

Jacky ALLONVILLE (co-gérant)
Maïté ALLONVILLE (co-gérante)

- LA PANETIÈRE DES HAMEAUX -



COMMUNE

PORNIC

· PORNIC (Loire-Atlantique) 14101 habitants

ENTREPRISE



- Date d'installation : 1^{er} juillet 2011
- Date de certification : 1^{er} janvier 2012
- Effectif : 2 boulangers, 1 vendeuse et le dirigeant (non boulanger)

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

Depuis très longtemps, je suis intimement convaincu de l'intérêt des produits biologiques. Ils sont meilleurs pour la santé humaine et pour la planète puisqu'ils ne contiennent pas de pesticides, ni d'engrais chimiques, ni d'OGM. Je ne suis pas boulanger moi-même, mais à la Panetière, le boulanger ne fabrique QUE des produits bio et la levure que nous utilisons est garantie sans OGM.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

La production est 100 % bio. J'ai 22 références de pains :

- d'abord, les pains « blancs » dits « de tous les jours » (farine type 65)
- ensuite la gamme « pain et santé » à base de farine de kamut, petit épeautre, sarrasin et blés plus complets (farines types 80, 110 et 150)
- enfin, la 3ème gamme, les « pains plaisir » : pains aux noix, au lin, au sésame.

En fin de semaine, je propose des pains particuliers, comme en ce moment le pain aux noix et au comté.

● VOTRE CLIENTÈLE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

En fait, c'est mon choix de départ. J'ai donc ainsi attiré la clientèle sensible à ma démarche.

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

La clientèle est satisfaite.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

J'ai communiqué de différentes manières :

- journées portes ouvertes avec petit déjeuner dès les premiers mois
- des dégustations tout au long de l'année
- une invitation par courrier à un panel de clients (la boutique est adossée à un magasin bio).

Le bio vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

Je fournis des magasins bio (d'ailleurs ma boutique est adossée à un de ces magasins), mais j'aimerais fournir des collectivités locales, à la taille de ma petite entreprise. C'est cette motivation qui m'a fait rejoindre un réseau d'entrepreneurs, issus de différents horizons, qui a déjà répondu à des appels d'offre. Nous verrons bien.

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

Cela me coûte 450 € HT / an. La certification induit une traçabilité conforme au cahier des charges, un traitement comptable particulier.

Le bio est-t-il rentable ?

Oui, même si pour le moment c'est un peu dur parce que nous n'avons commencé qu'il y a 2 ans. C'est encore récent, nous n'avons pas le recul nécessaire. Il faut admettre tout de même que la boulangerie bio est plus gourmande en main d'œuvre, c'est indéniable. En termes de comparaison par rapport à la production conventionnelle, je n'ai pas d'éléments.

Quelle est votre politique de prix ?

Chez moi, 1 baguette blanche de 250 g est vendue 1,10 €, ce qui est raisonnable.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle

Administratif : au départ, j'ai eu les mêmes difficultés qu'en conventionnel au niveau de l'installation.

Fabrication : comme je ne fais que du bio, cela n'a pas posé de problème majeur.

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Administratif : le process est plus complexe en bio qu'en fabrication conventionnelle ; il faut tenir compte de tous les paramètres (météo, humidité) et comme il n'y a aucun « artifice » d'ajouté dans la farine... cela veut dire qu'il faut une grande maîtrise au niveau de la fabrication, donc un boulanger compétent.

Nous utilisons la levure pour la viennoiserie et le levain pour la production des pains.

Communication : Nous cherchons une présentation qui soit simple, informative et attirante. Nous avons une signalétique différenciante puisque « Boulangerie artisanale bio » s'affiche en devanture et le « AB » est un peu partout dans la boutique. Le certificat est bien en évidence. Quant aux emballages, ce n'est pas le meunier qui nous les fournit ; je les achète au plus près. Peut-être est-ce que les emballages idéaux existent. Je n'en ai pas encore trouvé.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos futurs projets ?

