



Prix du pain : quels repères pour les consommateurs ?

Enquête de la CLCV - août 2007

Alors que les boulangers, artisans comme industriels, annoncent une hausse significative du prix du pain (5 à 8%), la CLCV publie les résultats d'une étude menée sur les prix pratiqués dans 100 boulangeries parisiennes.

Depuis une quinzaine d'années, l'offre de pain s'est sans cesse élargie et les consommateurs ont perdu leurs repères en matière de prix. Cette confusion est aggravée par le fait que les professionnels prennent beaucoup de liberté avec la réglementation sur l'affichage des tarifs comme nous avons pu le constater sur le terrain.

La CLCV s'est également penchée sur la structure du prix du pain afin d'évaluer l'impact réel de l'augmentation du cours du blé, argument aujourd'hui invoqué par la profession pour justifier une nouvelle hausse des prix. Nous considérons que cet impact est largement surévalué.

Les évolutions récentes dans la « filière pain »

Malgré un recul régulier au cours des quinze dernières années, **la boulangerie artisanale continue de dominer le marché du pain avec environ 65 % des ventes**. Elle est suivie par les boulangers industriels (terminaux de cuisson¹, restauration collective) qui représentent 25 % des ventes et par les boulangeries de grandes surfaces (9%).

Ces professionnels s'approvisionnent auprès des meuniers et des fabricants de « produits intermédiaires » qui leur fournissent, outre des mélanges à base de farine baptisés « mixés », des ingrédients divers (gluten, farine de fève, malt, levain...) et des additifs (acide ascorbique, lécithine...). Ces ingrédients et améliorants permettent par exemple de jouer sur l'élasticité, la coloration et la tenue de la pâte ou de réduire le temps de fermentation... Il faut savoir que dans le pain courant français, la réglementation autorise jusqu'à 14 additifs.

¹ Pour bénéficier de l'appellation « boulangerie », un professionnel doit impérativement pétrir, assurer la fermentation, la mise en forme et la cuisson du pain, les « points chauds » où des pâtons sont décongelés et cuits ne sont donc pas des boulangeries.

Face à cette multiplication d'additifs et d'auxiliaires technologiques, certains professionnels ont voulu apporter une garantie d'authenticité aux consommateurs en définissant le pain de tradition française. Ainsi, en 1993, un décret est venu préciser qu'il doit être fabriqué exclusivement à partir de farine, de sel, d'eau, de levure ou de levain. Quelques améliorants sont tolérés avec des teneurs définies. Mais simplicité ne rime pas avec bon marché car la désormais fameuse baguette « tradition » est significativement plus chère que la baguette ordinaire (voir plus bas).

