

Fibres et protéines du pain : des atouts à mieux faire connaître

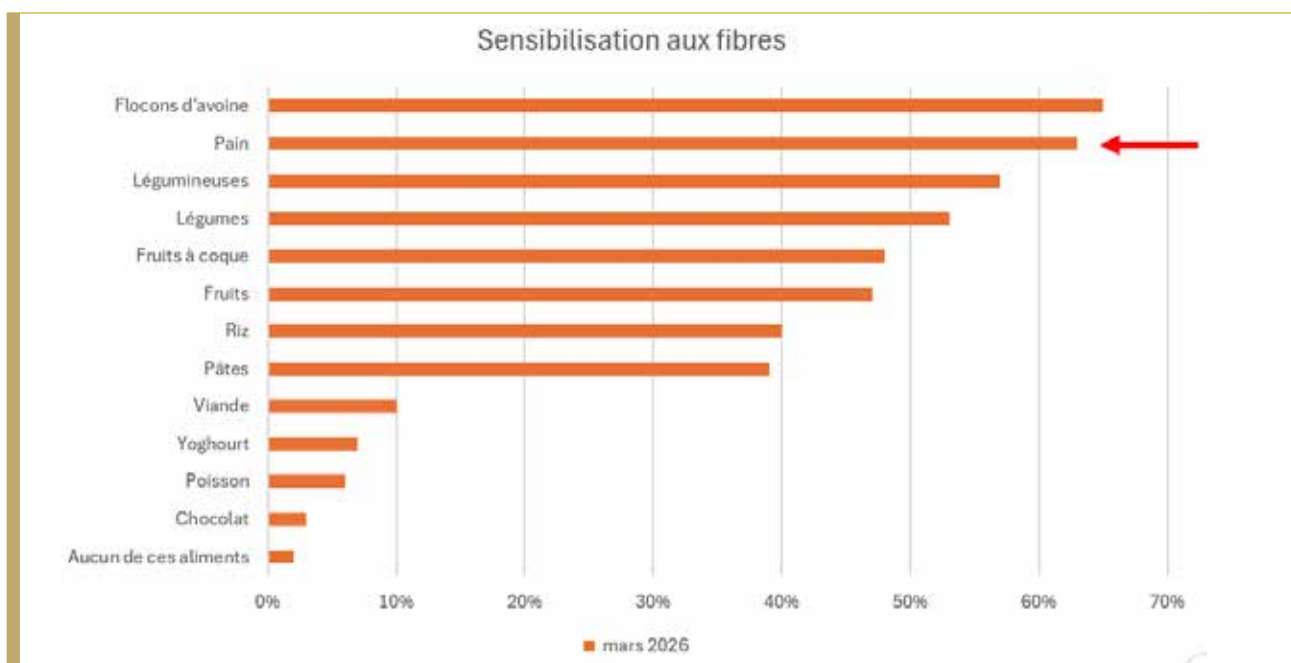
D'après une récente enquête de l'Institut Pain & Santé asbl auprès des consommateurs (réalisée par Profacts en mars 2026), le pain dispose encore d'un fort potentiel pour mieux faire connaître ses atouts nutritionnels en matière de fibres et de protéines végétales. C'est pourquoi l'Institut Pain & Santé asbl, en tant que représentant de l'ensemble du secteur de la boulangerie, continue de miser sur une information claire et scientifiquement fondée afin de renforcer la confiance dans le pain et de souligner son rôle comme aliment essentiel, nutritif et durable.

