



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

boulangerie et pâtisserie

Question écrite n° 61746

Texte de la question

M. Rudy Salles attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation sur les inquiétudes des artisans boulangers. Ce secteur de la boulangerie artisanale propose aux consommateurs une offre de qualité, représente un facteur essentiel pour le maintien du commerce de proximité et forme chaque année de très nombreux jeunes. Les artisans boulangers contribuent par ailleurs au dynamisme de notre économie par la réalisation d'investissements locaux importants. Ils sont toutefois confrontés à une concurrence qu'ils jugent déloyale, par la vente de pain dans des commerces dépourvus de lien avec le secteur de l'alimentation. Il lui demande, d'une part, de préciser le régime juridique applicable à la vente de pain et, d'autre part, les mesures concrètes qu'il entend prendre pour valoriser le travail et les produits des artisans boulangers.

Texte de la réponse

Depuis plusieurs années, des mesures ont été prises par tous les acteurs pour faire reconnaître et promouvoir le savoir-faire des artisans du secteur de la boulangerie artisanale ainsi que la qualité de leurs produits. Tout d'abord, il convient d'observer que si le nombre de points de vente a été fortement réduit depuis plus de trente ans, une tendance plutôt rassurante a été constatée sur les quinze dernières années, puisque le nombre d'entreprises est passé de 28 121 en 1994 à 29 940 en 2007. Dans le même temps, le nombre de personnes occupées a progressé, atteignant 148 579 en 2007 pour 134 268 en 1994. La loi n° 98-405 du 25 mai 1998 déterminant les conditions juridiques de l'exercice de la profession d'artisan boulanger permet de protéger l'appellation boulangerie. Ainsi, seul peut prétendre à cette enseigne l'établissement tenu par un professionnel assurant lui-même, à partir des farines choisies, les différentes phases de fabrication de pain : pétrissage, façonnage de la pâte, fermentation et cuisson sur le lieu de vente au consommateur final. Cette dénomination peut aussi être utilisée lorsque le pain est vendu de façon itinérante par le professionnel qui a assuré sur le même lieu les autres opérations de fabrication. Cette réglementation vise à valoriser la fabrication et la qualité de ses produits. Elle permet aussi, dans un souci légitime d'information du consommateur, que les terminaux de cuisson qui n'assurent pas toutes les phases de fabrication du pain soient distingués de façon précise des boulangeries traditionnelles. Par ailleurs, les appellations des produits doivent être conformes soit à des textes réglementaires (décret du 13 septembre 1993 pour le pain maison, le pain au levain et le pain de tradition française, réglementation des produits bio...), soit aux usages loyaux et constants du commerce (recueil des usages concernant les pains en France, distinction des appellations baguettes et flûtes...), soit à la jurisprudence (pain cuit au bois). À cet égard, la participation du ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi à l'organisation de la Fête du pain, dont la quatorzième édition a eu lieu en mai 2009, en lien avec la Saint-Honoré, patron des boulangers, souligne dans sa durée l'intérêt porté à cette activité et la volonté du Gouvernement de soutenir ce secteur. Par ailleurs, s'agissant des engagements du Gouvernement et des pouvoirs publics dans le domaine du commerce, il est précisé que la loi de modernisation de l'économie a permis de créer un conseil stratégique et une commission d'orientation du commerce de proximité. Ces deux instances ont été installées le 29 mai 2009. La commission d'orientation, au sein de laquelle figurent quatre

sous-commissions, s'est déjà réunie à plusieurs reprises. Elle formulera des recommandations de bonnes pratiques en matière de conception, de réalisation ou d'évaluation de projets (en particulier l'examen des réponses aux quatre appels à projets). Ces recommandations seront portées à la connaissance du conseil stratégique, qui fixe les principes et examine la mise en oeuvre de la politique de soutien aux activités de proximité. Des propositions d'actions seront ainsi formulées par les acteurs de terrain et recueilleront sans conteste une légitimité au regard de leur connaissance de la réalité du commerce de proximité. S'agissant de la vente de pain dans des commerces dépourvus de lien avec le secteur de l'alimentation, comme un bureau de tabac, par exemple, il convient de préciser qu'il n'existe pas d'interdiction dès lors que le respect des conditions d'hygiène est assuré. Ce type de vente, qui reste marginal, constitue une activité accessoire qui s'inscrit dans un cadre concurrentiel laissant au client le choix de son approvisionnement. De même, certaines boulangeries peuvent, à titre accessoire, vendre des journaux ou des produits qui ne relèvent pas directement du secteur de la boulangerie.

Données clés

Auteur : [M. Rudy Salles](#)

Circonscription : Alpes-Maritimes (3^e circonscription) - Nouveau Centre

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 61746

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 27 octobre 2009, page 10072

Réponse publiée le : 9 février 2010, page 1357