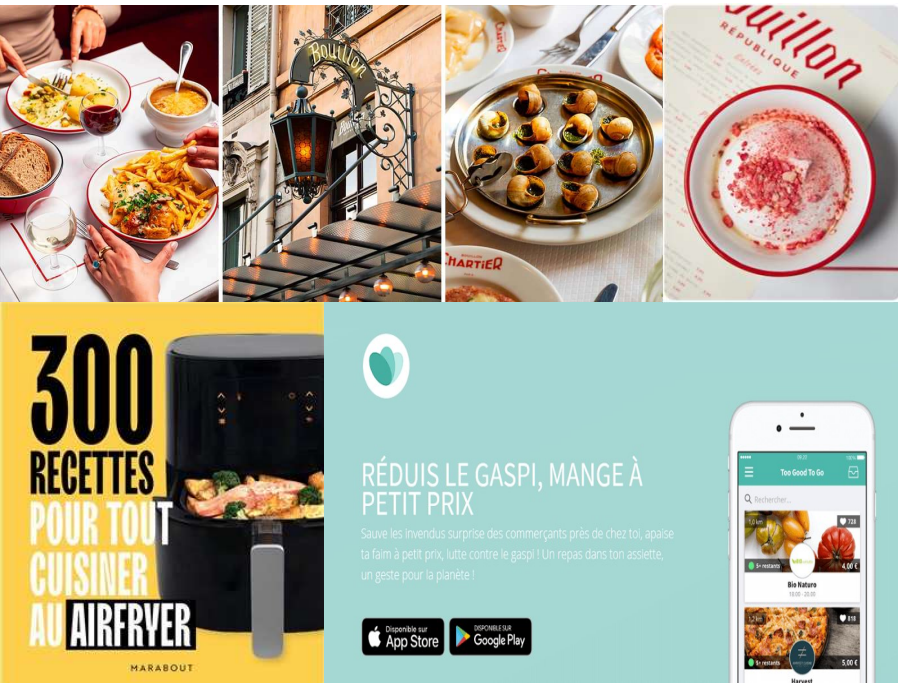


## Le poste « Pain et produits céréaliers » est celui qui augmente le plus entre 2019 et 2024 devant les plats tout prêts

Taux de croissance annuelle moyen en euros constants sur les 5 dernières années par rapport aux 5 précédentes en alimentation à domicile



## Un consommateur stratégique qui jongle entre le bon, le pratique et le zéro gaspillage



Les consommateurs misent sur **la praticité, le prix bas** et le **gain de temps**, qu'ils trouvent notamment dans la consommation **d'aliments préparés, à manger sur le pouce, faciles à préparer ou à emporter** selon des formats **individualisables** ou bien en passant par de la restauration bas prix (bouillons, ...). Le **modèle de flux rapport qualité-prix-expérience** est en voie de développement.

La recherche de réduction du **gaspillage alimentaire** passe par l'utilisation des applications Toogoodtogo ou phénix ou par la diffusion des lunch box.



1

Les attentes santé au cœur de l'assiette

2

Les produits céréaliers, atouts des consommateurs dans la maîtrise du budget

3

**Une place prépondérante des produits de boulangerie dans les apports nutritionnels**



## Nutrimétrie : une enquête inédite en Roll On par carnet alimentaire

### Objectifs

Mesurer les quantités ingérées selon la méthodologie des carnets alimentaire

### Echantillons

Quotas : type de ménage, TUU, Région, CSP et âgeXsexe et chez les adultes : CSP avec l'ancienne profession, Age, Sexe, Région et TUU.

### Questionnaires

- ✓ socio-démographie
- ✓ hygiène de vie, régimes alimentaires, sensibilité écologique, insécurité alimentaire

### Carnets alimentaires

3 jours indépendants, en continu depuis janvier 2024.

### Résultats

Recettes sur l'ensemble des produits consommés, pour déterminer les suivis de recommandations sur les aliments (Fruits, légumes et légumineuses, , charcuterie, viande, produits laitiers, ...)



1008 enfants  
de 3 à 17 ans



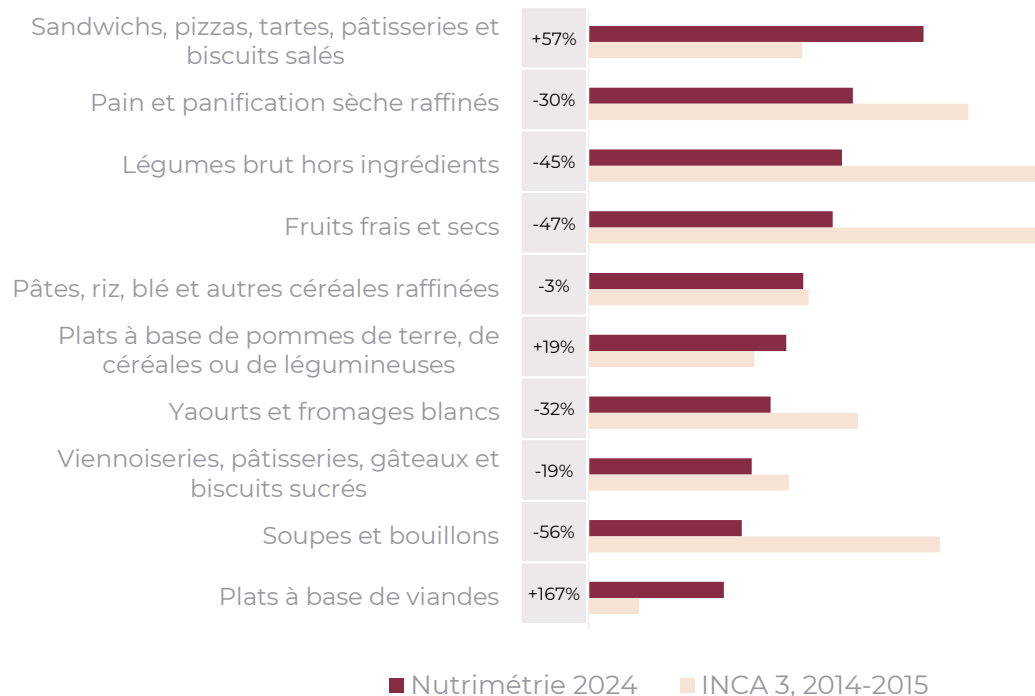
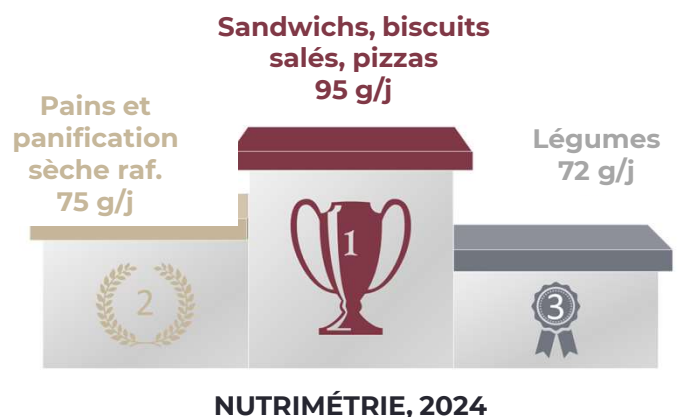
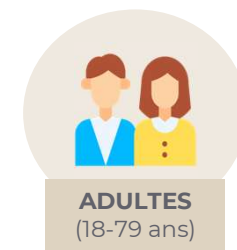
2193 adultes  
de 18 à 79 ans

Une place prépondérante des produits de boulangerie dans les apports nutritionnels

## Une modification majeure en 2024 : sandwiches, pizzas, tartes et biscuits salés développent leur place au sein du repas

