

Ecrit par le 12 février 2026

Marie Blachère dans Capital, « la reine incontestée des boulangeries »



Ce dimanche 19 janvier, l'émission Capital, présentée par Julien Courbet, est entrée dans les coulisses de l'enseigne de boulangerie [Marie Blachère](#), dont le siège est basé à Châteaurenard. Ce reportage intitulé 'Marie Blachère : qui peut détrôner la reine des boulangeries pas chères ?' est disponible en replay sur le site de la chaîne télévisée M6.

L'enseigne de boulangerie, sandwicherie et tarterie Marie Blachère a fait l'objet d'un reportage par les équipes de l'émission Capital, diffusée sur M6. Ce reportage, que les téléspectateurs ont pu regarder ce dimanche 19 janvier, était scindée en deux parties dédiées aux enseignes Intermarché et Marie Blachère, ainsi qu'à leur stratégie pour se placer devant leurs concurrents.

La seconde partie de l'émission concernait Marie Blachère, société du [Groupe Blachère](#), basé à

Ecrit par le 12 février 2026

Châteaurenard dans les Bouches-du-Rhône. Dans ce reportage 'Marie Blachère : qui peut détrôner la reine des boulangeries pas chères ?', Bernard Blachère, fondateur et président de l'enseigne, ouvre les portes des boulangeries qui ont conquis le cœur des Français, mais aussi des étrangers puisque Marie Blachère est présente au Luxembourg, en Belgique, au Portugal, ou encore aux États-Unis. L'enseigne a d'ailleurs été qualifiée de « meilleure chaîne de boulangerie pour la santé » d'après une enquête d'[UFC-Que Choisir](#).

[Marie Blachère, meilleure chaîne de boulangerie pour la santé](#)

Le reportage de Capital met en lumière la stratégie de Marie Blachère pour obtenir un tel succès auprès des consommateurs. « De la convivialité et une bonne dose de stratégie », peut-on entendre durant l'émission. On y voit les collaborateurs de l'enseigne, du boulanger au vendeur, en passant par les équipes de direction. Le téléspectateur en apprend plus sur le fonctionnement de l'entreprise, notamment sa stratégie de mise en place d'offres spéciales comme le '3+1 gratuit' ou le '4 pour 5€' qui répondent aux défis de l'inflation, de la montée en puissance du snacking, et des innovations.

[Après le 3+1, Marie Blachère lance le 4 pour 5€](#)

Pour accéder au replay du reportage, [cliquez ici](#).

Marie Blachère en chiffres

- **1,1 milliard** d'euros de chiffre d'affaires en 2023
- **12 000** collaborateurs
- Plus de **850** boutiques
- **380 millions** de baguettes vendues par an

Après le 3+1, Marie Blachère lance le 4 pour

Ecrit par le 12 février 2026

5€



Afin de répondre aux offres spéciales 'inflation' de ses concurrents dans le secteur de la restauration rapide ou du snacking, le précurseur du '3+1 gratuit' lance une nouvelle formule pour les petits budgets.

[La chaîne de boulangerie Marie-Blachère](#), dont le siège est basé à Châteaurenard après avoir déménagé des Angles l'an dernier, vient de lancer une nouvelle formule : 'Le p'tit malin'.

Le principe ? Le client peut choisir 4 produits salés ou sucrés parmi une sélection comprenant des croque-monsieur (jambon ou fromage), des sandwichs (jambon-beurre ou viennois au thon), des cookies, des donuts ainsi que des boissons de 33cl ou 50 cl.

L'offre, intitulée 'Je prends ce que je veux tout au long de la journée' a débuté depuis le 22 février dernier. Pour l'enseigne, il s'agit de proposer « le bon produit au bon prix ». C'est donc dans cette

Ecrit par le 12 février 2026

dynamique et pour contrer l'inflation, que le numéro 1 de la boulangerie française fondé par [le Groupe Blachère](#) (voir en fin d'article) a créé cette formule.