Je vais insister davantage sur l'aspect santé de la production bio. J'envisage, notamment, de travailler avec « Bleu, blanc, cœur » une association qui réunit des personnes de la filière bio, depuis l'agriculture jusqu'à la grande distribution. Cette association a fait faire des tests scientifiques démontrant les bienfaits du lin. Ces tests ont été faits au CHBS-CERN de Lorient et à l'INRA-ENSAR de Rennes. En voici un extrait : « les apports nutritionnels conseillés préconisent un apport quotidien de 2 g d'acide alpha-linolénique (oméga 3). La consommation moyenne courante serait inférieure à 1 g. »

32 volontaires sains ont substitué pendant 28 jours à leur pain habituel un pain expérimental contenant 5% de lin extrudé. A raison de 80 g de ce pain par jour, il a été noté qu'au bout des 28 jours, les omégas 3 contenus dans le sérum sanguin avaient augmenté de 30% et que les triglycérides avaient diminué.

D'autre part, je voudrais aller plus loin dans la démarche en veillant aux emballages. Nous n'avons pas encore trouvé d'emballages totalement conformes à nos produits c'est-à-dire des papiers véritablement écologiques imprimés avec une encre certifiée. Je veux aller au bout de la démarche.

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

Avant toute chose, il faut être convaincu soi-même du bien fondé de son engagement. C'est essentiel, cela va au-delà du business. Il faut se poser la question : « Suis-je intrinsèquement attiré par la démarche ? En ai-je bien saisi le sens ou les sens ? ». Pour les boulangers qui travaillent dans le conventionnel, il est très difficile de basculer au « tout bio » du jour au lendemain. C'est un changement d'état d'esprit. Faire du conventionnel et du bio, c'est très compliqué, mais intellectuellement c'est plus facilement envisageable.

Cédric LIEGE

- LA BOULANGEOISE -



COMMUNE

NOAILLES

· NOAILLES (Oise) 2675 habitants

ENTREPRISE



· Date de d'installation : 1990 (père) / 2008 (fils)
· Date de certification : 1990
· Effectif : 3 chauffeurs, 2 administratifs,
2 vendeuses, 1 pâtissier, 9 boulangers (+ 3
apprentis).

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

C'est mon père qui a choisi dès 1990 (à l'installation) de faire du bio dans un souci de proposer les meilleurs produits fabriqués avec les meilleurs ingrédients. Il façonnait à la main et cuisait dans un four à bois. A l'époque le meunier qui l'approvisionnait avait une toute petite production de farine biologique. Mon père utilisait un levain-chef. C'est d'ailleurs toujours le même levain que nous utilisons aujourd'hui.

Au départ, il n'y avait qu'un fournil, mais pas de boutique. Nous avons ouvert un magasin, il y a un an.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

La totalité de la gamme est faite en bio, soit environ 40 variétés de pains (petit épeautre, kamut, complet, intégral, 100% seigle, 5 céréales, sésame, pavot, amandes, noix, raisins etc.), 5 pains issus de farine sans gluten, des baguettes à l'ancienne, des baguettes de tradition etc.

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

La question ne se pose pas puisque avant l'ouverture d'une boutique on distribuait déjà nos pains « bio » dans les magasins « bio » (sur Paris et les départements autour de l'Oise). La clientèle potentielle était là. Elle était déjà fidélisée avant l'ouverture de notre boutique puisqu'elle connaissait nos pains. Nous avons maintenant 2 fournils sur le lieu de production.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

En devanture du nouveau fournil, c'est écrit BIO, mais à l'intérieur, nous ne marquons pas que les pains sont bio. Nous n'insistons pas en fait, car certains clients pourraient penser que les pains sont beaucoup plus chers. Ce qui est faux puisque nos prix sont identiques à ceux des pains conventionnels chez un artisan.

Le bio vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

Nous fournissons des collèges et des lycées (17 établissements en tout).

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

Je ne sais pas combien mon père a payé au départ ; cela fait 20 ans. Quelques centaines de francs, à l'époque je pense. Aujourd'hui cela nous coûte 2200 € par an*.

Le bio est-t-il rentable ?

Etant donné les quantités que j'achète, j'ai des prix (ma farine n'a pas augmenté depuis 3 ans). J'achète 30 tonnes de farine par mois pour fournir les magasins bio revendeurs. Ce sont eux qui me font vivre pour le moment. Alors qu'aujourd'hui je distribue environ 1 tonne de pain par jour, il y a 20 ans, c'étaient 400 kg par semaine. Depuis 1 an ou 2, la crise se ressent dans la mesure où le pain vendu dans les magasins bio que nous approvisionnons est plus cher (la marge du commerçant) et que les gens achètent des pains plus petits ou bien moins chers.