### Consommations moyennes des solides en g/j

Base : 2 193 adultes de 18 à 79 ans

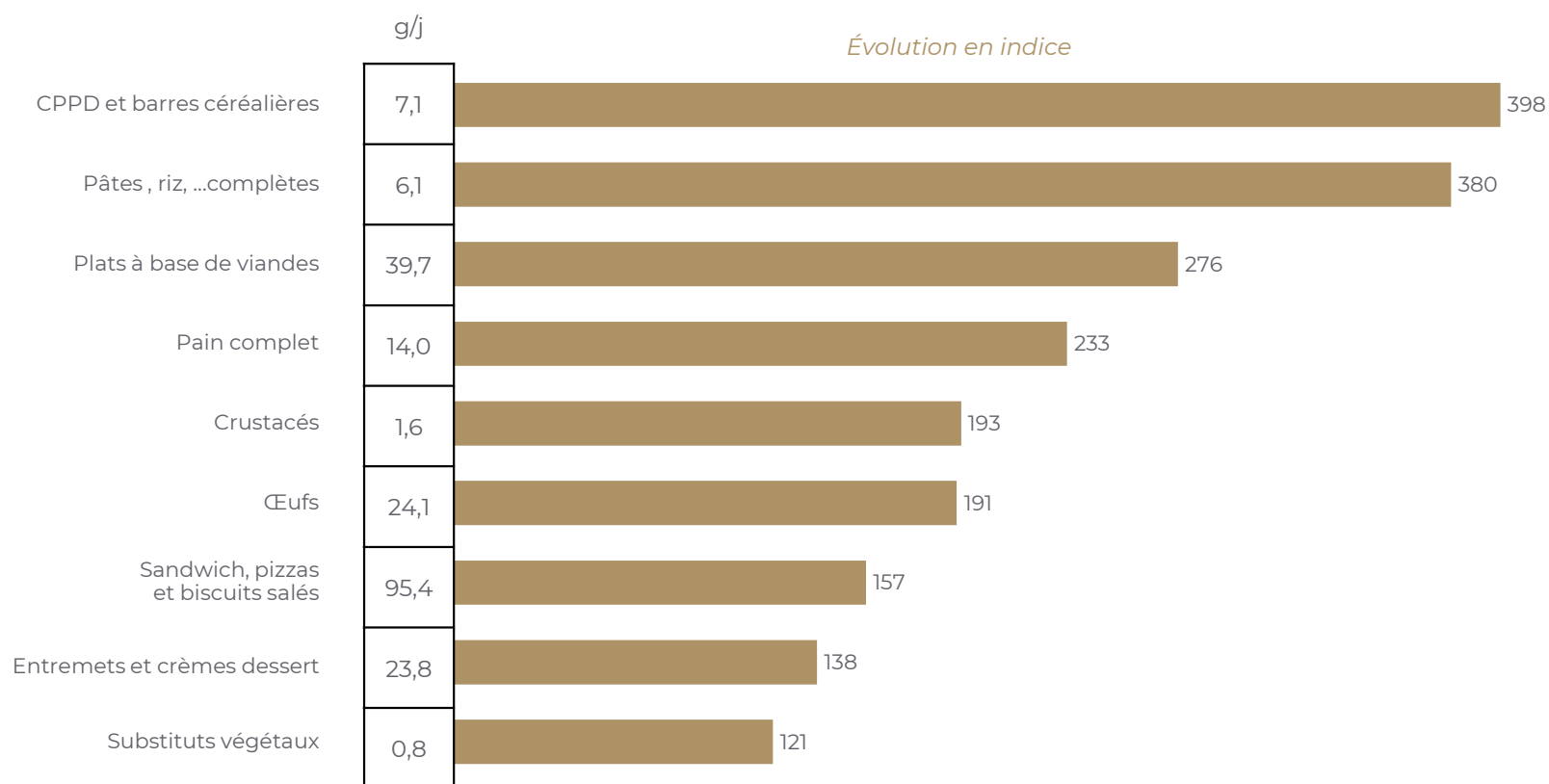
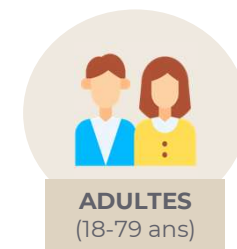


Une place prépondérante des produits de boulangerie dans les apports nutritionnels

## Plus fortes progressions en 9 ans pour les produits solides : les céréales de petit-déjeuner, les produits à base de céréales complètes

Consommations en g/j évolution en indice 100 en 2015

Base : INCA 3 2121 et Nutrimétrie 2 193 adultes de 18 à 79 ans



Une place prépondérante des produits céréaliers dans les apports nutritionnels

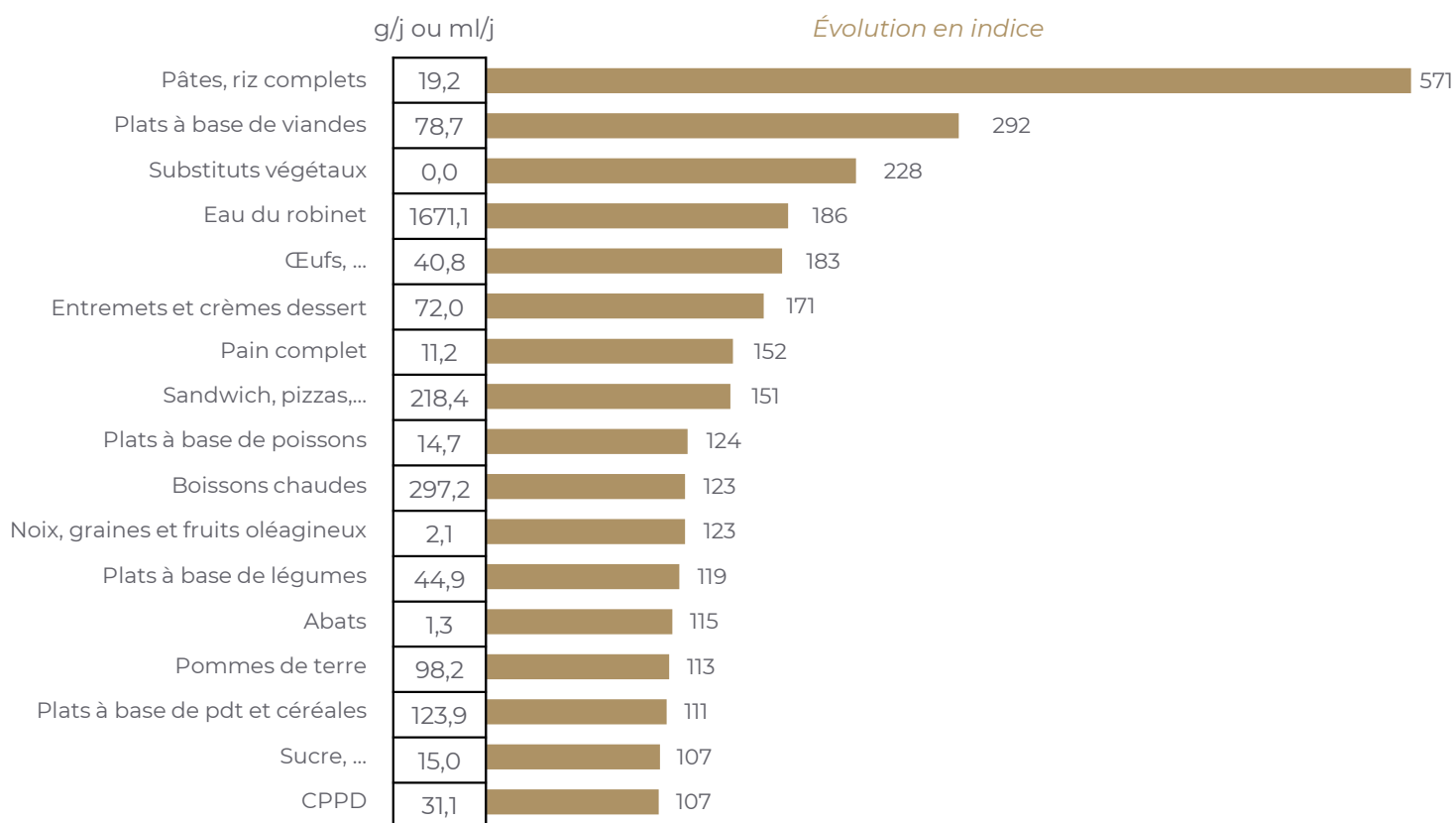
## Plus fortes progressions en 9 ans pour les produits solides : produits à base de céréales complètes chez les 11- 17 ans

