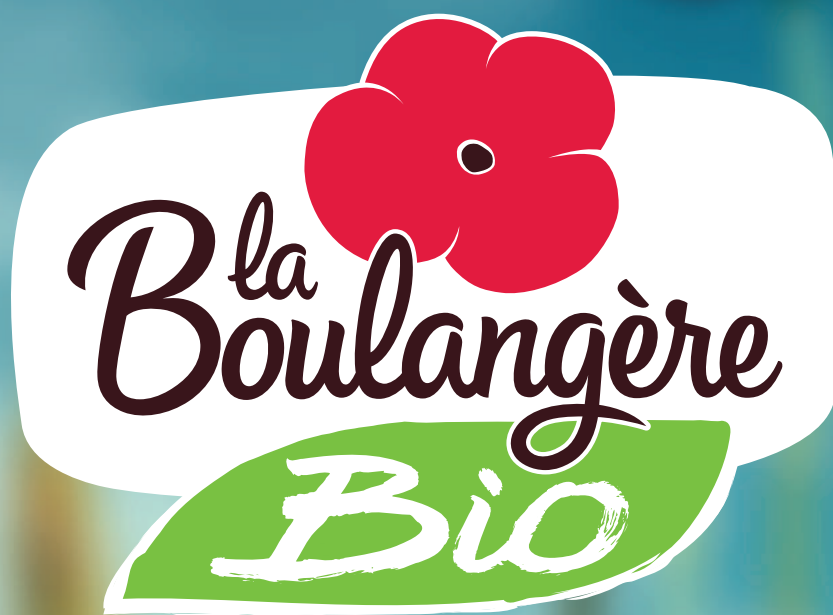




UNE GAMME BIO
AVEC DE LA FARINE ET DES OEUFS
ÉQUITABLES ET LOCAUX

— DOSSIER DE PRESSE —
Septembre 2018

SOMMAIRE

EDITO.....	p.3
UN FABRICANT FRANÇAIS DE PAINS ET VIENNOISERIES EMBALLÉS.....	p.4
UN ACTEUR NATURELLEMENT ENGAGÉ DANS LE BIO.....	p.5
POUR UNE PLUS JUSTE RÉMUNÉRATION DES AGRICULTEURS.....	p.6
...AVEC UN PRIX D'ACHAT RÉMUNÉRATEUR SUR UNE DURÉE DÉTERMINÉE.....	p.7
DU COMMERCE ÉQUITABLE NORD/NORD 100% ORIGINE FRANCE.....	p.8
...AVEC UN FORT ANCRAGE LOCAL POUR LA BOULANGÈRE BIO.....	p.9
UN TISSU DE PARTENAIRES LOCAUX POUR LA FARINE ET LES OEUFS AGRI-ÉTHIQUE.....	p.10 et 11
UNE NOUVELLE IDENTITÉ EN PHASE AVEC NOS ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIÉTAUX.....	p.12 et 13
B'ATTITUDE : DES ENGAGEMENTS EXPLIQUÉS AUX CONSOMMATEURS	p.12 et 13
LA GAMME BIO LA BOULANGÈRE.....	p.14 et 15

“

CHRISTOPHE AILLET

Directeur général de La Boulangère

Comme pour le lancement des premiers pains biologiques en 2001, c'est avant tout par conviction que nous avons décidé de mettre en place une politique d'achats responsables pour nos matières premières majeures, que sont la farine et les œufs. La certification Agriculture Biologique (AB) s'appuie sur un cahier des charges précis mais nous voulions aller plus loin pour être en cohérence avec nos valeurs et la philosophie d'une agriculture biologique engagée. Nous avons mis en place, avec nos partenaires, deux filières agricoles de commerce équitable certifiées Agri-Éthique pour notre farine et nos œufs, à proximité de nos sites de production vendéens. Cette démarche sur les achats de matières premières correspond à des investissements financiers conséquents pour l'entreprise mais ils sont en phase avec nos valeurs d'engagements environnementaux et sociétaux.

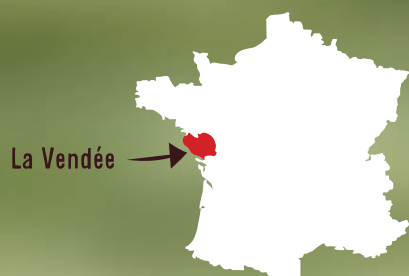
Notre démarche est une réelle démarche d'entreprise, une démarche qui a du sens et qui nous lie les uns aux autres. C'est une démarche vertueuse et positive. Une démarche qui ne se réfléchit pas car nous faisons un geste éthique tous ensemble. Grâce à cette démarche, nous lions des entreprises à des hommes et femmes qui ne savaient pas qu'ils travaillaient les uns pour les autres.

