

À L'OCCASION DU SIRHA BAKE & SNACK, BRIDOR RÉVÈLE SES INNOVATIONS PRODUITS 2026

À l'occasion du SIRHA Bake & Snack 2026, qui se tient à Paris jusqu'au 21 janvier, Bridor dévoile une sélection de nouvelles créations sucrées et salées. Portées par quatre grandes tendances du marché – l'ultra-gourmandise, l'authenticité, le co-branding et la culinarité nomade – ces nouveautés illustrent pleinement l'ambition de Bridor d'accélérer sa dynamique d'innovation.

Au total, 20 nouvelles recettes font leur entrée au catalogue. Tout en s'inscrivant dans la continuité de l'ADN de qualité de Bridor, elles ont été pensées pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et accompagner les professionnels face aux évolutions d'un marché en perpétuelle transformation.

L'ultra-gourmandise : un appel au plaisir et à la générosité

Comme une invitation à renouer avec une joie simple et profondément régressive, la gourmandise s'affirme aujourd'hui de manière beaucoup plus décomplexée. C'est une tendance reconfortante qui séduit autant les adultes en quête de régression que les jeunes générations.

Les consommateurs plébiscitent des produits avec des toppings visibles et généreux, des jeux de textures (croquant vs moelleux) et des visuels colorés, très instagrammables.

Les codes du foodporn inspirent fortement cette tendance, avec des produits très visuels, riches en textures et en contrastes. Le topping et le fourrage deviennent de véritables déclencheurs d'envie en renforçant la générosité perçue.

Chiffres clés :

3 consommateurs français sur **4**
s'accordent une gourmandise au moins une fois
par semaine².

3 consommateurs français sur **4**
auraient envie de consommer des viennoiseries
décorées sur le dessus : pépites de chocolat,
sucre glace, graines, éclats de fruits secs...³

²Source : Glanbia Nutritionals - Consumers Crave
Conscious Indulgence in Snacking - 2023

³Source : Etude Bridor réalisée auprès de 1000 personnes
représentatives de la population française - Août 2024

En réponse à cette tendance, Bridor lance deux nouveautés :



Le Finger Pistache Chocolat 90g

Le Finger Pistache Chocolat associe un feuilletage pur beurre croustillant à un fourrage généreux à la pistache et aux pépites de chocolat. Un topping de pistaches grillées vient renforcer la gourmandise et le croquant. Son format 90 g en fait un produit idéal pour toutes les pauses sucrées de la journée.

Le Roulé Praliné Noisette 100g

Pensé pour séduire un très large public, le Roulé Praliné Noisette offre un cœur fondant praliné noisette-amandes (28% de fourrage). Son topping de noisettes apporte un contraste de textures et un visuel attractif. Un produit ultra-gourmand, particulièrement adapté aux coffee shops et aux offres snacking premium.



L'authenticité : un véritable retour à l'essentiel

Face à un marché de plus en plus sophistiqué, l'authenticité devient une valeur refuge, aussi bien pour les consommateurs que pour les artisans. Elle s'exprime à travers la simplicité des recettes, l'esthétique brute et le respect du geste boulanger : les artisans renouent avec le temps long, la fermentation naturelle, la traçabilité des farines et la valorisation des terroirs. Le rustique revient en force, dans une version assumée et très gourmande avec des formats généreux, une esthétique brute et esprit fait maison créent une vraie désirabilité.

Cette tendance est particulièrement visible sur le marché du pain, avec un engouement marqué pour les pains au levain et aux graines.

Pour y répondre, Bridor poursuit et renforce sa collaboration avec Frédéric Lalos, Meilleur Ouvrier de France boulanger, engagée depuis 2010. Ensemble, les deux acteurs ont développé des recettes exclusives, élaborées à partir de levains fabriqués par Bridor, avec une attention particulière accordée aux saveurs et aux textures ainsi qu'une cuisson sur sole de pierre. Cette année, deux incontournables de la collection sont désormais proposés en version 700 g, spécialement conçue pour les buffets hôteliers :



Le Grand Pochon 700g

Un grand pain au visuel rustique, élaboré avec du levain de blé et caractérisé par des notes de sarrasin apportant du caractère et une vraie signature gustative.

Le Grand Céréalié 700g

Un pain au levain de blé enrichi d'un mélange généreux de graines (sésame, lin brun, lin jaune, flocons de blé et tournesol), apportant de la gourmandise et une texture croquante.

Cette offre est complétée par deux nouveaux petits pavés de 60 g, conçus pour apporter diversité, raffinement et praticité aux offres des hôteliers :

Le Pavé aux graines 60g

Un petit pain généreux offrant une richesse aromatique et une texture gourmande grâce à un mélange de graines dans la pâte et en topping (tournesol, quinoa, chia, amarante, millet). Son levain aux céréales lui confère une profondeur gustative unique.

Le Pavé à l'épeautre 60g

Le Pavé à l'épeautre est élaboré avec un mélange de farines de blé, d'épeautre, d'orge et de blé maltés pour une mie couleur crème et des notes céréalières. Il se distingue par son topping original mêlant quinoa jaune, quinoa blanc et flocons d'épeautre.



Le co-branding : des signatures qui font la différence

Troisième tendance de 2026, le co-branding répond à un besoin fort de réassurance et de réconfort émotionnel : face à un quotidien accéléré, les consommateurs se tournent vers des saveurs familières et des marques qui évoquent les souvenirs d'enfance et les moments de partage.

Les collaborations avec des marques iconiques permettent de créer des produits immédiatement identifiables, ludiques et gourmands. Ces partenariats apportent une connivence et une nostalgie assumée ainsi qu'une forte valeur perçue en point de vente.