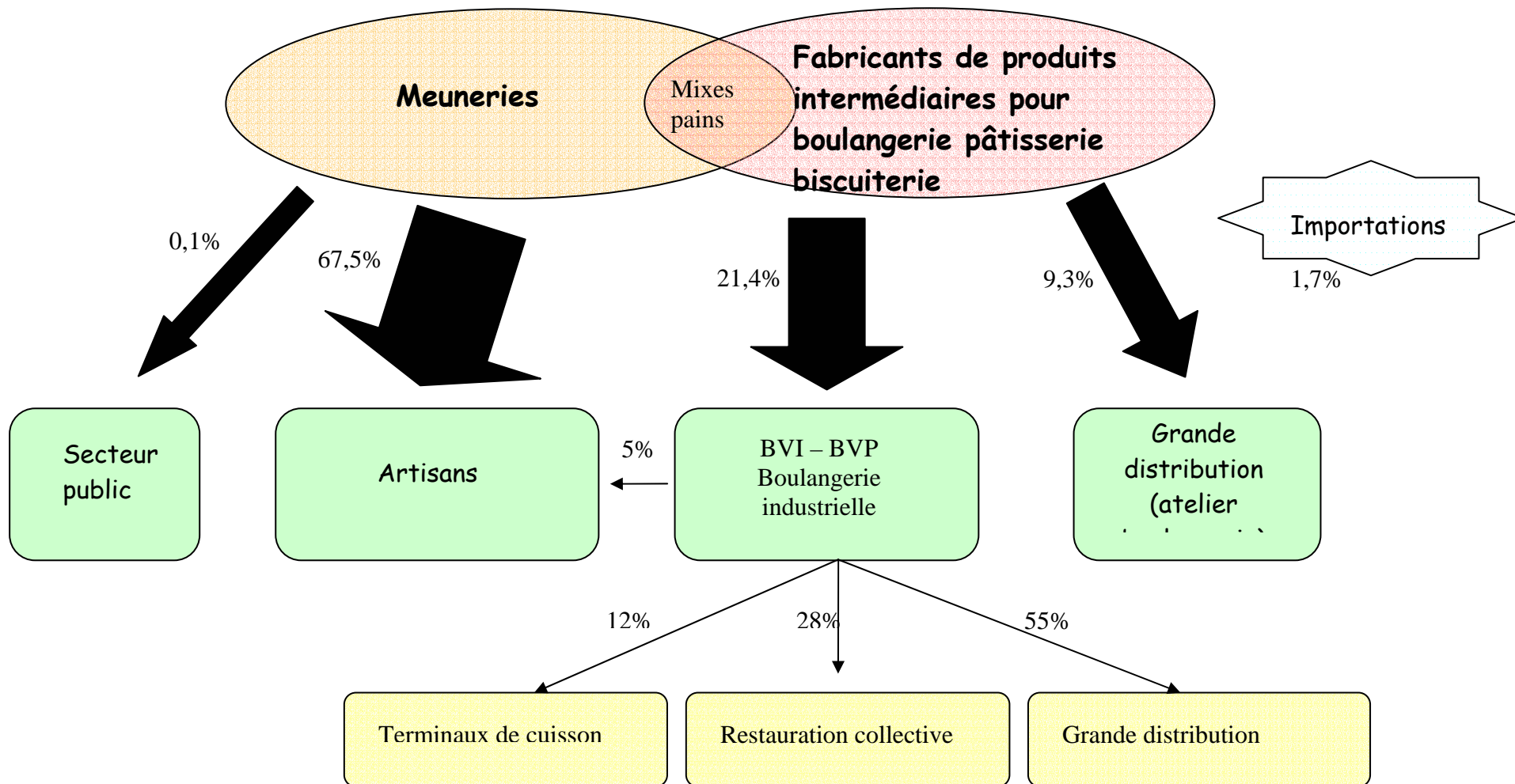
Les années 1990 ont également été marquées par l'apparition chez les artisans d'une multitude de pains de marque. Soutenus par un marketing efficace relayé par les boulangers (affichage, emballage, animations), des produits comme Bannette, Retrodor ou Campaillette ont contribué à la stabilisation des ventes de pain observée depuis une dizaine d'années. Celle-ci a mis fin à une chute ininterrompue de la consommation, qui s'est littéralement effondrée entre 1900 et les années 2000².

Derrière leur image artisanale qui fleure bon la ruralité et le fournil, ces marques sont en fait issues de stratégies industrielles et commerciales associant très étroitement les meuniers et les boulangers.

Les boulangers affiliés doivent en effet se conformer à des cahiers des charges bien précis tant en matière de fabrication que de commercialisation. Ils travaillent à partir de mixes, mélanges d'ingrédients spécifiques, dont ils ne connaissent pas toujours la composition. Ils s'engagent à respecter les procédés de fabrication et à réaliser des plans annuels d'animation pour promouvoir le produit dans leur point de vente. Les meuniers fournissent le matériel nécessaire à la publicité, des conseils techniques et financiers et, dans certains cas, forment les boulangers.

Marque	Caractéristiques
Retrodor	Propriétaire : Minoterie Viron Créée en 1993 Première baguette de tradition française
Campaillette	Propriétaire : Grand Moulins de Paris Créée en 1986
Banette	Propriétaire : GIE de meuniers et d'artisans Créée en 1980
Baguépi	Propriétaire : Moulin Soufflet Créée en 1990
Festival des pains	Propriétaire : GIE Meuniers de France Créée en 1990
Baguette des Moulins	Propriétaire : GIE Meuniers Normands Créée en 1994
Petit mitron	Propriétaire : Dijon céréales meunerie Créée en 1993

² La consommation individuelle quotidienne de pain était de 600 g en 1900 et de 120 g en 2000.