Consommations en g/j évolution en indice 100 en 2015

Base : INCA 3 949 et Nutrimétrie 458 enfants de 11 à 17 ans



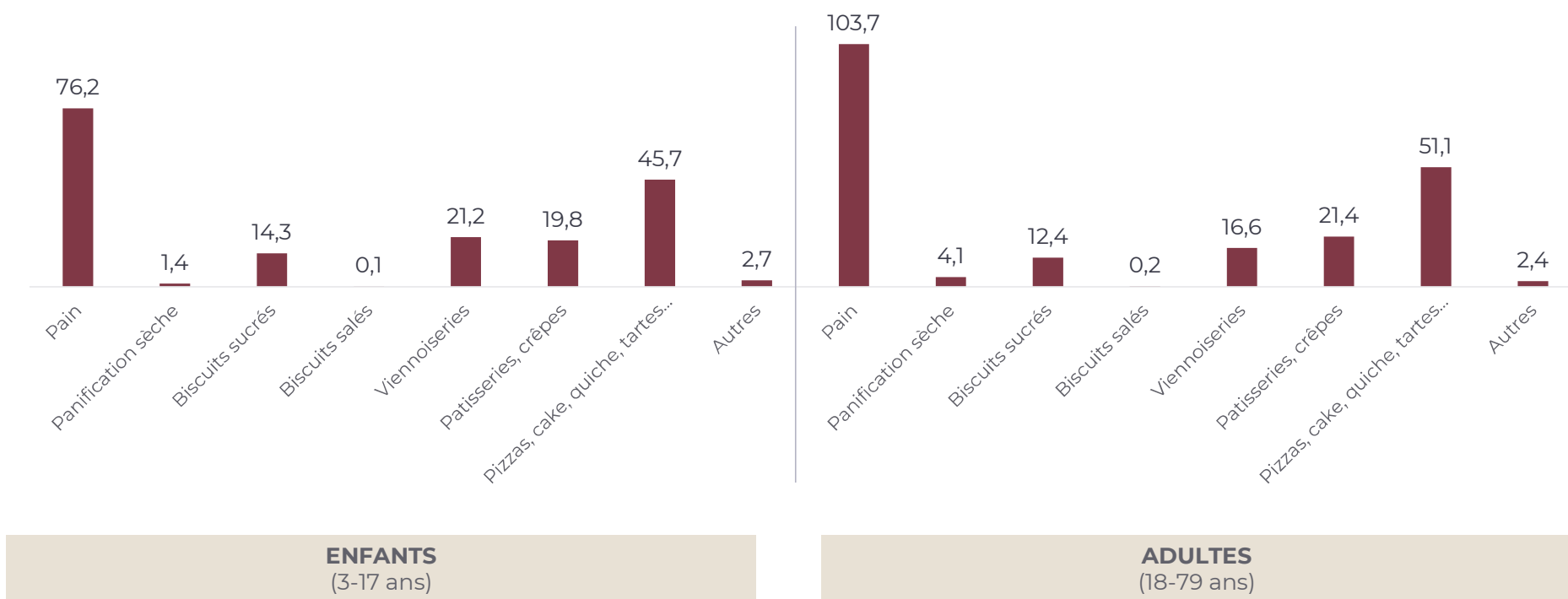
11-17 ans



**Au sein du blé tendre, le pain est la catégorie consommée en plus grande quantité (76,2 g/j chez les enfants et 103,7 g/j chez les adultes), suivie des pizzas/quiches (45,7 g/j chez les enfants et 51,1 g/j chez les adultes)**

### Quantités moyennes de produits céréaliers à base de blé tendre consommées par jour (g/j) – Total population

Base : 3201 individus (1008 Enfants et 2193 Adultes)

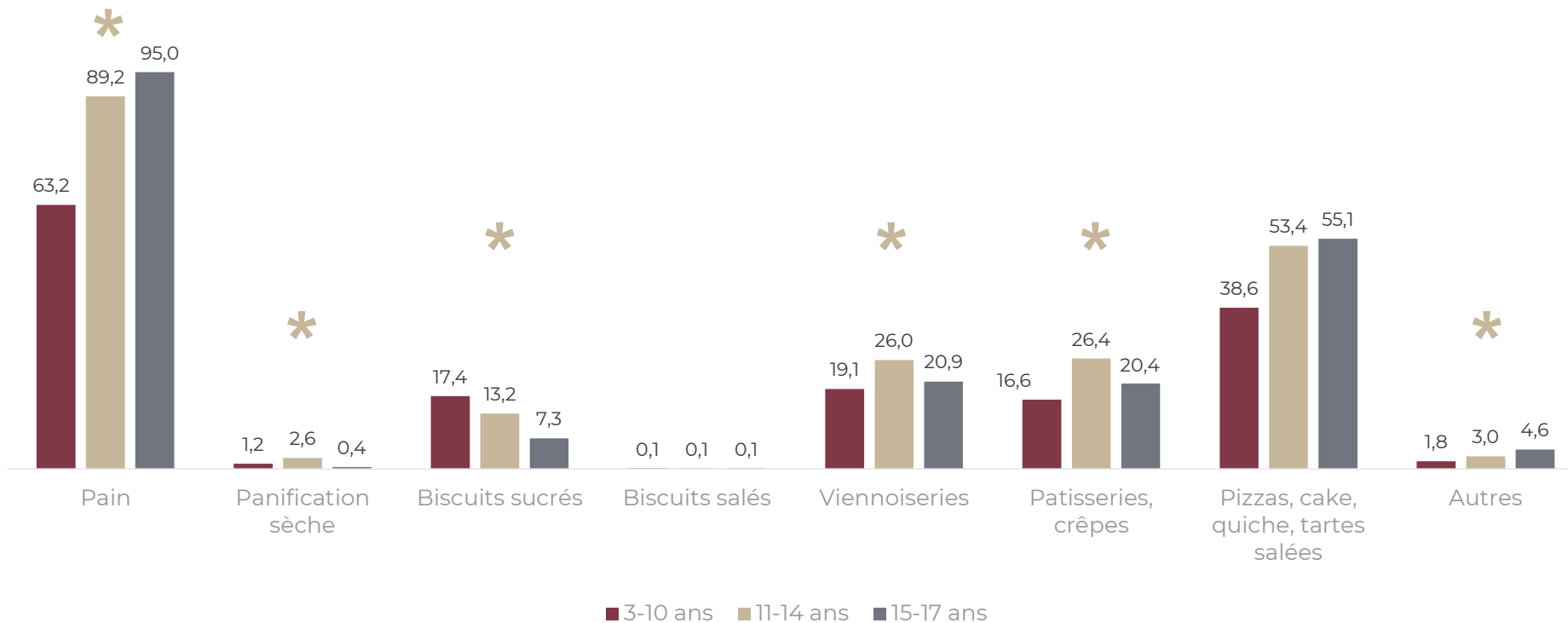


**Chez les enfants, les quantités moyennes de pain consommées par les enfants sont croissantes avec l'âge contrairement aux biscuits sucrés. Les pizzas/cake/quiches sont davantage consommées par les 11-17 ans.**