Les fibres : bien connues, mais pas encore une évidence

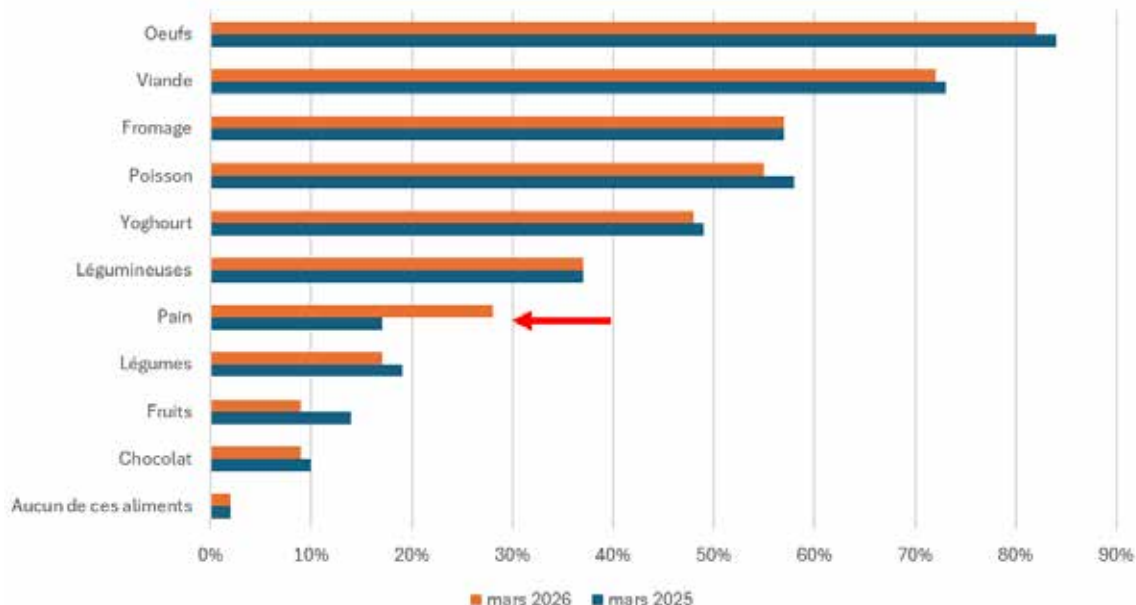
Le pain contribue aux apports en fibres. Pourtant, l'étude montre que seuls 63 % des Belges en sont conscients. Les jeunes sont les moins bien informés : seuls 47 % des 18-35 ans savent que le pain contient des fibres. Ce chiffre est surprenant, surtout à une époque où des tendances comme le *fibremaxxing*, autrement dit le fait d'augmenter volontairement sa consommation de fibres, connaissent un succès croissant. Ce constat met en évidence la nécessité de mieux valoriser les fibres dans la communication de tous les jours, tant auprès des consommateurs que des professionnels.

L'intérêt pour les protéines grandit, mais les jeunes restent à la traîne

L'enquête montre que la perception du pain comme source de protéines est encore limitée en Belgique. Seuls 28 % des consommateurs savent que le pain contient des protéines végétales. Toutefois, une évolution positive se dessine : ce pourcentage a augmenté de 11 % au cours de l'année écoulée. Cette progression montre clairement que les efforts ciblés de l'Institut Pain & Santé asbl portent leurs fruits. La différence entre les régions est frappante : en Flandre, la hausse est plus marquée (14 %) qu'en Wallonie (7 %). Cela pourrait s'expliquer par l'effet de la communication conjointe menée avec les Pays-Bas, dont bénéficient



Sensibilisation aux protéines



les consommateurs flamands. On observe également des différences selon la tranche d'âge. Les consommateurs plus âgés de 55 ans et plus (33%) sont davantage conscients de la présence de protéines dans le pain que les jeunes (24%). Une communication ciblée sur les protéines du pain, tout comme sur les fibres, est et restera importante dans les années à venir.

Le pain, un concentré de nutriments

Outre des fibres et des protéines végétales, le pain apporte de précieuses vitamines du groupe B, du fer et des glucides complexes. Il peut être considéré comme un véritable concentré de bons nutriments. L'enquête montre également que 78% des Belges sont d'accord avec cette affirmation, mais que, là aussi, la jeune génération des 18-35 ans obtient un score plus faible : en effet, seuls 67% des jeunes soutiennent cette affirmation. Il reste donc clairement une marge de progression grâce à une communication efficace pour mieux positionner le pain comme aliment de base nutritif et accessible au quotidien.

Demande de subvention européenne : une nouvelle étape

Afin d'amplifier encore l'impact, l'Institut Pain & Santé asbl a de nouveau introduit, au nom de l'ensemble du secteur de la boulangerie, une demande de subsides européens pour une campagne de trois ans dédiée au pain, de 2027 à 2029, en collaboration avec les Pays-Bas. La campagne entend mettre l'accent sur la valeur nutritionnelle du pain, avec une attention particulière pour les protéines végétales et les fibres.

En septembre/octobre, nous saurons si notre demande a été retenue. Une décision favorable permettrait à notre secteur, dans les années à venir, de mieux faire connaître le pain, de renforcer la confiance qu'il inspire et de valoriser ses qualités nutritionnelles.

En 2026, cap sur les fibres

En 2026 également, nous poursuivons nos actions de communication pour accroître le niveau de connaissance sur le pain, en privilégiant une communication claire et positive, accompagnée de conseils pratiques sur les fibres. Les professionnels de la nutrition jouent ici un rôle clé : ils accompagnent chaque jour les consommateurs dans leurs choix alimentaires. C'est pourquoi nous développons de nouveaux supports destinés à leur pratique, ainsi qu'une nouvelle page consacrée aux fibres sur notre site, afin de permettre aux professionnels d'encore mieux accompagner leurs clients. Pour vous aussi, en tant qu'artisan boulanger, il est essentiel de continuer à partager les connaissances sur les fibres avec vos clients. En unissant nos efforts de communication, nous renforçons la confiance dans le pain, valorisons ses atouts et contribuons ainsi à soutenir sa consommation.