PASCAL PUBERT

Directeur général adjoint de La Boulangère

”

UN FABRICANT FRANÇAIS DE PAINS ET VIENNOISERIES EMBALLÉS



La Boulangère & Co est une entreprise agro-alimentaire française qui fabrique et commercialise des pains et viennoiseries emballés.

Fondée en Vendée en 1985 et riche d'héritages familiaux, La Boulangère & Co allie aujourd'hui savoir-faire boulanger, innovation et performance industrielle. Elle compte, à fin 2017, **1 826 collaborateurs** répartis sur **6 sites de production en France** dont **3 en Vendée** : Beaune (21), Gretz-Armainvilliers (77), Les Herbiers (85), Mortagne-sur-Sèvre (85), Sainte-Hermine (85), Val-de-Saône (76).

Elle distribue des produits accessibles à tous en grande distribution au travers de sa marque **La Boulangère**.

UNE MARQUE CULTURELLEMENT INNOVANTE

En tant que marque ancrée dans son époque, La Boulangère a bien compris les nouveaux enjeux de la vie moderne, ainsi que les attentes de ses consommateurs pour tous les moments et usages. Elle innove donc sans cesse, afin de créer des produits, pratiques d'utilisation et rapides à préparer pour faciliter le quotidien et mieux manger.

LA BOULANGÈRE RÉCONCILIE TROIS ENJEUX DE LA VIE MODERNE :

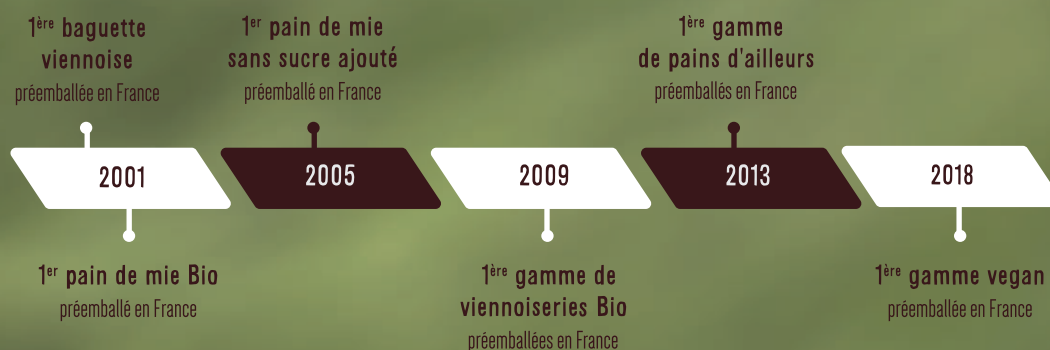
- Mieux manger en faisant attention aux ingrédients utilisés et aux produits achetés
- Cuisiner et préparer ses repas avec toujours de moins en moins de temps
- Se faire plaisir et faire plaisir à ses proches au quotidien

UNE MARQUE QUI INSPIRE :

Afin de répondre à ces trois enjeux, La Boulangère essaie d'apporter des solutions de repas offrant la possibilité :

- De s'orienter vers des produits Bio
- De s'appuyer sur des produits apportant plus de service (produit prêt à l'emploi,...)
- De répondre à chaque instant de consommation en proposant des produits variés.

L'INNOVATION EN QUELQUES DATES-CLÉS:



UN ACTEUR NATURELLEMENT ENGAGÉ DANS LE BIO

En lançant ses premiers pains biologiques en 2001, La Boulangère amorçait son engagement pour une agriculture respectueuse de l'environnement et des Hommes, en s'inscrivant ainsi comme un acteur pionnier dans ce secteur.

2001

La Boulangère lance les deux premiers pains de mie Bio du marché.



2009

La Boulangère lance une gamme complète de viennoiseries Bio.

2014

La Boulangère propose deux nouvelles références :
- le seul pain burger Bio du marché,
- les pains au chocolat Bio pur beurre.



2017

La Boulangère continue d'innover et lance les premiers goûters Bio pour enfants au rayon viennoiseries avec la gamme Bizz proposant trois références (Maxi, Pépites et Eclats Choco).