**Quantités moyennes de produits céréaliers à base de blé tendre consommées par jour (g/j) – Enfants**

Base : 1008 Enfants

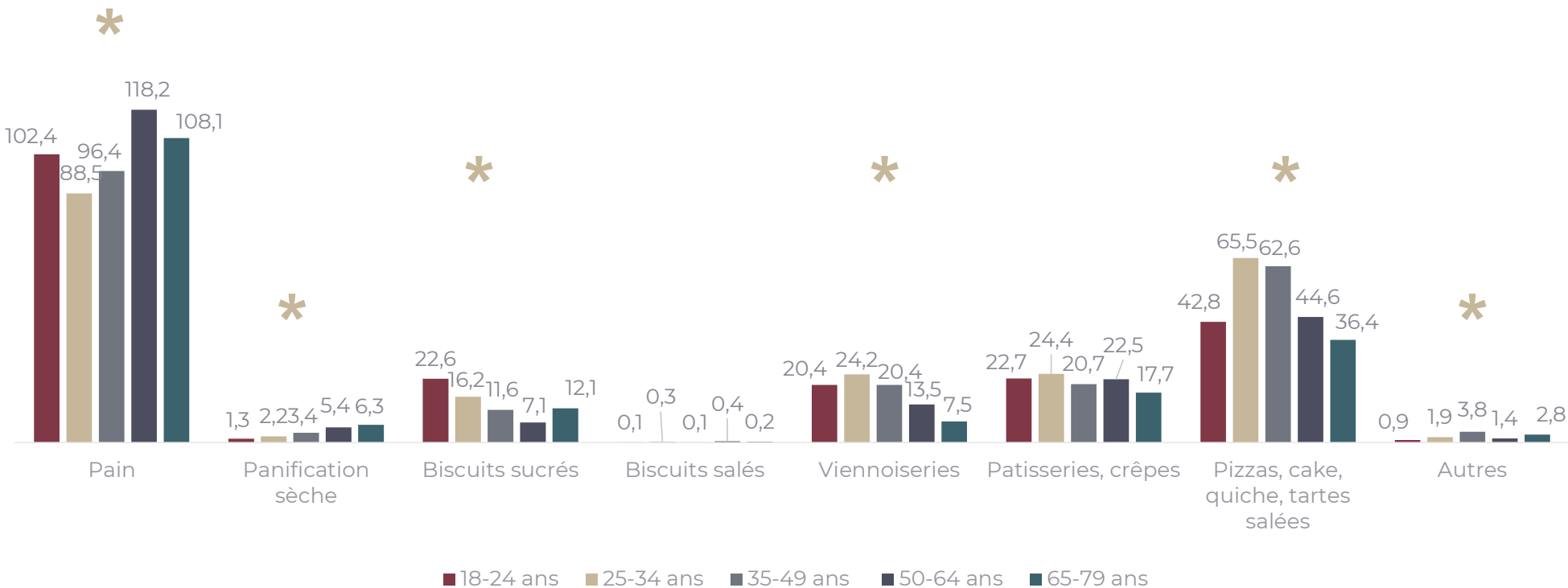


Chez les adultes, les quantités de pizzas/cake/quiches, de biscuits sucrés et de viennoiseries consommées diminuent avec l'âge, tandis que le pain suit plutôt la dynamique inverse



### Quantités moyennes de produits céréaliers à base de blé tendre consommées par jour (g/j) – Adultes

Base : 2193 Adultes

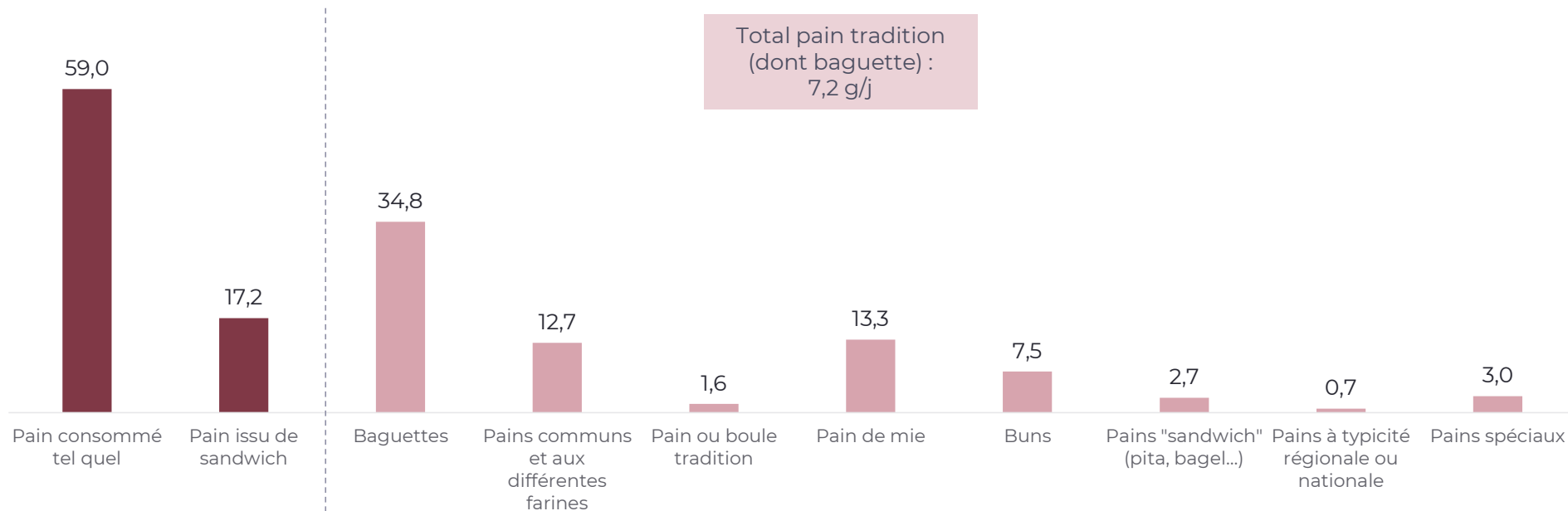


## Chez les enfants, 77% des quantités de pain consommées proviennent de pain pris tel quel, la baguette étant le type de pain le plus plébiscité



### Quantités moyennes pain consommées par jour (g/j) - Enfants

Base : 1008 Enfants

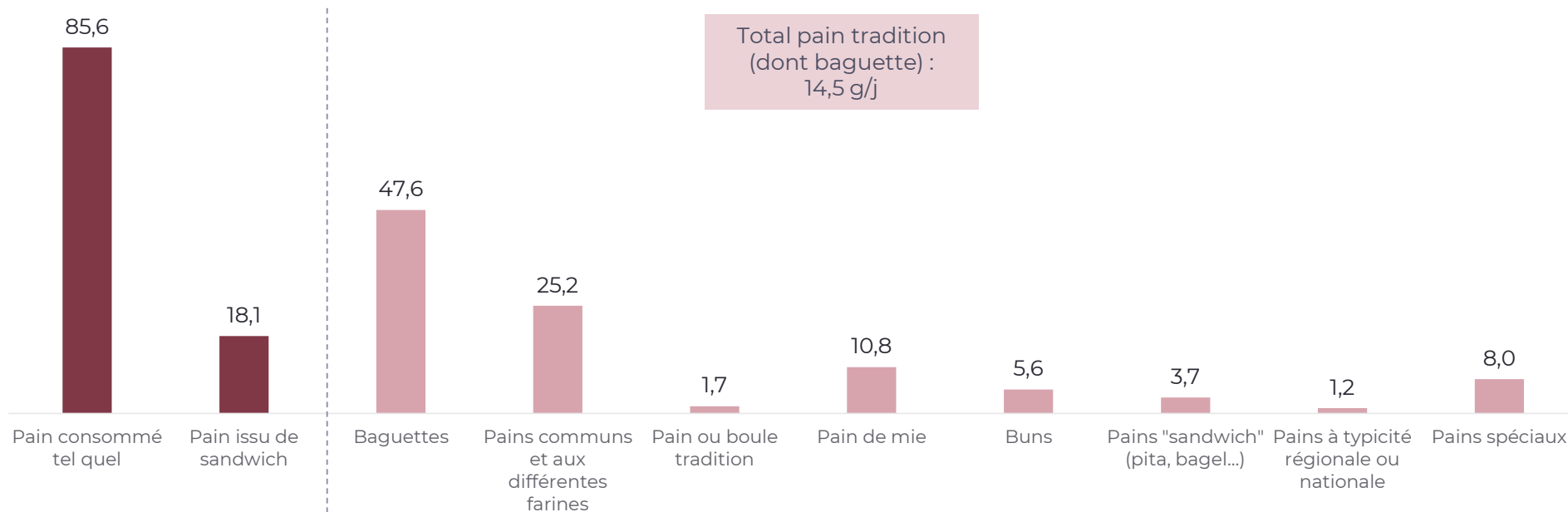


**Chez les adultes, le pain est davantage consommé tel quel : 83% des quantités.  
La baguette est le type le pain consommé en plus grande quantité (47,6 g/j).**