Les acteurs de la filière pain

Le flou sur les prix

Nous avons procédé à des relevés de prix entre le 10 juillet et le 13 août, dans la quasi-totalité des arrondissements de Paris et sur l'ensemble de l'offre proposée par les boulangers.

A cette occasion, nous avons été frappés par la réaction de nombreux artisans qui ont contesté notre droit de pratiquer de tels relevés et s'y sont parfois radicalement opposés. **Ainsi, sur plus de 300 boulangeries sondées, seules une centaine ont accepté de répondre à nos questions !**

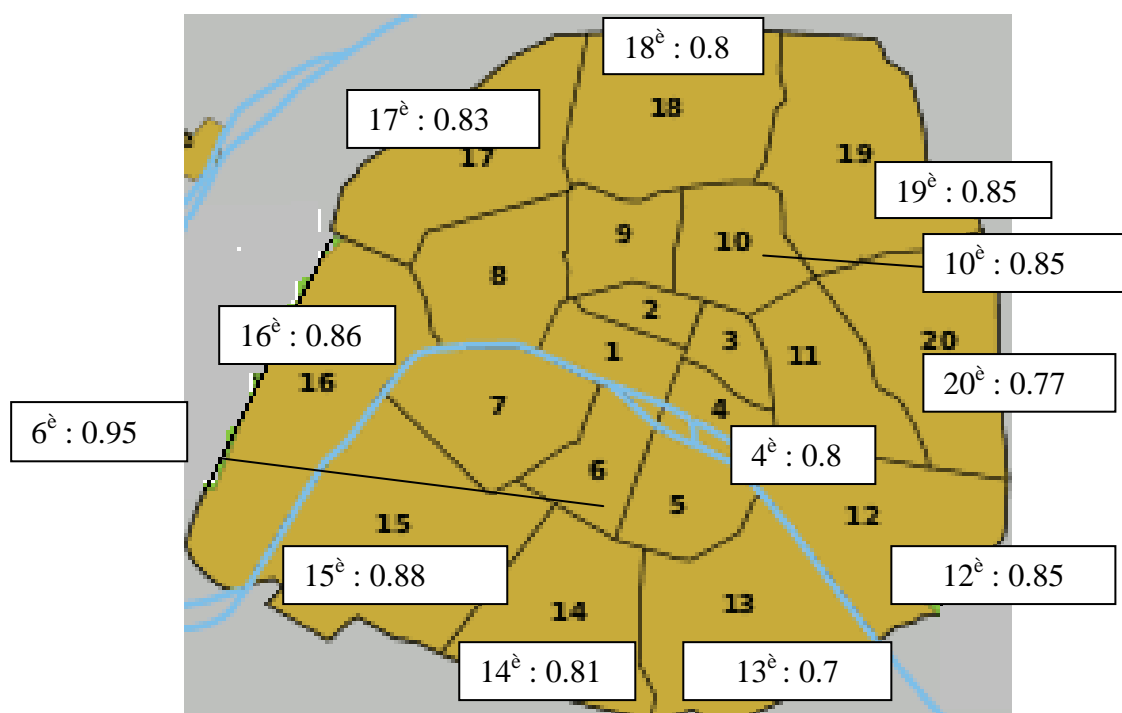
La CLCV rappelle que l'information sur les prix est un devoir pour les professionnels et un droit élémentaire pour les consommateurs.

Les professionnels ont d'ailleurs de sérieux progrès à faire en la matière : **seules 11 % des boulangeries sondées sont en conformité avec la réglementation qui stipule que des affiches récapitulant les prix au kilo doivent être visibles à l'intérieur et à l'extérieur du magasin**³. Certaines boulangeries ne respectent pas non plus les dispositions sur l'étiquetage individuel (indication du poids, du prix au kilo, du prix à la pièce sur les présentoirs).

Alors que les professionnels laissent entendre que les prix pourraient augmenter fortement dans les semaines à venir, il est plus que jamais nécessaire qu'ils assurent la plus grande transparence sur leurs tarifs, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.

Notre étude montre que le prix de la baguette ordinaire varie fortement dans la capitale : de 0.77 euros dans le XX^e, arrondissement populaire, pour atteindre 0.95 euros dans des quartiers comme le VI^eme.