2018

La Boulangère poursuit son engagement dans le Bio et propose :

- la tartine Bio Quinoa et graines,
- deux pains de mie petites tranches Bio,
- des croissants Bio pur beurre.



Dix-sept ans après le lancement du 1^{er} pain de mie biologique, La Boulangère Bio est la 1^{ère} marque nationale de pain de mie Bio (en volume et en valeur) en Grandes et Moyennes Surfaces.

Elle compte à ce jour **21 références de produits biologiques** :
12 références de pains biologiques et **9 références de viennoiseries biologiques**.

➔ Découvrez l'ensemble de notre gamme en page I4.

LA BOULANGÈRE BIO C'EST :



LA 1^{ÈRE} MARQUE NATIONALE
des rayons pains et viennoiseries Bio
(en volume et en valeur)



+28 % DE CROISSANCE¹
(croissance des ventes valeur
La Boulangère Bio sur le total des
2 catégories)



Pains biologiques La Boulangère :
39% DE PART DE MARCHÉ³



**21 RÉFÉRENCES
BIOLOGIQUES :**
12 pains biologiques
et 9 viennoiseries biologiques



Une marque leader
qui compte **1,4 MILLION** de
foyers de consommateurs²



Viennoiseries biologiques La Boulangère :
53% DE PART DE MARCHÉ³

¹ Source IRI France à P8 2018, en cam ² Source KANTAR, en cam à P6 2018 ³ PDM valeur hors diététique et labo : source IRI France à P8 2018, en cam

POUR UNE PLUS JUSTE RÉMUNÉRATION DES AGRICULTEURS...

QUATRE PROFESSIONS AUTOUR DE LA TABLE POUR ÉTABLIR DES CONTRATS PLUS RESPONSABLES

Suite à la crise de 2007 sur les marchés mondiaux des céréales, La Boulangère et ses meuniers locaux historiques, les Minoteries Planchot et Girardeau, commencent à discuter avec la coopérative agricole vendéenne CAVAC. Objectif : trouver une alternative afin de ne plus subir les fluctuations des cours mondiaux du blé. Après 4 ans d'âpres discussions, le 1^{er} contrat durable, ancêtre du contrat Agri-Éthique France, est signé en 2012 permettant à La Boulangère de s'approvisionner dès 2013 de farines de blé plus responsables. Il s'agit d'un contrat tripartite entre La Boulangère, la coopérative agricole et le meunier.

Pour en arriver là, il a fallu que les quatre professions de la filière travaillent ensemble :

- Le fabricant de pains et viennoiseries
- Les meuniers
- La coopérative agricole
- Les agriculteurs

Auparavant, La Boulangère travaillait uniquement avec ses meuniers. Pour parvenir à une solution viable, il a fallu que toutes les professions se retrouvent autour d'une table et fassent preuve de transparence pour arriver à définir un prix rémunérateur pour l'ensemble des acteurs de la filière.

LES CONTRATS BIO AGRI-ÉTHIQUE DE LA BOULANGÈRE

En novembre 2017, la Boulangère signait un contrat Agri-Éthique France pour le blé Bio afin de bénéficier de la farine dès septembre 2018.

Blé Bio Agri-Éthique	Contrat sur 5 ans	Depuis 09/2018
Oeufs Bio Agri-Éthique	Contrat sur 3 ans	Depuis 01/2018

LES GRANDES ÉTAPES DE LA CRÉATION DE LA DÉMARCHE AGRI-ÉTHIQUE



...AVEC UN PRIX D'ACHAT RÉMUNÉRATEUR SUR UNE DURÉE DÉTERMINÉE



Blé et œufs issus
du commerce
équitable français

**LES CONTRATS AGRI-ÉTHIQUE FRANCE PERMETTENT DE FIXER UN PRIX D'ACHAT
DU BLÉ BIO SUR 5 ANS OU D'OEUFs BIOS SUR 3 ANS.**

LE CALCUL DE CE PRIX D'ACHAT TIENT COMPTE DE PLUSIEURS PARAMÈTRES :

- Les coûts de production et de fonctionnement des différents acteurs
- Une marge permettant de générer un revenu

**DES EXPLOITATIONS AGRICOLES PARTENAIRES AU PLUS PROCHE DES SITES
DE PRODUCTION VENDÉENS**

La Boulangère connaît toutes les exploitations agricoles partenaires qui bénéficient de la rémunération Agri-Éthique France. Ces exploitations fournissent à la coopérative CAVAC les volumes de blé dont La Boulangère a besoin pour fabriquer ses pains et viennoiseries.