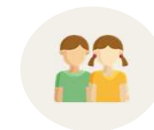


### Quantités moyennes pain consommées par jour (g/j) - Adultes

Base : 2193 Adultes

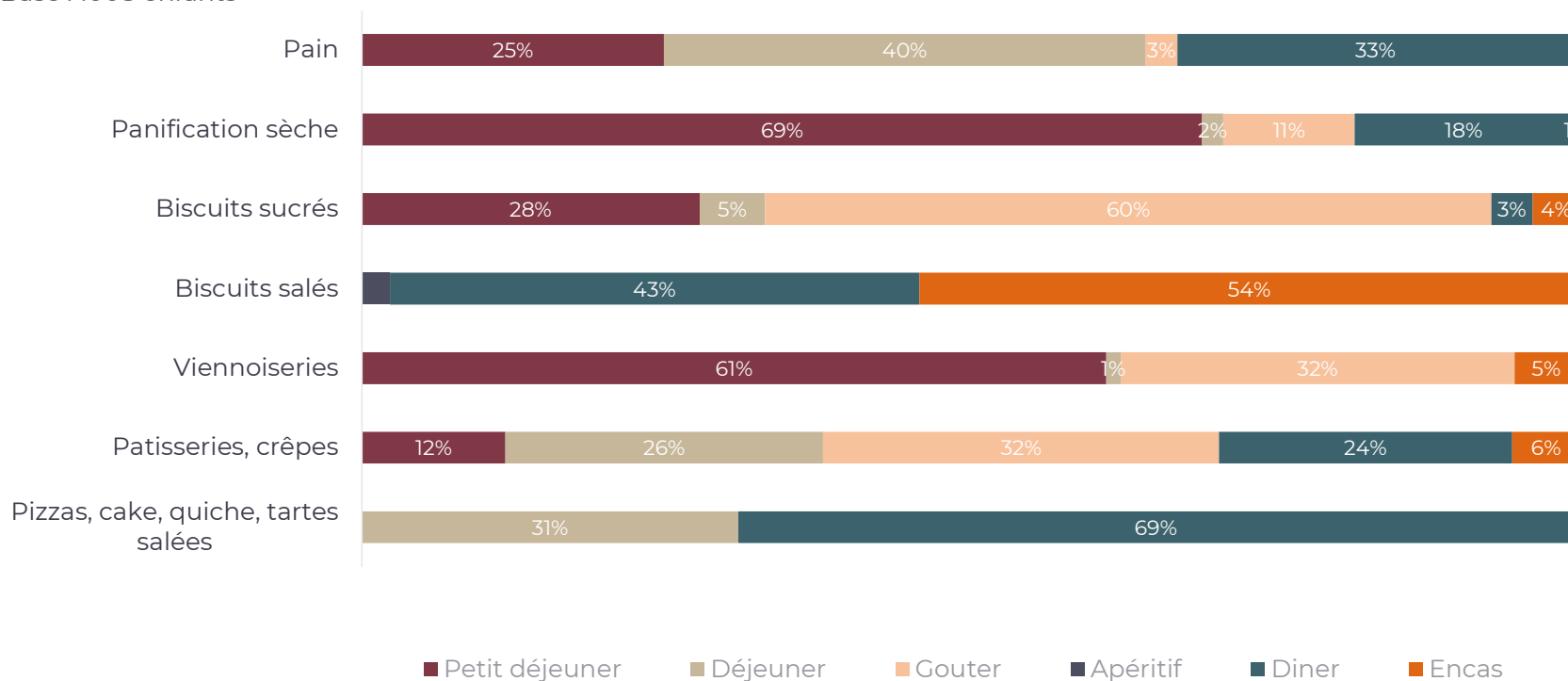


**Chez les enfants, la consommation de pain se concentre sur les trois repas principaux, déjeuner puis dîner en tête. Les biscuits sucrés, les viennoiseries ou encore les pâtisseries sont davantage consommés lors du goûter**



### Quantités moyennes consommées par moment de consommation (%g/jour) – Enfants

Base : 1008 enfants

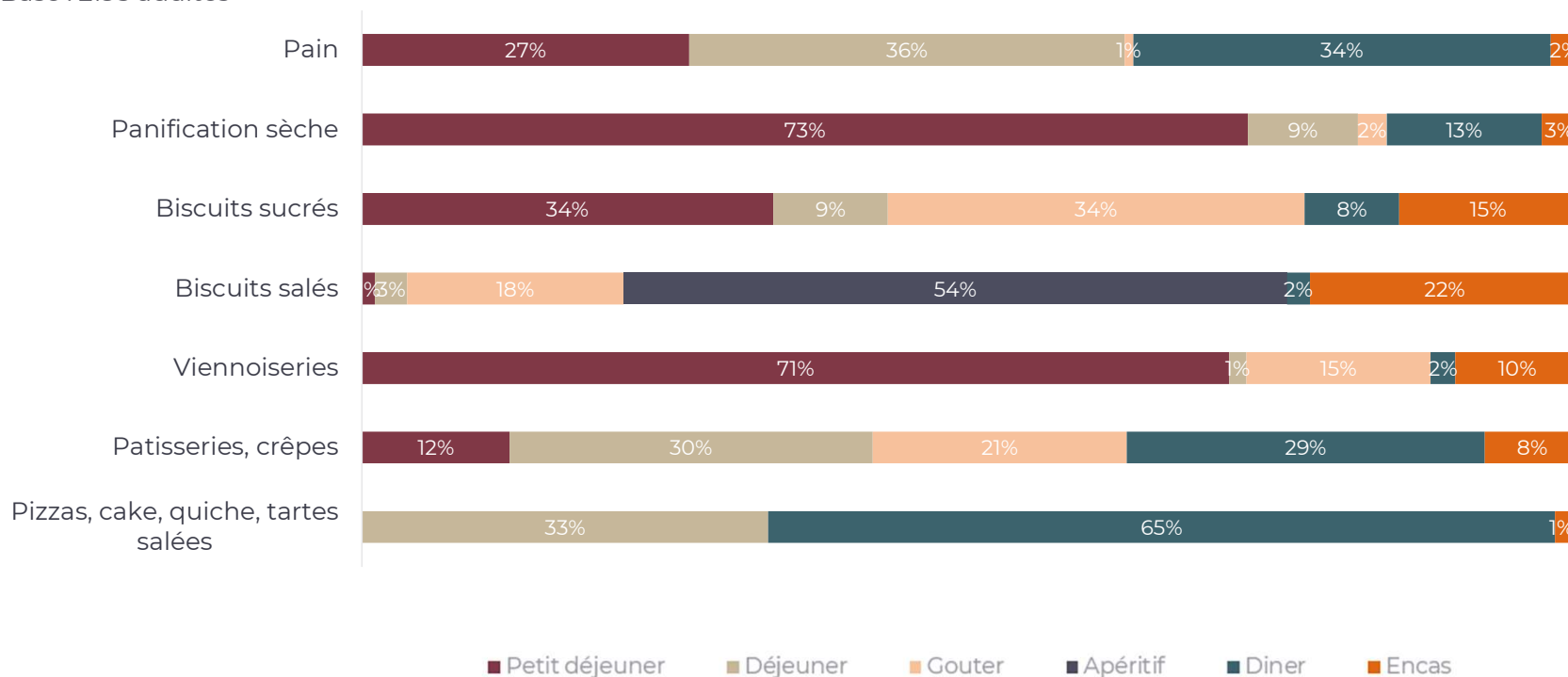


Chez les adultes également la consommation de pain se concentre sur les trois repas principaux, déjeuner en tête suivi du dîner.



### Quantités moyennes consommées par moment de consommation (%g/jour) – Adultes

Base : 2193 adultes



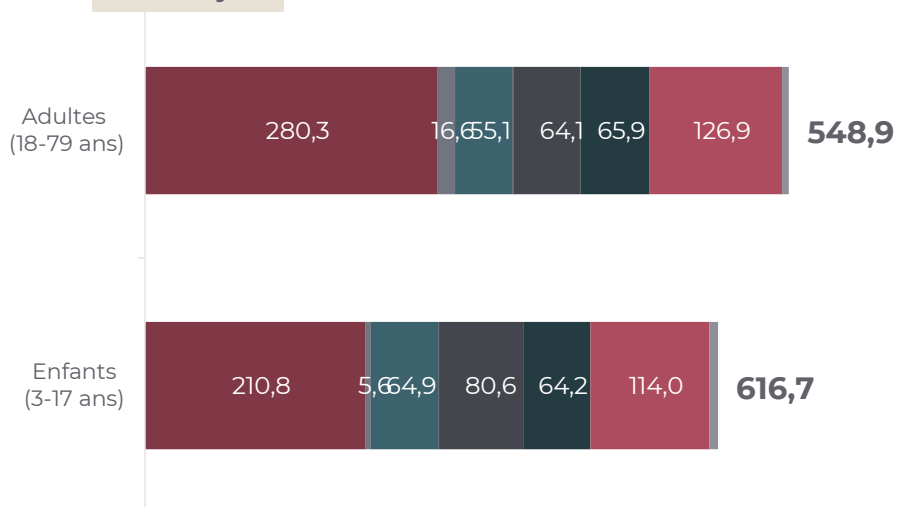
Apports nutritionnels

## Le pain fournit la moitié de l'énergie apportée par les aliments à base de blé tendre, suivi des pizzas/cake/quiches/tartes