Le prix de la baguette ordinaire dans Paris



³ Arrêtés 78/89 et 78/110 de 1978

Mais les écarts de prix sont surtout spectaculaires lorsque l'on s'intéresse à la multitude de pains désormais proposés par les boulangers.

Ainsi, les pains de marque sont entre 10 et 35 % plus chers que la baguette ordinaire, c'est là le coût du marketing. Pour les pains spéciaux (pains aux céréales, au son, pains complets), le surcoût se situe entre 40 et 100 %.

On peut s'interroger sur la légitimité de telles différences : ajouter quelques graines de céréales ou un peu de son dans le produit justifie-t-il un surcoût de près de 80 % voire un doublement de la note ?

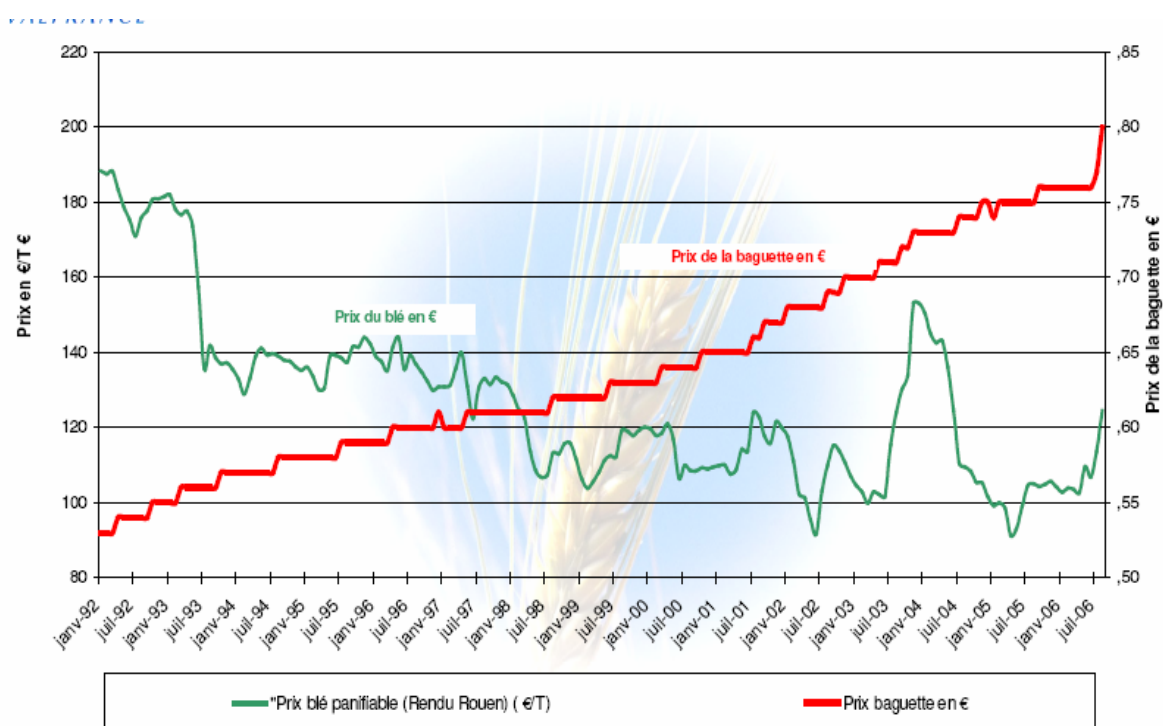
	Prix (euro/kg)	Ecart en % par rapport à la baguette
Baguette (250 à 300 g)	3,3	0
Baguette Rétrodor (300 g)	3,6	9
Baguette Tradition (250 à 280 g)	4,0	21
Banette	4,5	35
Pain campagne (250 à 400 g)	4,7	41
Baguette céréales (290 g)	4,8	46
Ficelle (100 à 150 g)	4,8	46
Pain au son (250 à 350 g)	5,8	77
Pain complet (250 à 350 g)	5,9	78
Pain de seigle (250 à 350 g)	6,3	92
Pain au noix (270 g)	6,7	103
Pain aux céréales (250 à 300 g)	6,8	105
Pain de mie (250 à 400 g)	7,4	124

(échantillon total de 257 produits)

Hausse annoncée des prix du pain : une histoire de blé...