UNE DÉMARCHE ENCADRÉE ET ÉVALUÉE

Les agriculteurs engagés doivent respecter un cahier des charges public ou privé reconnu et validé par Agri-Éthique France pour leur production labélisée.

LES PRINCIPAUX CAHIERS DES CHARGES POUR LA FILIÈRE SONT :

POUR LE BLÉ

Bio	Conventionnel (non Bio)
• L'Agriculture Biologique (entre 8 et 10 % des agriculteurs Agri-Éthique France)	• La charte Arvalis (minimum requis pour adhérer au pacte Agri-Éthique France) • Culture raisonnée

POUR LES OEUFs

- Les œufs de poules élevées en plein air
- L'Agriculture Biologique

UNE DÉMARCHE RÉGULIÈREMENT CONTROLÉE

Chaque année, un contrôle des acteurs engagés est mis en place par un organisme indépendant : Certipaq. Cette procédure d'évaluation peut s'appliquer à tous les acteurs impliqués. Elle assure aux consommateurs le bien fondé des engagements Agri-Éthique France et la cohérence de la démarche.

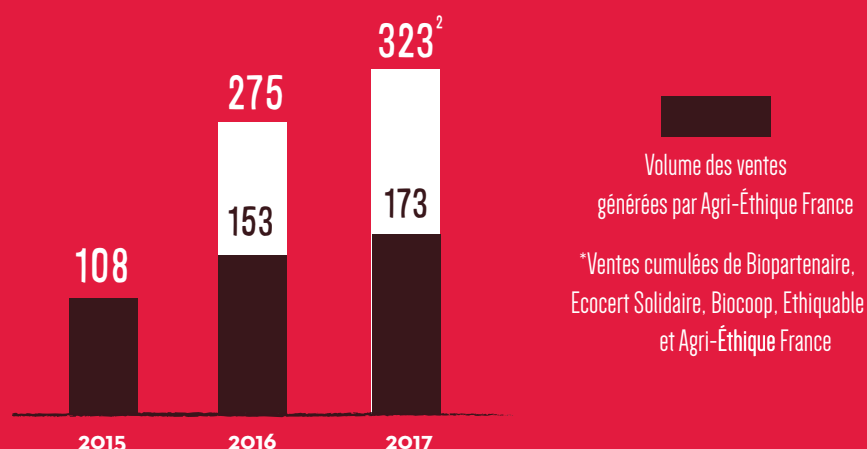
DU COMMERCE ÉQUITABLE NORD/NORD 100% ORIGINE FRANCE...

En s'impliquant dans une démarche d'approvisionnements Agri-Éthique France, La Boulangère crée et soutient des filières agricoles à proximité de ses sites de production vendéens pour la farine et les œufs utilisés dans ses produits.

En s'engageant sur un volume d'achat de farine Bio sur 5 ans et d'œufs Bio sur 3 ans, La Boulangère permet :

- Aux agriculteurs d'aborder l'avenir avec plus de visibilité
- Aux acteurs de toute la filière d'investir et de préserver l'emploi en local
- De soutenir des pratiques sociétales et environnementales plus responsables

LES CHIFFRES DU COMMERCE ÉQUITABLE NORD/NORD FRANCE¹



323
MILLIONS D'EUROS DE VENTE²
(EN VOLUME DE CHIFFRE D'AFFAIRES)

4 500
PRODUCTEURS IMPLIQUÉS³

40
MILLIONS DE PRODUITS VENDUS³

3 500
EMPLOIS MAINTENUS³ DANS 100 PME

¹Sources PFCE ²Chiffres 2017 ³Chiffres 2016

... AVEC UN FORT ANCRAGE LOCAL POUR LA BOULANGÈRE BIO

UNE FABRICATION FRANÇAISE

100%

des produits Bio La Boulangère sont fabriqués en France,

dont **96%**

sur les trois sites de production vendéens
(Les Herbiers, Mortagne-sur-Sèvre et Sainte-Hermine).