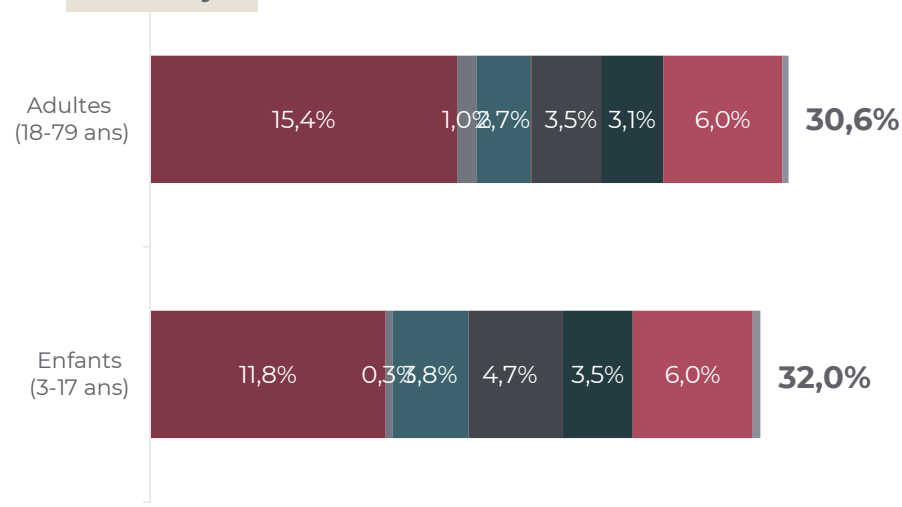
### Contribution aux apports en énergie (kcal/j et %kcal/j) – Total population

Base : 3201 individus (1008 Enfants et 2193 Adultes)

kcal/j



%kcal/j



- Pain
- Biscuits sucrés
- Panification sèche
- Biscuits salés
- Pâtisseries, crêpes
- Pizzas, cake, quiche, tartes salées
- Autres

Une place prépondérante des produits de boulangerie dans les apports nutritionnels

Blé tendre

Pain

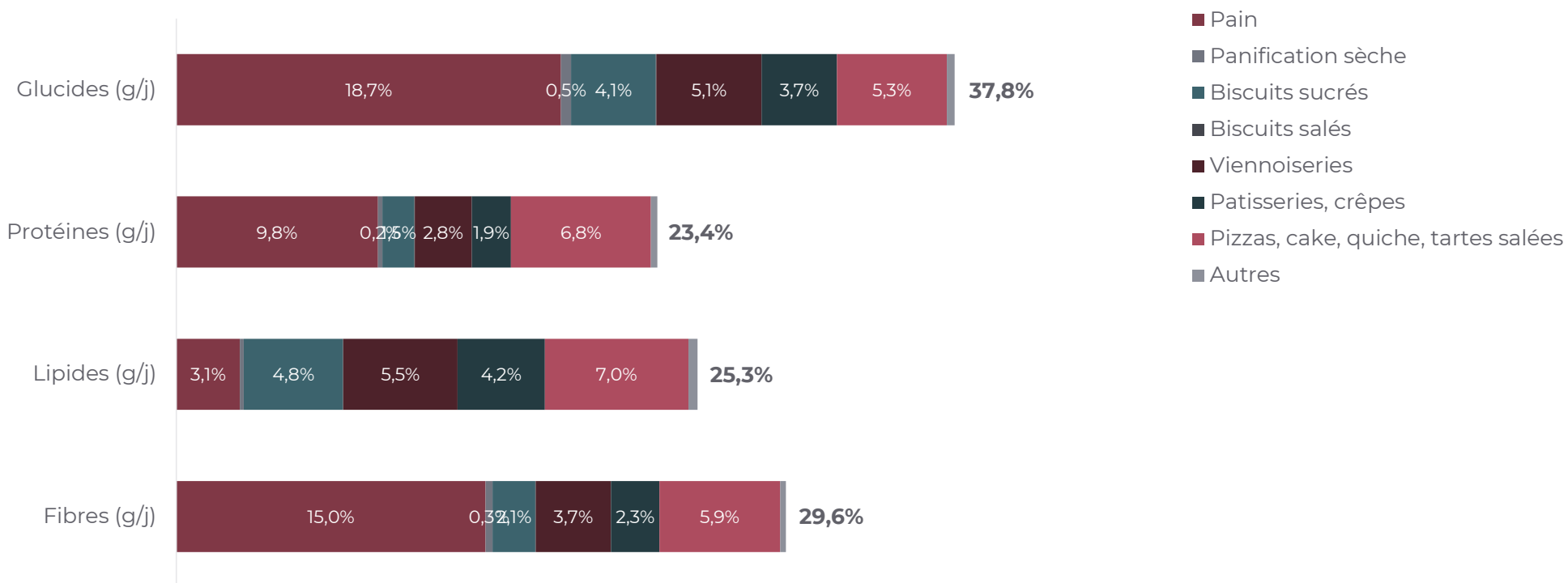
Baguette

**Le pain est par ailleurs le premier vecteur de glucides, de protéines et de fibres parmi les aliments à base de blé tendre chez les enfants.**

**Les pizzas/cakes/quiches sont la première source de lipides.**

### Contribution aux apports en macronutriments (%unité/j) – Enfants

Base : 1008 Enfants

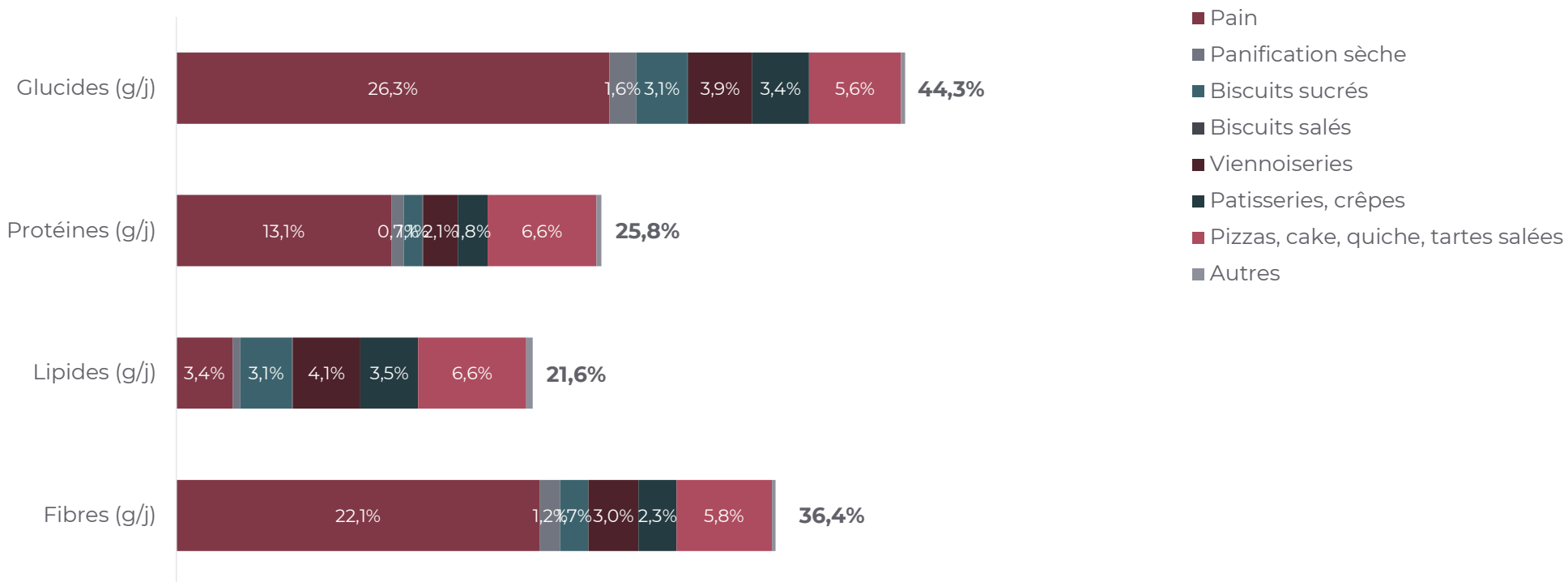


**Chez les adultes également, le pain est le premier vecteur de glucides, de protéines et de fibres. Les pizzas/cakes/quiches sont la première source de lipides.**