« En fonction de son envie, le client pourra composer son menu. Il lui sera possible par exemple de prendre deux sandwichs et deux boissons ou 4 cookies pour le goûter des enfants ou un croc, deux boissons et un donut », explique [l'enseigne désignée l'an dernier meilleure chaîne de boulangerie pour la santé par l'UFC-Que choisir](#) qui avec cette offre entend répondre aux formules à bas prix des grandes enseignes de fast-food.

Plus de 780 boulangeries pour près de 1,1 milliards de CA

Crée par Bernard Blachère, qui lui a donné le nom de sa fille, l'enseigne Marie Blachère a vu le jour en 2004 à Salon-de-Provence. Aujourd'hui, elle compte plus de 780 boulangeries, principalement en France mais aussi au Portugal, au Luxembourg, en Belgique ainsi qu'à New-York depuis 2019 où l'enseigne dispose d'une boutique à Great Neck, situé sur Long Island à proximité immédiate de la 'grosse pomme' ainsi qu'un autre site à Greenwich Village, en plein cœur de Manhattan. En moyenne, Marie Blachère ouvre 2 boulangeries par semaine dont le chiffre d'affaires s'élève à 1,3M€ par unité. Elle a aussi développé [le concept de Café Marie Blachère](#) (une quinzaine d'ouvertures prévues en 2024) et celui de [Pizzette](#).

Avec un chiffre d'affaires de plus d'un milliard d'euros en 2023, l'enseigne est aujourd'hui la troisième chaîne de restauration rapide derrière McDonald's et Burger King.

Propriété du Groupe Blachère qui a été créé en 1985, Marie Blachère côtoie les autres marques du groupe familial comme [Provenc'halles](#), l'enseigne historique, ou bien encore [Mangeons frais](#).

L'ensemble regroupe plus de 12 000 collaborateurs et recrute environ un millier de personnes chaque année.