NOS SITES DE PRODUCTION VENDÉENS
Les Herbiers, Mortagne-sur-Sèvre, Sainte-Hermine

BLÉ : LES EXPLOITATIONS AGRI-ÉTHIQUE

97 %

des exploitations agricoles partenaires de La Boulangère et engagées dans la démarche Agri-Éthique sont situées en Vendée (85), dans les Deux-Sèvres (79), en Charente-Maritime (17) ou dans la Vienne (86), à proximité immédiate des sites de production vendéens de La Boulangère



NOS SITES DE PRODUCTION VENDÉENS
Les Herbiers, Mortagne-sur-Sèvre, Sainte-Hermine

LES COMMUNES D'IMPLANTATION
DE NOS AGRICULTEURS PARTENAIRES

74

exploitations agricoles partenaires Agri-Éthique France
pour le blé Bio.

OEUF : LES ÉLEVEURS AGRI-ÉTHIQUE

100%

des poules pondeuses d'œufs Bio sont situées
dans les départements de Vendée (85),
Deux-Sèvres (79) et Loire-Atlantique (44).

16

élevages de poules pondeuses partenaires Agri-Éthique France
pour les œufs Bio.



NOS SITES DE PRODUCTION VENDÉENS
Les Herbiers, Mortagne-sur-Sèvre, Sainte-Hermine

UN TISSU DE PARTENAIRES LOCAUX POUR L

LES AGRICULTEURS



BENJAMIN DUPUIS

Éleveur de poules
pondeuses d'oeufs Bio
à Chey (79)

« Pour moi, l'avenir c'est vraiment voir les animaux gambader. On parle beaucoup de bien-être animal aujourd'hui mais je suis vraiment convaincu qu'on peut avoir des résultats beaucoup plus intéressants avec du plein air et avec du Bio. La coopérative nous permet d'avoir des contrats Agri-Éthique France sur trois ans avec des marges garanties donc si on fait correctement notre travail et si l'on est rigoureux, cela ne peut que bien fonctionner. »

Date de création de l'exploitation : 2012
Date de passage de l'exploitation en oeufs Bio : juin 2018
Date du 1^{er} contrat Agri-Éthique Bio : 2018
Élevage : 10 000 poules Bio

Surface intérieure : 1900 m² avec lumière naturelle
Surface extérieure : 70 000 m² avec parcours en herbe et arboré
Projet : installation d'un 2^{ème} poulailler en Agriculture Biologique avec son épouse au printemps 2019



FRANCK BLUTEAU

Agriculteur cultivant du blé
en Agriculture Biologique
à Jard-sur-Mer (85)

« Grâce à Agri-Éthique France, on a enfin une visibilité à 5 ans. Si je sème du blé, je connais mon prix de vente pour l'été prochain et pour les cinq années à venir. C'est totalement inédit comme démarche. Avec un prix garanti par ma coopérative, je couvre automatiquement mes frais de production et m'assure un revenu. Agri-Éthique France c'est un pacte citoyen qui permet de faire vivre le meunier, l'agriculteur, mais aussi le boulanger. »

Date de création de l'exploitation agricole: 1994
Date de passage de l'exploitation en Bio : 2009
Date du 1^{er} contrat Agri-Éthique : 2012
Date du 1^{er} contrat Agri-Éthique Bio : 2018

Surface totale cultivée : 50 ha en prairies naturelles de marais et 230 en cultures
Surface cultivée en Bio : 150 hectares en Bio + 80 en conversion Bio qui seront Bio à partir de la prochaine récolte 2019

LA COOPÉRATIVE AGRICOLE



LUDOVIC BRINDEJONC

Directeur Agri-Éthique
et Directeur RSE de la CAVAC
à La Roche-sur-Yon (85)

« Aujourd'hui, les consommateurs ont conscience que pour manger des produits français et locaux, les agriculteurs doivent pouvoir vivre de leur métier. C'est tout le sens du commerce équitable français dans lequel s'inscrit Agri-Éthique France. Nous favorisons aussi les bonnes pratiques environnementales et le bien-être animal. Et, si toutes nos filières Agri-Éthique France ne sont pas en agriculture biologique, la visibilité que nous donnons à nos agriculteurs partenaires contribue à leur donner confiance et les incite à se convertir au Bio. »

Création du label Agri-Éthique : 2013
4 filières agro-alimentaires : blé, lait, oeufs, porc
1 000 agriculteurs / 37 éleveurs
55 000 tonnes de blé tendre

45 références alimentaires
173 millions d'euros générés par les ventes des produits labellisés Agri-Éthique France