### Contribution aux apports en macronutriments (%unité/j) – Adultes

Base : 2193 adultes

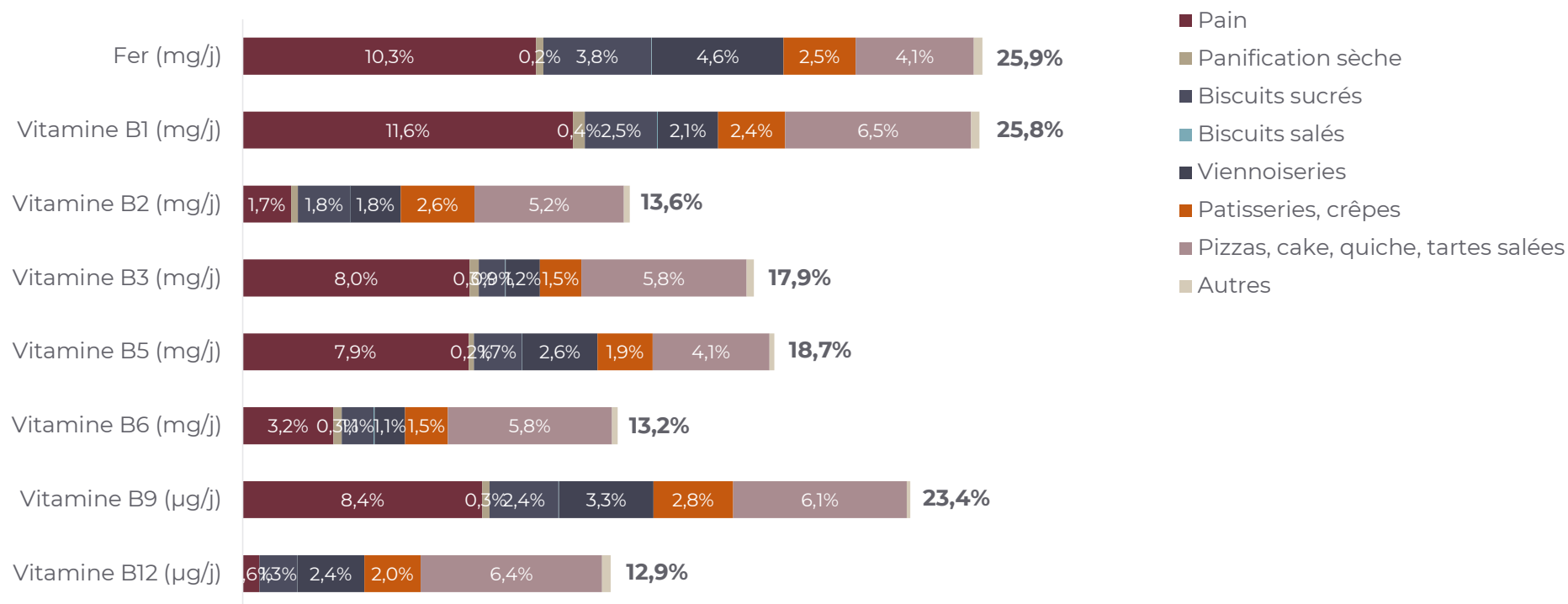


**Le pain fournit plus de 10% des apports en fer et en vitamine B1 chez les enfants, il est également un fort contributeur aux apports en vitamine B1, B3, B5 et B9**



**Contribution aux apports en micronutriments (%unité/j) – Enfants**

Base : 1008 Enfants

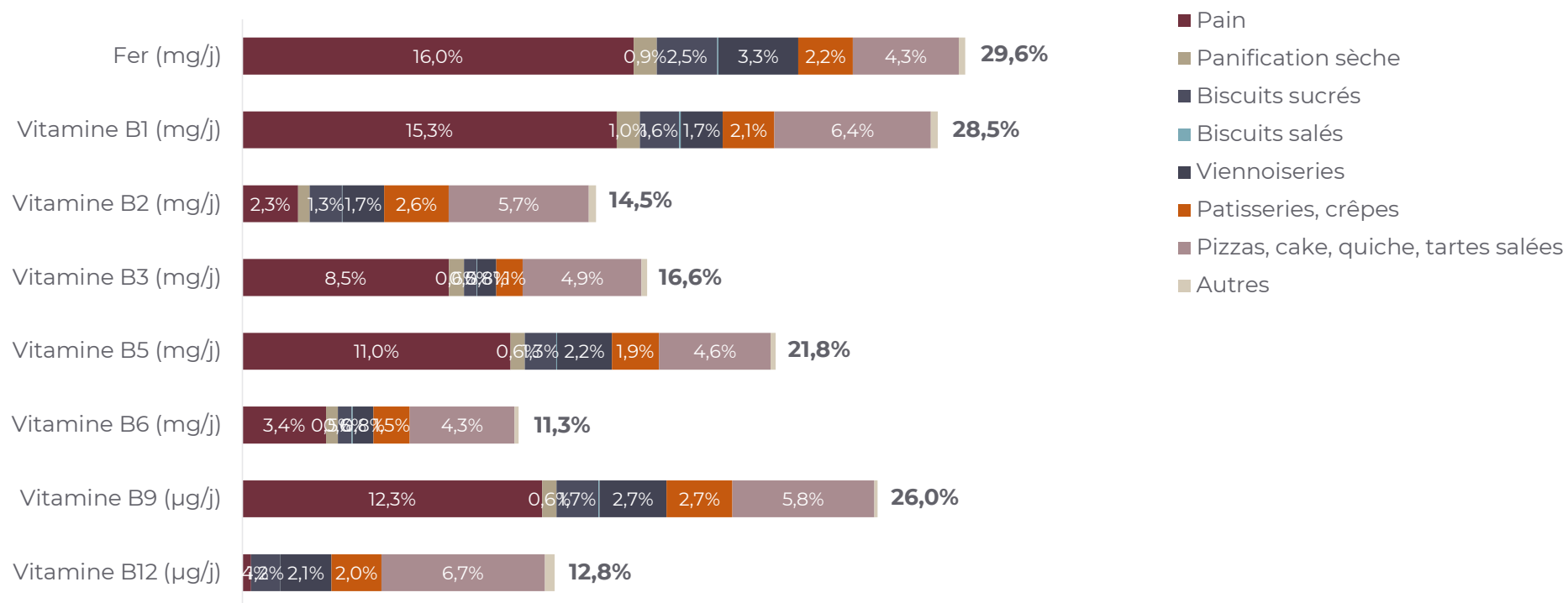


## Chez les adultes, le pain fournit plus de 15% des apports en fer et plus de 10% des apports en vitamines B1, B5 et B9



### Contribution aux apports en micronutriments (%unité/j) – Adultes

Base : 2193 adultes

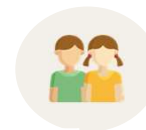


## Annexe

### *Caractéristiques socio-démographiques de la consommation*

## Quantités consommées (g/j) selon les caractéristiques socio-démographiques – Enfants

Base : 1008 enfants (3-17 ans)