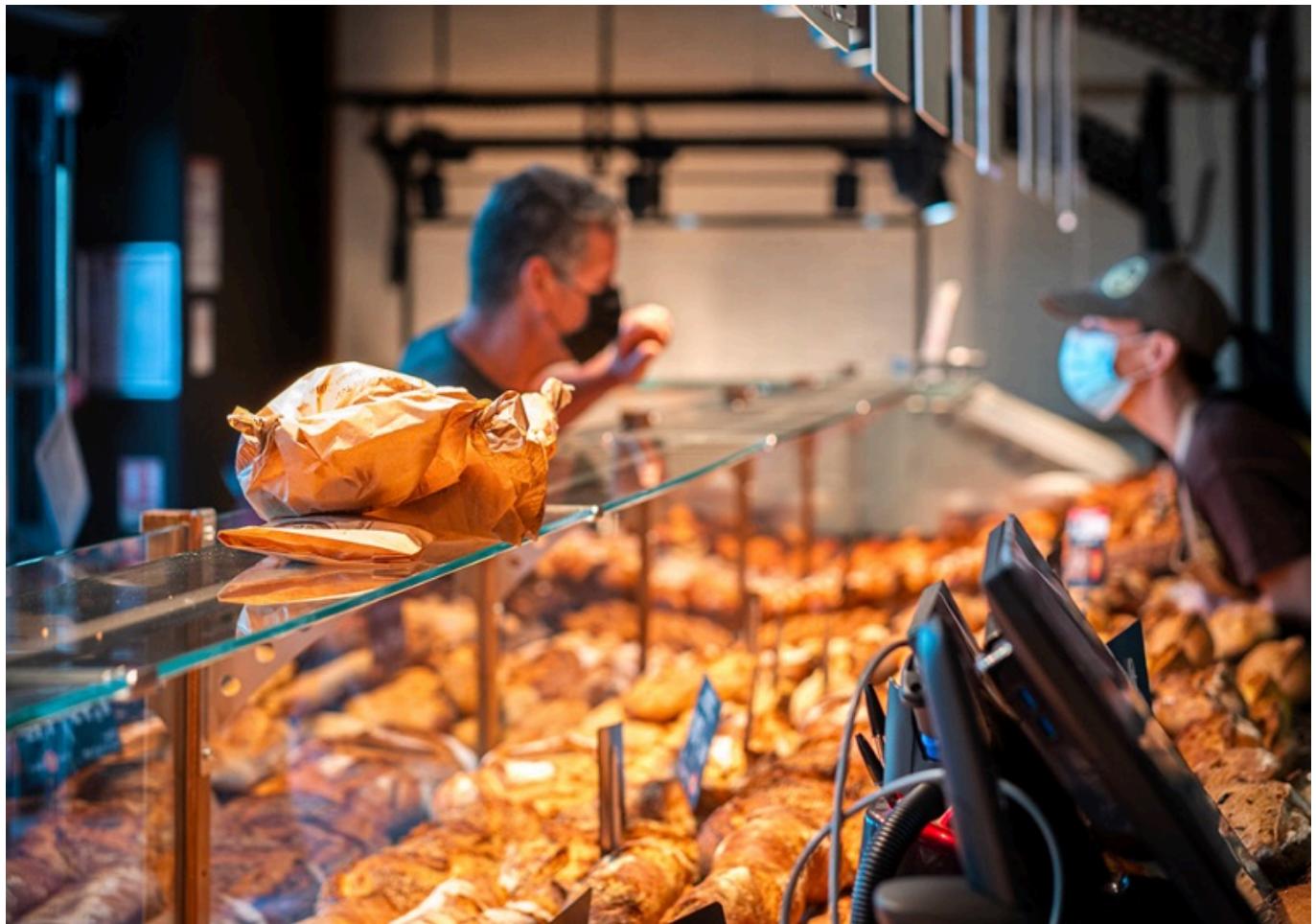
Ecrit par le 12 février 2026

The advertisement features the Marie Blachère logo at the top left. To the right, it says "TOUTE LA JOURNÉE" and "Le P'tit Malin". Below this, there are six food items arranged in two rows of three: a sandwich labeled "THON-CRUDITÉS", a sandwich labeled "CROC-FROMAGES", a sandwich labeled "JAMBON-BEURRE", a sandwich labeled "CROC-JAMBON", a cookie labeled "COOKIE", and a donut labeled "DONUT". In the center is a large red circle containing the text "5€" above "4 = PRODUITS". At the bottom right, there are several small bottles of soft drinks labeled "BOISSON 33CL, VOLVIC 50CL". The bottom half of the ad has the slogan "PRENDIS C'QUE TU VEUX!" in large white letters.

La nouvelle offre de Marie-Blachère entend concurrencer les offres 'petits prix' des autres grandes enseignes de la restauration rapide. © DR-Marie Blachère

Ecrit par le 12 février 2026

Blachère s'associe à Too good to go pour lutter contre le gaspillage



Le groupe de restauration snacking [Blachère](#) signe un partenariat avec l'application anti-gaspillage [Too good to go](#). Plus de 90% des enseignes [Marie Blachère](#), [Provenc'halles](#) et [Mangeons Frais](#) proposent désormais des paniers sur l'application. L'objectif de cette collaboration est de sauver 1 million de repas par an dans les trois enseignes, et à terme, d'atteindre zéro gaspillage alimentaire en magasin.

[Le groupe Blachère, dont le siège est basé à Châteaurenard](#), avait déjà mis quelques actions en place afin

Ecrit par le 12 février 2026

de participer à la lutte contre le gaspillage alimentaire. Ses enseignes faisaient notamment des réductions de -50% sur la plupart de leurs produits durant les 30 minutes avant leur fermeture chaque jour.

Ce partenariat avec Too good to go prouve l'investissement du groupe Blachère dans cette cause. Désormais, près de 870 points de vente, dont 710 boulangeries Marie Blachère et 160 magasins de fruits et légumes Provenc'halles et Mangeons Frais proposent des paniers qui sont à commander sur l'application et à venir récupérer en boutique. Pour le moment, seulement 90% des enseignes du groupe y participent mais l'objectif à terme est d'atteindre les 100%. « La réduction du gaspillage alimentaire ne peut se faire sans les grands acteurs de l'industrie alimentaire et nous sommes très heureux que le Groupe Blachère rejoigne Too Good To Go », affirme [Sarah Chouraqui](#), directrice générale de l'application.