R LA FARINE ET LES OEUFS AGRI-ÉTHIQUE

LE MEUNIER



BERTRAND GIRARDEAU,
Président Directeur Général
Minoterie Girardeau
à Boussay (44)

« Le pacte Blé Agri-Éthique France est une belle et bonne réponse à la fluctuation du marché, il offre une approche équitable et un juste équilibre de la valeur ajoutée entre le meunier, l'agriculteur et le boulanger. Je souhaite que ce pacte se développe dans les années à venir et que mes clients adhèrent à cette démarche. Le blé ne doit plus être une valeur de spéculation mais simplement un composant central de l'alimentation humaine. »

Création en 1895
110 collaborateurs
6 moulins associés

L'INDUSTRIEL



CHRISTOPHE AILLET
Directeur général de
La Boulangère

« L'industrie voit à cinq ans alors que l'agriculture voit à 25 ans. Sur le Bio, s'engager sur cinq ans, c'est le minimum que l'on doit faire pour soutenir l'agriculture française. »



PASCAL PUBERT
Directeur général adjoint
de La Boulangère

« On oublie souvent de dire qu'au travers de la démarche Agri-Éthique France, on a aussi envie que les salariés, et j'en fais partie, soient fiers de leur entreprise. Quand les agriculteurs viennent visiter nos sites de production, on retisse du lien, on crée du lien. S'ils croisent des salariés le dimanche, ils peuvent être amenés à discuter de la démarche. On s'aperçoit qu'en interne, c'est très valorisant. »

UNE NOUVELLE IDENTITÉ EN PHASE AVEC NOS E

La Boulangère fait évoluer son logo, son univers graphique ainsi que les informations présentes sur le packaging de ses produits.

2010 :



2018 :



« Les études marketing menées récemment auprès des consommateurs aboutissent à des conclusions très claires », indique Frédérique Fillon-Soullard, Chef de groupe marketing au sein de La Boulangère : « Notre marque et nos produits jouissent d'une excellente image. À La Boulangère sont associées les notions de savoir-faire boulanger, de recettes et d'ingrédients de qualité, de forte authenticité et de modernité conjuguées. Nos packagings ne véhiculaient pas assez nos valeurs, nos engagements environnementaux et sociétaux qui nous différencient de nos concurrents. En réponse, La Boulangère a donc décidé de faire évoluer son identité, sa charte graphique et l'ensemble de son discours. »

B'ATTITUDE : DES ENGAGEMENTS EX

B'Attitude, ce sont les engagements expliqués aux consommateurs sur nos packagings et notre site web dédié. Ils s'articulent autour des quatre piliers suivants :



1/ ENGAGEMENT ÉCOLOGIQUE :
l'engagement dans les produits biologiques et les initiatives environnementales de l'entreprise

Des produits Bio depuis 2001

Convaincus de l'intérêt d'une agriculture respectueuse de l'environnement et des Hommes, nous fabriquons des produits biologiques depuis 2001.

De l'électricité verte pour la fabrication de nos produits à marque La Boulangère

La Boulangère a choisi d'utiliser de l'électricité verte pour la fabrication de ses produits à marque La Boulangère depuis le 1^{er} janvier 2017. Cet engagement est certifié par un organisme indépendant pour chacun de nos six sites de production, avec des garanties d'origine attestant que La Boulangère s'approvisionne en électricité verte.

Du biogaz local comme source d'énergie et carburant

Nous avons soutenu la mise en place de l'unité de méthanisation Agribiométhane, la première en France à produire à partir de la fermentation d'effluents d'élevage et sous-produits alimentaires un gaz vert : le biométhane. Ce biogaz est produit et directement injecté sur le réseau GRDF à proximité de notre site de Mortagne-sur-Sèvre en Vendée, où il alimente en partie nos fours de cuisson. Le fonctionnement de nos fours 24h/24h week-end compris permet à l'unité de méthanisation de ne pas brûler l'excédent de production de biogaz lorsque la consommation des foyers locaux diminue.

Ce biogaz est également compressé pour être distribué à la station AgriCarbur attenante sous forme de BioGNV (biométhane carburant), un carburant 100 % renouvelable. Ce carburant réduit les émissions de gaz à effet de serre de 80 % par rapport aux carburants traditionnels. Il était donc logique pour nous d'investir dans deux camions roulant au bioGNV dès l'ouverture de la station AgriCarbur.

S ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIÉTAUX

LE COQUELICOT ROUGE, SYMBOLE DE NATURALITÉ ET DE BIODIVERSITÉ

Le logo évolue mais conserve son code couleur rouge. Il rend plus apparent le coquelicot, marqueur historique de la marque. Il correspond parfaitement à La Boulangère car il est synonyme de naturalité et de biodiversité. Le coquelicot était déjà présent dans le précédent logo mais il était peu lisible et rendait la lecture du nom de la marque La Boulangère difficile.

UN NOM DE MARQUE PLUS LISIBLE

La typographie manuscrite évoque la tradition boulangère et reflète la proximité de la marque avec ses partenaires et ses consommateurs. Le marron, couleur de la terre, fait écho aux engagements de la marque en matière d'achats responsables de matières premières.

UN DÉPLOIEMENT IDENTITAIRE PROGRESSIF

Cette nouvelle identité graphique sera effective au 1^{er} octobre sur l'ensemble de la gamme Bio et sera ensuite déployée sur l'ensemble de la gamme conventionnelle à partir du second trimestre 2019.

EXPLIQUÉS AUX CONSOMMATEURS

Un engagement citoyen

Depuis 2017, nous sommes membre du réseau 1% for the Planet et reversons 1% de notre chiffre d'affaires La Boulangère Bio à des associations porteuses de projets pour la planète. Ainsi, en achetant les produits La Boulangère Bio, le consommateur contribue à la mise en place de projets associatifs respectueux de l'environnement.



2/ COMMERCE ÉQUITABLE : Une rémunération juste et équitable pour les agriculteurs nous fournissant notre blé et nos œufs

Solidaires avec nos partenaires Agri-Éthique France, nous nous engageons sur le long terme en garantissant des volumes et un prix d'achat fixe et équitable pour le blé et les œufs, favorisant ainsi la pérennité de leur exploitation.



3/ LOCAL : Des filières agricoles de proximité pour notre farine et nos œufs

Nous créons et soutenons les filières agricoles pour notre farine et nos œufs à proximité de nos sites vendéens.



4/ SIMPLE ET BON : Rappel des informations concernant la composition de nos produits

Nous sélectionnons des œufs Bio et de la farine de blé Bio issus du commerce équitable français. Nos pains et viennoiseries ne contiennent pas d'huile de palme.



Ces engagements seront détaillés sur le site web dédié à la gamme La Boulangère Bio, en ligne début octobre 2018, pour les consommateurs désireux d'en savoir plus.
bio.laboulangere.com

LA GAMME BIO DE LA BOULANGÈRE

12 PAINS BIOLOGIQUES

Les pains de mie



Les pains d'accompagnement à table



Les baguettes viennoises



Les pains d'ailleurs



LES 3 INNOVATIONS DU 2^{ÈME} SEMESTRE 2018

Pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs de produits biologiques, La Boulangère lance au 2^{ème} semestre 2018 trois innovations Bio :



PAIN DE MIE BIO
NATURE
PETITES TRANCHES



PAIN DE MIE BIO
À LA FARINE COMPLÈTE
PETITES TRANCHES

LA GAMME BIO DE LA BOULANGÈRE

9 VIENNOISERIES BIOLOGIQUES

Les viennoiseries individuelles



Les viennoiseries familiales



Les viennoiseries enfants



Nouveaux packs de la gamme Bio Bizz en 2019



DES CROISSANTS BIO
PUR BEURRE



Fondée en Vendée en 1985, La Boulangère ne cesse d'innover pour proposer des pains, des brioches et des viennoiseries à la fois gourmands, pratiques d'utilisation et rapides à préparer pour faciliter le quotidien des Français et mieux manger.

En tant que marque ancrée dans son époque, elle a bien compris les nouveaux enjeux de la vie moderne, ainsi que les attentes et usages de ses consommateurs.



bio.laboulangere.com

En ligne début octobre 2018



[@LaBoulangereOfficielle](https://www.facebook.com/LaBoulangereOfficielle)



[la.boulangere](https://www.instagram.com/la.boulangere)



[@la_boulangere](https://twitter.com/la_boulangere)



[La Boulangère](https://www.youtube.com/LaBoulangere)

CONTACTS PRESSE

Marie-Antoinette
RELATIONS PUBLICS

Gaëlle Huot & Emmanuelle Mathioudakis-Burney

laboulangere@marie-antoinette.fr

01 55 04 86 40