Quelle est votre politique de prix ?

Même prix que le conventionnel. La baguette bio de 250 g est à 0,85 €. La tradition est à 1,05 €.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Administratif : aujourd'hui, pas de problème particulier. Nous avons deux contrôles annuels : le certificat par Ecocert et le label Demeter. Pour chaque nouveau pain, nous devons demander la certification.

Fabrication : pour les pains au levain, il faut des levains différents, ce qui ajoute des contraintes à la fabrication et plus la gamme s'étend, plus les contraintes se multiplient. Et puis, nous façonnons à la main et cuisons toujours dans un four à bois. Les paramètres (météo, par exemple) influent davantage sur le résultat si on compare au conventionnel précisément en raison de l'absence d'améliorants.

Communication : pas de difficulté. Nous communiquons au quotidien : par exemple, nous expliquons que le pain au kamut ou au petit épeautre contient moins de gluten et qu'il est donc facile à digérer, que les pains bio ont plus de goût et sont plus sains. Les consommateurs sont de plus en plus demandeurs.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos futurs projets ?

Nous voulons communiquer davantage pour développer la vente en direct au magasin. Nous faisons une campagne d'affichage en ville, sommes sponsor du club de foot de Noailles et puis, nous envisageons de drainer une clientèle dans un rayon de 5 à 10 km afin de vendre davantage en boutique.

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

En premier lieu, il faut avoir du courage. Si un artisan dans une petite ville décide de passer du jour au lendemain au bio, il aura des difficultés en raison du prix élevé de la farine. Il faudra alors qu'il soit intransigeant sur la qualité des pains et qu'il explique en quoi son pain est meilleur : façon de faire différente, bienfaits pour la santé. A mon avis, c'est surtout sur ce dernier point qu'il faudra insister et communiquer.

* NDLR : ce tarif élevé s'explique par une double certification « Bio » et « Demeter ».

Yannick PEROUX

- EI YANNICK PEROUX -



COMMUNE



• ROCHEFORT (Charente-Maritime)
55588 habitants

ENTREPRISE



• Date d'installation : avril 2012
• Date de certification : avril 2012
• Effectif : 1 personne (M. Péroux) (pas de boutique ; un fournil / vente sur les marchés et aux magasins bio)

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

Personnellement, j'ai toujours consommé des produits bio et notamment du pain. Mais avant de devenir boulanger, j'étais cuisinier dans la fonction publique. Les façons de faire en cuisine ne me convenaient plus, alors j'ai changé de cap et j'ai décidé de devenir boulanger. Après une formation à l'INBP, j'ai décidé que je ferais du pain bio au levain avec de la farine de meule. Avant de m'installer, j'ai travaillé chez un paysan boulanger le week-end pendant 1 an. Maintenant, je vends ma production sur les marchés et livre des magasins bio.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

Je propose des pains au froment, méteil, complet, intégral, petit épeautre, grand épeautre, aux figues, aux noix. Je fais des baguettes et différents pains de 500 g à 1 kg.

Quelle est la proportion de pain BIO par rapport au pain conventionnel ?

100% bio.

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

La démarche vient de moi au départ. La clientèle n'est pas forcément en recherche de pains bio, ce qu'elle veut, c'est du pain authentique. Elle recherche un pain, cuit, avec du goût et qui se conserve. D'ailleurs, quand je dis que je cuis dans un four électrique, certains sont déçus. Ils s'attendent à ce que je cuise dans un four à bois.

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

Beaucoup me disent retrouver le goût du pain de leur enfance. La consistance du pain au levain en surprend certains.

Votre clientèle a-t-elle changé de comportement de consommation ?

Certains oui, surtout après une explication sur l'intérêt diététique du pain de petit épeautre ou du pain complet au levain naturel.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

Sur les marchés, la certification bio est exposée et sur la bache de ma remorque, il y a les deux logos (AB et le logo européen avec la feuille et les étoiles). Sinon, pas de communication hormis ma présence dans le Guide Bio 2012-2013 de Charente Maritime.

Le bio vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

J'ai proposé à des collectivités de les fournir, mais cela n'a pas fonctionné parce qu'elles veulent le bio au prix du conventionnel industriel. Autre élément important : elles paient à 45 jours fin de mois.