Récemment, les boulangers ont souligné la hausse du prix du blé et ont laissé entendre qu'en conséquence le prix du pain pourrait augmenter de 5% chez les artisans et de 8% du côté des industriels fournissant la grande distribution. Mais qu'en est-il du lien entre le prix du blé et le prix du pain ?

Le graphique ci-dessous illustre le fait que le prix du blé est largement déconnecté du prix du pain⁴.



En septembre 2006, l'ONIGC (Office National Interprofessionnel des Grandes Cultures) confirmait cette analyse en expliquant qu'en dépit des à-coups conjoncturels liés aux aléas climatiques, **le prix du blé a suivi une tendance baissière au cours des quinze dernières années⁵**. Ce n'est pas le cas du prix du pain qui n'a cessé de croître quelque soit le prix du blé.

Ces augmentations régulières, parfois deux dans l'année, n'affectent finalement que très peu la consommation qui, s'agissant d'un produit alimentaire de base, n'est guère dépendante du prix.

⁴ Insee et Onigc cités par la coopérative Valfrance :

http://valfrance.ecoop.fr/wps/portal/!ut/p/cmd/cs/ce/7_0_A/s/7_0_174/s.7_0_A/7_0_174

⁵ Communiqué de presse du 14 septembre 2006

Le prix du pain étant pratiquement indépendant du coût du blé, on peut s'interroger sur la construction de ce prix. D'après la Confédération Nationale de la Boulangerie Pâtisserie, la structure de coût est la suivante :

- Salaires et charges : 50 %
- Matières premières : 25 %
- Autres charges (impôts, emballages, leasing, honoraires, assurances, amortissements et provisions...) : 17 %
- Energie : 4 %
- Loyer : 4 %

Le poste « matières premières », représenterait donc 25% du prix de la baguette. Mais, pour le boulanger, les matières premières englobent, outre la farine, l'eau, le sel, la levure et, le cas échéant, un certain nombre d'additifs.

Pour y voir plus clair sur la part du blé (qui n'est lui-même que la matière première dont est issue la farine...) dans le prix de la baguette, les données ci-dessous sont éclairantes⁶ :

	Pour une baguette
1) Poids de céréales nécessaire	0,290 kg
2) Prix des céréales (payé au producteur)	0,034 €
3) Prix du produit final, au consommateur (**)	0,8 €
4) Part des céréales dans le prix final	4,2 %

La hausse du prix du blé au producteur début juillet 2007 est de 30% par rapport au prix moyen du second semestre 2006. **Compte tenu des données du tableau ci-dessus, l'impact induit sur le prix du pain est une augmentation de 1,2% toutes choses égales par ailleurs. On est donc loin des 5 à 8 % annoncés par les professionnels...**

⁶ D'après étude de l'AGPB : Association Générale des Producteurs de Blé et autres Céréales publié le 09/07/2007
Voir site : <http://www.agpb.com/fr/dossier/eco/20070709.asp>

Nos propositions et recommandations

- **La CLCV appelle les professionnels à se mettre en conformité avec les exigences réglementaires en matière d'affichage des prix.** Nous demandons par ailleurs aux pouvoirs publics de mettre en œuvre les moyens de contrôle et de sanction nécessaires pour que les textes soient appliqués ;
- **La CLCV renouvellera ses relevés de prix dans les mois à venir afin de mesurer les hausses de prix effectivement pratiquées par les boulangers et dénoncera toute hausse abusive ;**
- **Considérant que depuis de nombreuses années, les professionnels ont augmenté leurs tarifs alors que le cours du blé baissait significativement, nous demandons à la filière de ne pas répercuter la hausse actuelle qui est, au moins pour partie, conjoncturelle ;**
- **Le pain est un élément emblématique des habitudes alimentaires françaises et sa consommation doit être encouragée, notamment du point de vue nutritionnel. La CLCV publiera dans les jours à venir une étude sur la question de l'amélioration de la qualité nutritionnelle du pain courant.**

Contact presse : Charles Pernin 01 56 54 32 34 / 06 18 45 06 99