Catégorie	Caractéristiques socio-démographiques présentant une surconsommation
<b>Pain</b> (76,2 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>15-17 ans, 11-14 ans</li> <li>Bourgogne-Franche-Comté, Pays de la Loire, Bretagne, Corse, Hauts-de-France, Occitanie, IDF, Centre Val de Loire</li> <li>Commune rurale, agglo. parisienne</li> </ul>
<b>Pizzas, cake, quiches, tartes salées</b> (45,7 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>15-17 ans, 11-14 ans</li> <li>Bretagne, Auvergne-Rhône-Alpes, PACA, IDF</li> </ul>
<b>Biscuits sucrés</b> (14,3 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>3-10 ans</li> <li>Artisans, Com., Chefs Entr. et Agriculteurs, inactifs, employés, prof. Intermédiaires</li> <li>Centre-Val de Loire, Pays de la Loire, Grand Est, Normandie, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, IDF</li> </ul>
<b>Viennoiseries</b> (21,2 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>11-14 ans</li> <li>BAC, CAP/BEP</li> <li>Hauts-de-France, Nouvelle-Aquitaine, PACA, Centre-Val de Loire, IDF, Occitanie, Bretagne, Normandie</li> </ul>
<b>Pâtisseries, crêpes</b> (19,8 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>11-14 ans, 15-17 ans</li> <li>Sans diplôme, BAC+2, BAC+3 et plus CAP/BEP</li> <li>Employés, prof. Intermédiaires, Cadres et Prof. Intel. Sup.</li> <li>Auvergne-Rhône-Alpes, Centre-Val de Loire, Pays de la Loire, Hauts-de-France, Occitanie, Grand Est</li> <li>Commune rurale, agglo. &gt;100 000 hab, commune &lt;20 000 hab</li> </ul>

## Quantités consommées (g/j) selon les caractéristiques socio-démographiques – Adultes

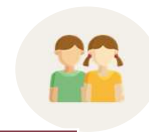
Base : 2193 adultes (18-79 ans)



Catégorie	Caractéristiques socio-démographiques présentant une surconsommation
<b>Pain</b> (103,7 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homme</li> <li>• 50-64 ans, 65-79 ans</li> <li>• Agglo. Parisienne, commune rurale, commune de 20 000 à 100 000 hab</li> <li>• Normandie, IDF, Pays de la Loire, Hauts-de-France, Corse</li> </ul>
<b>Pizzas, cake, quiches, tartes salées</b> (51,1 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homme</li> <li>• 25-34 ans, 35-49 ans</li> <li>• Artisans, Com., Chefs Entr. et Agriculteurs, employés, ouvriers</li> <li>• Centre-Val de Loire, Grand Est, Hauts-de-France, PACA, Occitanie, IDF, Bourgogne-Franche-Comté</li> <li>• Agglo &gt;100 000 hab, agglo parisienne</li> </ul>
<b>Biscuits sucrés</b> (12,4 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18-24 ans, 25-34 ans</li> <li>• Sans diplôme, BAC, BAC+3 et plus</li> <li>• Normandie, Occitanie, IDF, Nouvelle-Aquitaine, Grand Est</li> <li>• Agglo parisienne, commune rurale, agglo &gt;100 000 hab</li> </ul>
<b>Viennoiseries</b> (16,6 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homme</li> <li>• 25-34 ans, 35-49 ans, 18-24 ans</li> <li>• Sans diplôme, BAC+2, BAC</li> <li>• Employés, Artisans, Com., Chefs Entr. et Agriculteurs</li> <li>• Auvergne-Rhône-Alpes, IDF, Grand Est, Corse, Pays de la Loire</li> <li>• Agglo parisienne, agglo &gt;100 000 hab</li> </ul>
<b>Pâtisseries, crêpes</b> (21,4 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BAC+3 et plus</li> <li>• Cadres et Prof. Intel. Sup.</li> <li>• Commune de 20 000 à 100 000 hab, agglo parisienne</li> </ul>

## Quantités consommées (g/j) selon les caractéristiques socio-démographiques – Enfants

Base : 1008 enfants (3-17 ans)



Catégorie	Caractéristiques socio-démographiques présentant une surconsommation
<b>Pain hors ingrédient (consommé tel quel)</b> (59,0 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11-14 ans, 15-17 ans</li> <li>• Cadres et Prof. Intel. Sup., employés, Artisans, Com., Chefs Entr. et Agriculteurs</li> <li>• Pays de la Loire, Hauts-de-France, Occitanie, IDF, Bretagne</li> </ul>
<b>Pain ingrédient (issu des sandwiches)</b> (17,2 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15-17 ans, 11-14 ans</li> <li>• CAP/BEP, sans diplôme, BAC</li> <li>• Ouvriers, prof. Intermédiaires, Artisans, Com., Chefs Entr. et Agriculteurs,</li> <li>• Grand Est, Corse, Centre-Val de Loire, Bretagne, IDF, Auvergne-Rhône-Alpes</li> <li>• Commune rurale, agglo parisienne</li> </ul>
<b>Baguettes</b> (34,8 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15-17 ans, 11-14 ans</li> <li>• Employés, ouvriers</li> <li>• Bourgogne-Franche Comté, Corse, Pays de la Loire, Bretagne, Centre-Val de Loire, Occitanie, Hauts-de-France, IDF</li> <li>• Commune rurale, commune de 20 000 hab à 100 000 hab</li> </ul>
<b>Pain de mie</b> (13,3 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bourgogne-Franche Comté, IDF, Bretagne, Normandie, Occitanie</li> <li>• Agglo parisienne, commune rurale</li> </ul>
<b>Pains communs et aux différentes farines</b> (12,7 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadres et Prof. Intel. Sup., Artisans, Com., Chefs Entr. et Agriculteurs</li> <li>• Pays de la Loire, Hauts-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche Comté, Occitanie</li> <li>• Agglo &gt;100 000 hab</li> </ul>

## Quantités consommées (g/j) selon les caractéristiques socio-démographiques – Adultes

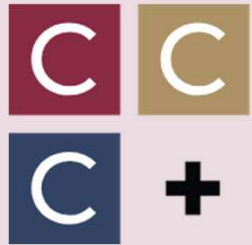
Base : 2193 adultes (18-79 ans)



Catégorie	Caractéristiques socio-démographiques présentant une surconsommation
<b>Pain hors ingrédient (consommé tel quel)</b> (85,6 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homme</li> <li>• 65-79 ans, 50-64 ans</li> <li>• CAP/BEP, BAC</li> <li>• Ouvriers, Cadres et Prof. Intel. Sup., inactifs, prof. Intermédiaires</li> <li>• Corse, Normandie, Pays de la Loire, IDF, Hauts-de-France, Centre-Val de Loire, Nouvelle-aquitaine</li> <li>• Commune rurale, commune de 20 000 à 100 000 hab, commune &lt;20 000 hab</li> </ul>
<b>Pain ingrédient (issu des sandwiches)</b> (18,1 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homme</li> <li>• 18-24 ans, 24-34 ans, 35-49 ans</li> <li>• Sans diplôme, BAC, BAC+2</li> <li>• Employés, inactifs</li> <li>• Normandie, IDF, Grand Est, Hauts-de-France, Pays de la Loire</li> <li>• Agglo &gt;100 000 hab</li> </ul>
<b>Baguettes</b> (47,6 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homme</li> <li>• 50-64 ans</li> <li>• Sans diplôme, CAP/BEP</li> <li>• Ouvriers, employés</li> <li>• Corse, IDF, Pays de la Loire, Bourgogne-Franche Comté, Grand Est, Hauts de France</li> <li>• Agglo parisienne, commune &lt;20 000 hab</li> </ul>
<b>Pain de mie</b> (10,8 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-49 ans</li> <li>• BAC, BAC+3 et plus</li> <li>• Normandie, Bretagne, Grand Est, Auvergne-Rhône-Alpes, Pays de la Loire</li> <li>• Commune de 20 000 à 100 000 hab, commune rurale</li> </ul>
<b>Pains communs et aux différentes farines</b> (25,2 g/j)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homme</li> <li>• 65-79 ans, 50-64 ans</li> <li>• CAP/BEP</li> <li>• Ouvriers, Cadres et Prof. Intel. Sup., Artisans, Com., Chefs Entr. et Agriculteurs, inactifs</li> <li>• Normandie, Centre-Val de Loire, Pays de la Loire, Hauts-de-France, PACA, IDF, Nouvelle-Aquitaine, Corse</li> <li>• Commune rurale, commune de 20 000 à 100 000 hab, agglo parisienne</li> </ul>

Modalités significatives uniquement

Source : C-Ways, Etude Nutrimétrie 2024 | Etude spécifique Intercéréales



**Smart  
Resilient  
Strategy<sup>®</sup>**



[www.c-ways.com](http://www.c-ways.com)