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

C'est 500 € par an pour la certification quelle que soit la gamme de pains proposés. Si on veut certifier un pain en cours d'année, alors c'est entre 15 et 20 € par recette.

Le bio est-il rentable ?

J'espère. Pour l'instant, je m'en sors, mais cela ne fait qu'un an que je suis à mon compte. Il est à noter que je minimise au maximum les coûts : pas de personnel, pas de magasin, pas de contrat avec des minotiers...

Quelle est votre politique de prix ?

Mon pain de froment est à 4,50 € le kilo ; ma baguette de 230 g est à 1 € pièce. Le complet est à 4,60€ le kilo. Le méteil et l'intégral à 4,70 le kilo.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle ?

Administratif : pas de problème puisque j'ai obtenu la certification avant de produire mes premiers pains. Cela s'est fait en 8 jours. 2 ou 3 mois après, il y a eu un nouveau contrôle.

Fabrication : Le fait d'avoir travaillé le week-end chez un paysan boulanger m'a aidé, surtout sur l'approche du travail au levain naturel. Cela a complété ma formation reçue à l'INBP.

Magasin : pas de magasin.

Communication : non.

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Administratif : pas de difficultés particulières.

Fabrication : je commence ma journée entre 22 h et 1h du matin. Après avoir divisé et façonné à la main, je pétris, puis c'est le pointage bac 24 h. Ensuite, je cuis ma production, et vers 7 h 30, je pars au marché. Retour du marché vers 14 h. Déjeuner, sieste, ensuite un peu de mise en place pour le lendemain. 20 h au lit pour une bonne nuit réparatrice.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos projets pour le futur ?

En faire davantage, bien sûr, et continuer de progresser pour que l'entreprise soit viable. Depuis 1 mois, j'ai un emplacement meilleur sur les marchés, et de ce fait, mon résultat est en progression. Je fais 3 marchés par semaine et j'ai un jour de livraison. Je ne travaille pas le dimanche.

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

Si le boulanger utilise une farine bio de mauvaise qualité, il aura du pain médiocre. Il faut que le client fasse la différence par rapport au pain conventionnel. Le consommateur accepte de payer plus cher à condition que cela se justifie au niveau goût et de la conservation du pain.

C'est pourquoi j'ai choisi de travailler uniquement de la farine de meule, avec des variétés anciennes de froment et de n'utiliser que du levain naturel.

Ouvrir une boulangerie 100% bio n'est possible qu'en ville (il faut un beau volume de clientèle) à mon avis, et ne faire que du bio facilite les choses.

Erwann RUAUD - MAISON RUAUD -



COMMUNE



• MAURON (Morbihan)
3284 habitants

ENTREPRISE



• Date d'installation : 1996
• Date de certification : 2012
• Effectif : M. Ruaud en production, 1 livreuse-vendeuse, 1 personne à l'entretien et au ramassage des pommes.

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

Au départ par conviction. Il n'y a pas d'intérêt à tuer des bestioles pour pouvoir cultiver. L'emploi de pesticides et autres produits a forcément des répercussions sur la santé humaine et l'environnement. Je sais de quoi je parle, car j'ai été pendant 12 ans, technicien agricole. Au départ, bien qu'ayant toujours fait du bio sur levain naturel, j'étais anti certification*.

Le beurre que j'utilisais venait de chez un agriculteur voisin, les œufs idem. Et puis, j'ai décidé de faire certifier mes produits. Mais la certification implique certaines obligations. Pour que je puisse continuer à acheter chez l'éleveur voisin, il aurait fallu que ses œufs soient certifiés. Ce n'était pas le cas. Ses œufs sont vendus à une casserie.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

Chez moi, tout est bio. J'ai une dizaine de références (petit épeautre, seigle, sarrasin, froment T 65, T 80, intégral, T 80 + graines, T 80 + figes, T 80 + noix, T 80 + raisins). Je livre des baguettes dans 10 dépôts. Je fais aussi toute ma pâtisserie en bio (Kouign Amann, galette des rois par exemple, tarte aux pommes).

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

Dès le début la clientèle a suivi sans être véritablement informée que c'était bio. C'était « naturel ».