Chiffres clés :

73%

des Français achètent du pain au levain¹

86%

des Français achètent des pains aux graines¹

¹Source : Étude Bridor réalisée auprès de 1000 personnes représentatives de la population française - août 2024

Chiffre clé :

70%

des consommateurs déclarent que le fait que les desserts soient fabriqués avec des marques de biscuits et de chocolats connues est un moteur d'achat important⁴

⁴Source : Étude quantitative online menée par Foodservice Vision pour Mondelez en janvier 2024 auprès de 600 consommateurs de dessert en RHD

En réponse à cette tendance, Bridor lance deux nouveautés en collaboration avec des marques emblématiques :



Le Finger Choclat Milka® 90g

Après le succès du Roulé au chocolat Milka®, Bridor lance le Finger Choclat Milka® : une viennoiserie gourmande et ultra-régressive avec 37% de fourrage crème pâtissière et pépites de chocolat Milka®. Sa forme finger est très adaptée à la consommation nomade. Un produit qui illustre parfaitement l'attractivité du co-branding : 66 % des consommateurs français pensent qu'une viennoiserie Milka® est plus gourmande qu'une viennoiserie au chocolat classique (source : Étude Bridor réalisée auprès de 800 personnes représentatives de la population française - Septembre 2025).

Le Mini Feuilleté La Vache qui rit® 40g

Bridor enrichit également son offre salée avec une nouvelle version de son feuilleté La Vache qui rit® en format mini. Il associe un feuilletage croustillant et doré au goût iconique de La Vache qui rit®, marque mondialement connue depuis plus de 100 ans. Adapté à tous les moments de consommation, il trouve aussi bien sa place dans les offres des coffee shops qu'en hôtellerie ou en supermarché.



La culinarité nomade : une nouvelle façon de consommer le pain et la viennoiserie

Cette dernière tendance traduit un nouveau rapport à l'alimentation, plus spontané, sensoriel et nomade. Portée par des modes de vie plus rapides et plus urbains, elle allie mobilité, praticité et créativité sans renoncer à la qualité ni au plaisir.

Le pain et le feuilleté deviennent de véritables supports culinaires, inspirés de la street food et des cuisines du monde.

Ces produits doivent être beaux, bons, pratiques et consommables à tout moment de la journée, chauds ou froids.

Chiffres clés :

En Europe,

77% de la Gen Z

72% des Millennials

achètent chaque mois des repas
« on-the-go »⁵

⁵Source : source : Accio / Mc Kinsey - Grab and go food trends - 2025

Pour répondre à cette tendance, Bridor dévoile quatre nouvelles créations :



Le Roulé Tomates Marinara 100g

Feuilleté salé mettant à l'honneur les saveurs méditerranéennes, ce Roulé végétarien associe un feuilletage pur beurre à un cœur très généreux avec 29% de garniture inspirée de la sauce marinara italienne (tomate, mozzarella, oignons, basilic, ail et huile d'olive extra vierge). Son format est idéal en accompagnement d'un repas ou pour une pause gourmande, à savourer chaud ou froid.

Le Roulé Pesto 100g

Le Roulé Pesto se distingue par son cœur au goût intense : 29% de garniture onctueuse réalisée avec un pesto au fromage et au basilic. Son feuilletage pur beurre lui confère une belle couleur dorée et son format de 100g en fait une solution snacking particulièrement adaptée aux nouveaux usages nomades.





Le Délice Tomates et Fromage de chèvre 100g

Ce feuilleté se distingue par sa garniture aux saveurs ensoleillées, qui allie l'intensité du fromage de chèvre à la fraîcheur d'une sauce tomate cuisinée avec du basilic, des oignons et de l'ail. Un mariage de saveurs intemporel, sublimé par un topping de graines de courge concassées pour apporter de la couleur et du craquant à ce snack gourmand.



Le Délice Feta et Épinards 100g

Une savoureuse recette végétarienne réalisée avec de la feta AOP et des épinards (28% de garniture). Des saveurs très appréciées et un feuilletage croustillant et doré, pour un produit qui plaira au plus grand nombre !



EN 2026, LA COLLECTION « ÉCLAT DU TERROIR » FÊTE SES 20 ANS



Au-delà du lancement de ces innovations, l'année 2026 marque pour Bridor l'anniversaire d'une collection iconique, reflet de son ADN historique : Éclat du Terroir.

Créée il y a deux décennies avec et pour les artisans boulangers, Éclat du Terroir a été pensée dès l'origine comme une solution professionnelle répondant à leurs exigences de qualité, de régularité et de différenciation. Plébiscitée depuis 20 ans pour ses spécificités techniques et son rendu en point de vente, Éclat du Terroir est la marque de croissants la plus achetée par les boulangers (source : Étude interne réalisée par Food Service Vision en 2022. Données collectées auprès de 140 boulangers acheteurs de viennoiseries surgelés, représentatifs du secteur sur de nombreux critères.)

La gamme bénéficie également d'une forte reconnaissance consommateurs, avec un croissant classé numéro 1 des panels consommateurs depuis dix ans (source : panels consommateurs Actalia).

En constante évolution, la gamme s'est enrichie en 2023 avec ARTY, une ligne de viennoiseries aux formes graphiques et contemporaines, illustrant la capacité de Bridor à innover et réinventer les grands classiques de la viennoiserie.

À propos de Bridor

Leader dans la fabrication de produits de boulangerie surgelé premium et entreprise appartenant au Groupe Le Duff, Bridor conjugue savoir-faire boulanger et excellence industrielle depuis plus de 30 ans pour proposer des produits de haute qualité, inspirés des cultures boulangères du monde dans plus de 100 pays.

Contact presse