Ainsi, les utilisateurs de l'application Too good to go pourront trouver des paniers mixtes à 5€ et à 9€ (au lieu de 15€ et 27€) dans les boulangeries Marie Blachère, ainsi que des paniers de fruits et légumes à 4,99€ (au lieu de 15€) dans les magasins Mangeons Frais et Provenc'halles.

V.A.

Marie Blachère a ouvert 79 boulangeries en 2021

Ecrit par le 12 février 2026



En 2021, le groupe Blachère a ouvert 79 boulangeries Marie Blachère. L'enseigne regroupe ainsi désormais plus de 664 magasins.

Créé en 2004 par Bernard Blachère, avec une première implantation à Salon-de-Provence, le concept des boulangeries traditionnelles Marie Blachère propose une fabrication sur place tout au long de la journée. Un modèle qui s'est peu à peu imposé sur le segment des offres promotionnelles permanentes en développant le '3+1' sur plus de 35 produits, le '-50%' la dernière demi-heure d'ouverture des magasins ainsi que des promotions hebdomadaires... L'enseigne, qui accueille plus de 500 000 clients quotidiennement, propose également un choix de 3 modes de cuisson pour ses baguettes.

Aujourd'hui, Marie Blachère est principalement présent en France mais aussi au Portugal, au Luxembourg, en Belgique ainsi qu'à New-York depuis 2019 où l'enseigne dispose d'une boutique à Great Neck, situé sur Long Island à proximité immédiate de la 'grosse pomme' ainsi qu'un autre site à Greenwich Village, en plein cœur de Manhattan.

Le groupe veut accélérer sur les franchises

Alors qu'en moyenne chaque boulangerie génère un chiffre d'affaires de plus de 1M€, Marie Blachère entend poursuivre le développement de son réseau avec l'ouverture prévue de 70 boutiques en 2022 dont plusieurs franchisés.

Concernant les franchises « nous prévoyons une dizaine d'ouverture en 2022, confirme [Jean-Marc Conrad](#), directeur du pôle franchise et restauration du groupe. Nous souhaitons partager notre savoir-faire avec des femmes et des hommes passionnés qui nous ressemblent, courageux, travailleurs, investis

Ecrit par le 12 février 2026

qui aiment le produit et le client, inscrits dans l'opérationnel. Chez Marie Blachère, nous misons avant tout sur la grande qualité des produits où la fraîcheur et l'authenticité rejoignent au quotidien une forte dynamique d'innovation. »



Marie Blachère était notamment présent lors du dernier salon des maires à Paris afin de faire sa promotion auprès des élus locaux. Pour cela, l'enseigne a recréé l'intégralité d'une vraie boulangerie au sein du parc des expos de la capitale.

Une entreprise locale

Fondée en 1985 [Provenc'halles](#) est cependant l'enseigne historique du groupe Blachère. Spécialisé dans la distribution au détail de fruits et légumes via sa propre centrale d'achat privilégiant les circuits les plus courts, ces magasins proposent aussi des fromages et de la viande.

L'entreprise est particulièrement présente localement avec 22 boulangeries Marie Blachère dans le Vaucluse dont une douzaine sur le bassin de vie d'Avignon. Par ailleurs, le siège social de Marie Blachère se trouve aux Angles et celui de l'ensemble du groupe est basé à Châteaurenard.

Ecrit par le 12 février 2026

Les deux devraient d'ailleurs être réunis prochainement dans le nouveau bâtiment en construction dans la zone d'activités de la Chaffine, toujours à Châteaurenard juste à côté du siège existant. Un édifice de 2 316m² conçu par l'architecte sorguais [Rolland Sarlin](#) du cabinet [Archi 3](#) à qui l'on doit notamment l'immeuble de bureaux Pixel du promoteur [Ceetrus](#) (anciennement Immochan) sur la zone d'Avignon-Nord.



ARCHI 3
ROLLAND SARLIN
ARCHITECTE / DPLG

Le futur siège du groupe Blachère à Châteaurenard conçu par l'architecte sorguais Rolland Sarlin.
© Archi 3