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

Elle était déjà habituée à consommer bio, donc cela n'a pas changé grand-chose.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

La communication se fait en direct sur les marchés ou dans la boutique. Les gens nous connaissent. Personnellement, je suis très connu et impliqué dans la vie locale. Je produis les pommes bio utilisées en purée dans mon entreprise, je fais du bûcheronnage (on revend du bois de chauffage à des particuliers, à des scieries et je débite le bois pour mon four à pain).

Le bio vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

Nous avons été contactés par des maisons familiales. Sans suite. Je fournis des cantines scolaires de Concoret et Ploërmel.

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

Pour les pains et la viennoiserie 650 €, auxquels s'ajoutent 150 € pour l'ensemble des produits agricoles (fourrage, pommes) que je cultive.

Le bio est-t-il rentable ?

Oui, mais la rentabilité n'est pas ce qui me motive. Quant à la main d'œuvre, c'est la même.

Quelle est votre politique de prix ?

La baguette de 230 g est à 1,05 € ; le pain vendu au poids est à 4,55 € le kg ce qui est comparable au prix du conventionnel ailleurs.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle ?

Administratif : je trouve qu'on manque d'explications concernant la démarche et j'ai ressenti un certain mépris de la part des organismes (Agence bio et organisme certificateur). On n'est pas habitué à leurs formules alambiquées. Ils ne se mettent pas à notre place.

Fabrication : j'ai eu quelques difficultés à trouver des producteurs locaux (œufs, beurre) eux-mêmes certifiés. La recherche de fournisseurs de la région et la mise en place de la logistique ont pris du temps et de l'énergie.

Magasin : nous nous sommes procuré l'affiche AB qui n'est pas remise par le certificateur.

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Administratif : aujourd'hui, je n'ai à faire qu'à une seule et même personne au niveau de l'organisme certificateur et tout se passe bien. Cependant, c'est vrai que la certification a un coût non négligeable.

Fabrication : je suis tout seul en fabrication. Tout repose sur moi. Quant à avoir un apprenti, c'est difficile, car il faudrait que ce dernier sache tout faire : pain, pâtisserie et, de plus, dans un four à bois. En fait, dans des fours à bois, parce que j'en ai 4, qui ne fonctionnent pas tous de la même manière. Et puis, on ne peut pas demander à un apprenti de se lever comme moi à 1 heure du matin. Actuellement on ne fait pas assez de volume. Cela fait 15 mois que je n'ai pas pris de vacances. J'ai refait un fournil (350 000 €) il y a 4 ans et les remboursements auxquels on doit faire face, sont trop élevés par rapport à l'activité. Un dépôt que nous fournissons a déposé son bilan. 2012 a été une mauvaise année.

Magasin : pas de difficulté particulière. Heureusement que notre activité est complétée par la vente de bois de chauffage, par exemple.

Communication : nous participons à des foires locales, nous cuisons dans les villages devant les gens (nous apportons la pâte crue). On crée une ambiance. Nous sommes présents aussi lors du marché à la ferme qui regroupe des producteurs.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos projets pour le futur ?

Pour le moment, il s'agit de résister dans un contexte qui, de manière générale, n'est pas très favorable. Le panier moyen a largement baissé et l'horizon n'est pas très beau. Nous avons l'intention de faire un four à bois ambulant et nous allons continuer à faire du pain dans les villages. Un jour, il faudra envisager l'embauche d'un boulanger.

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

Faire du bio est un engagement personnel. Si le boulanger se pose la question, il ne faut pas qu'il y aille.... Si on est convaincu, on y va à fond. Les boulangers conventionnels qui font du bio reçoivent souvent un mix du meunier. Je trouve ça dommage. Ils veulent s'accrocher à toutes les branches. Il faut choisir.

* NDLR : attention, la certification est obligatoire si l'on veut vendre du bio

Eric LITZELLMANN et sa compagnie

- FOURNIL DE SAINT LOUP -

COMMUNE



· BAYEUX (Calvados) 13222 habitants

ENTREPRISE



· Date de d'installation : 2007
· Date de certification : 2008
· Effectif : 2 boulangers et 1 pâtissier, 5 apprentis (1 en vente, 1 en pâtisserie, 3 en boulangerie).

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

C'est avant tout une question d'éducation et donc de conviction. J'ai été informaticien dans la marine nationale, pendant 17 ans. A l'issue de cette carrière militaire, j'ai souhaité me reconverter dans la boulangerie. J'ai suivi une formation pour obtenir le CAP, puis j'ai travaillé 3 ans avant de me mettre à mon compte. Dès le début, j'ai souhaité travailler des produits biologiques.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

Nous avons une gamme très étendue, entre 20 et 30 références bio. A la prochaine certification, nous certifierons une tradition 100% bio. L'ensemble de la gamme est composée de pains spéciaux.

Quelle est la proportion de pain BIO par rapport au pain conventionnel ?

Aujourd'hui nous sommes à 90 % de pain bio, les 10 % restant étant un pain blanc courant, pour un marché spécifique à l'extérieur. Nous en vendons très peu en boutique.

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

Nous avons repris une boutique qui faisait 80 000 € de chiffre d'affaires et fabriquait majoritairement du pain blanc courant. La clientèle de cette boutique était habituée à ce pain et elle n'était pas désireuse de changer.

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

Lorsque nous avons démarré en fabriquant d'office des pains bio, la clientèle a déserté la boutique. Nous avions 45 000 € de déficit la première année... Mais nous avons souhaité continuer.

Votre clientèle a-t-elle changé de comportement de consommation ?

Nous avons perdu tous les clients de l'ancienne boulangerie, mais nous nous sommes constitué une nouvelle clientèle. Notre zone de chalandise est très étendue, plusieurs clients viennent de loin pour acheter notre pain. Notre argument de vente est principalement la qualité du produit.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

Au départ, nous avions du bio sans le dire, pour vendre le produit, avant de vendre le label. Ça n'a pas vraiment fonctionné... Après, la deuxième année, nous avons certifié nos fabrications. Le prix a un peu augmenté, et ça a pris doucement, après la première année de déficit.

Le BIO vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

Toute notre clientèle est nouvelle. Sur le pain bio à Bayeux, nous n'avons pas de concurrence et nous faisons du bon pain. Nous avons environ 200 clients par jour, ce qui est moins que la plupart des boulangeries, mais le prix du panier moyen est assez élevé, 7,80€. Notre clientèle est fidèle, et nous sommes attentionnés.

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

En 2012, notre certification nous a coûté 900 €, en raison du nombre élevé de références. Cela peut paraître beaucoup, mais en réalité c'est un coût dérisoire vis-à-vis des autres coûts, notamment les charges. Je ne pense pas que le coût de certification soit un réel frein économique dans la fabrication de pain bio.

Le bio est-t-il rentable ?

Oui, le bio est rentable. L'un des avantages de la farine bio par rapport à la farine conventionnelle est la stabilité de son prix. Les céréales bio ont un prix beaucoup plus stable que les céréales conventionnelles. De plus, dans notre cas, nous avons bénéficié d'une baisse tarifaire de 25 % de la part de notre meunier, qui voit notre boulangerie comme une vitrine de la boulangerie biologique. Notre prix d'achat est passé de 140 €/q à 84 €/q. Le problème principal dans la rentabilité reste de toute évidence le montant élevé des charges, et le bio n'y change rien !

Quelle est votre politique de prix ?

Nous avons une politique de prix basée sur le coût de revient multiplié par huit. Cette politique de prix élevés est associée à un service que l'on souhaite irréprochable : nous ne vendons que du pain frais du jour et si une fournée n'est pas jugée d'assez bonne qualité, elle n'est pas mise en vente. Chez nous, un client est très important car nous en avons peu. Chaque client représente environ 3 000 € de chiffre d'affaires à l'année.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle ?

Administratif : c'est un peu lourd à mettre en place, le cahier des charges est riche.

Fabrication : Le plus compliqué est de transmettre aux salariés et aux apprentis les exigences du bio, il faut être très attentif. Ils n'ont pas forcément les mêmes attentes que nous, responsables, et peuvent ne pas avoir d'office la même attention vis-à-vis du client et de sa demande d'une traçabilité irréprochable.

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Magasin : nous avons refait la vitrine de notre magasin, les logos bio y sont affichés clairement. Aujourd'hui nous sommes réputés pour la fabrication de pain bio à Bayeux et alentour.

Communication : nous aimerions avoir des pique-prix pour les produits bio, qui soient standardisés, car nous les avons faits nous-mêmes et je pense que cela manque de visibilité auprès des consommateurs.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos projets pour le futur ?

Aujourd'hui nous souhaitons pérenniser notre projet, continuer à avancer avec le bio comme fer de lance. Nous attendons de voir l'évolution de la rentabilité après le remboursement des emprunts contractés.

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

S'il souhaite faire du bio, je pense qu'il ne doit faire que ça ; il faut être clair vis-à-vis de la clientèle. Il faut un engagement total pour créer une nouvelle clientèle, mais c'est risqué, il faut prendre garde à ne pas se mettre en difficulté.

Antonio SABATER

- LES CAROLINES -

COMMUNE



· FÉCAMP (Seine-Maritime) 19914 habitants

ENTREPRISE



· Date de d'installation : 1^{er} novembre 1997
· Date de certification : 2007
· Effectif : 1 vendeuse, 1 employée de boulangerie polyvalente, 1 apprentie boulangère, 1 apprentie vendeuse

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

Par passion du pain authentique réalisé sans apport de produits chimiques qui détruisent l'environnement et rendent les agriculteurs dépendants de multinationales. J'en passe et des meilleures !

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

14 références. D'autres pains sont venus agrémenter la gamme, surtout le samedi : flûte à l'épeautre, pain à l'épeautre, pain abricots et noisettes, petits pains à l'huile d'olive, petits pains ail et romarin.

Proposez-vous des pains différents ou avez-vous adapté votre gamme ?

Non.

Quelle est la proportion de pain bio par rapport au pain conventionnel ?

85 %.

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

Oui.

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

Très contente et plus particulièrement les 2 AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) que je livre pratiquement tous les jeudis.

Votre clientèle a-t-elle changé de comportement de consommation ?

Le panier moyen a progressé, les clients(tes) demandent beaucoup de renseignements sur la fabrication, la conservation, les bienfaits santé etc...

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

Affiches en devanture, plus inscription sur plusieurs sites de communication (voir Google : les Carolines Fécamp).

Le bio vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

Oui, des personnes plus soucieuses de leur bien-être, plus « cool » et aussi certaines plus aisées (médecins, avocats, chefs d'entreprises etc ...).

Avez-vous proposé à des collectivités de les fournir en pain bio ?

Non, c'est difficile d'y parvenir.

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

Autour de 500 € (2 contrôles par an).

Le bio est-t-il rentable ?

Certes, les matières premières sont plus chères, mais la marge est meilleure du fait qu'on n'utilise pas de « mix » (farines à pains spéciaux prêtes à l'emploi) et que le prix de vente est majoré.

Quelle est votre politique de prix ?

Par rapport au conventionnel, environ 1€ de plus au Kg.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle ?

Administratif : il faut faire la déclaration à divers organismes qui ne sont pas reliés entre eux et avoir l'autorisation d'étiquetage. La production et les recettes mises en œuvre doivent être précises avec le détail de chaque ingrédient.

Fabrication : le farinage de tous les pains, même non bio, doit se faire avec de la farine bio. Il faut prévoir l'aménagement d'un lieu de stockage de la farine bio à plus d'un mètre de la non bio* (lol !), le nettoyage des ustensiles et cuves qui ont été en contact avec du non bio. Il a fallu acheter des bacs en plastique réservés au bio. Il faut tenir une fiche de production journalière exhaustive (nom des pains et poids de pâte). Le boulanger doit être formé. Enfin, il y a des difficultés à trouver des fournisseurs de matières premières bio.

Magasin : l'étiquetage doit être aux normes (contrôle de la Répression des Fraudes, en plus), la disposition des pains doit être réorganisée pour qu'ils ne soient pas en contact avec les non bio. Les vendeuses doivent être formées pour savoir respecter le cahier des charges.

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Administratif : Des normes qui changent régulièrement.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos projets pour le futur ?

Développer la gamme.

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

Comme a dit Ghandi: « Si tu ne fais pas ce que tu aimes, aime ce que tu fais ! »

* NDLR : la réglementation n'impose pas de distance minimale, mais impose en effet la séparation.

Tatiana CAILLEAUD-LAMARQUE

- L'ATELIER DE TATIANA -



COMMUNE



• LA TESTE-DE-BUCH (Gironde)
24591 habitants

ENTREPRISE



• Ouverture : 25 mars 2010
• Date de certification : 2010
• Effectif : 4

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

Je suis attachée à la qualité nutritionnelle des produits et la clientèle était demandeuse.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

Ma gamme de pain bio : baguette avec de la farine type 80, pain de campagne, pain à base de petit épeautre, de farine intégrale, de farine de seigle. J'utilise de la farine écrasée à la meule de pierre, pour l'intérêt nutritionnel (puisque que le germe du blé est conservé à l'écrasement).

Proposez-vous des pains différents ou avez-vous adapté votre gamme ?

En bio comme en conventionnel, je travaille toujours sur levain (c'est plus digeste et le pain se conserve mieux).

J'ai une gamme de produits conventionnels très étendue : baguette aux graines, des pains en moules (schwarzbrötchen, multicéréales, pain de mie, pain brioché avec des céréales-raisins). Je propose aussi des pains aromatisés (aux algues, aux abricots et noisettes, figues-noix, cranberries etc.), différents selon la saison.

En fait, j'utilise dans presque tous mes pains de la farine bio mais je ne peux pas les certifier et les vendre en Bio car j'utilise d'autres ingrédients qui ne sont pas bio (car trop cher).

Quelle est la proportion de pain BIO par rapport au pain conventionnel ?

30 %.

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

Oui. De plus, je suis connue dans la région puisque cela fait 15 ans que je travaille en boulangerie.

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

Très bien.

Votre clientèle a-t-elle changé de comportement de consommation ?

Pour les « intégristes » du bio, oui, la certification est importante ! Pour les autres clients, c'est un gage de qualité, le bio est abordable en prix grâce à une bonne négociation avec mon meunier. Toutes mes farines, bio et non bio, sont françaises, ce qui rassure le client. J'ai choisi des farines bio, écrasées à la meule de pierre pour sa qualité.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

- le fournil est ouvert, les gens me voient travailler
- j'explique à la clientèle les bienfaits des farines utilisées, la méthode etc.
- j'organise des stages en fabrication pour les clients
- le salon de thé attenant à la boutique sert aussi de galerie où les artistes de la région exposent
- les fêtes à l'Épiphanie sont réalisées à partir de dessins d'artistes du Bassin
- régulièrement, je fais l'objet d'articles dans Sud-Ouest, l'Echo du Bassin, le P'tit Zappeur
- j'ai passé un contrat avec le cinéma de La Teste pour 2 ans de publicité.

Le bio vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

J'aurais pu fournir une cantine, mais cela ne s'est pas fait (soudis personnels).

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

C'est de l'ordre de 300 à 500 €, tout dépend du nombre de références.

Le bio est-t-il rentable ?

Oui, car j'utilise beaucoup de farine bio, ce qui m'a permis de négocier les prix de la farine avec mon meunier.

Quelle est votre politique de prix ?

J'ai dû augmenter mes prix récemment parce que mes collègues « râlaient ». Je vends la baguette conventionnelle à 0,85 € et la baguette bio à 1,05 €. Je n'utilise aucun mix, ce qui fait que mes prix sont raisonnables. Je vends le pain d'épeautre (bio) à 7,05 € le kg, les aromatisés (conventionnel) à 6,55 € le kg.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle ?

Administratif : aucune.

Fabrication : aucune. Juste de la rigueur dans l'organisation de travail et en hygiène !!!

Magasin : aucune. Réserver un « coté Bio », car il ne doit pas être mélangé aux autres produits

Communication : aucune. Bien former son personnel de vente avec des explications simples, un étiquetage clair et bien détaillé avec des mots clés. La lecture doit se faire rapidement et être comprise et retenue par le client en quelques secondes ou minutes.

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Aucune.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos projets pour le futur ?

Je ne sais pas trop, peut-être aller vers le tout bio, maintenant que je suis bien installée. J'avais vu un moulin qui me proposait des prix intéressants pour la farine bio, farine française bien sûr ! Pourquoi pas !

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

L'important est de communiquer lorsqu'on fait du bio. Il faut que la femme du boulanger ou le personnel en boutique soit performant et fasse passer le message simplement. Il ne suffit pas de coller des affiches, il faut parler, et si les vendeurs (vendeuses) ne savent pas le faire, il faut que le boulanger le fasse. La clientèle a besoin d'être rassurée et de savoir que la farine qu'on utilise ne provient pas de Chine ou pays de l'est, par exemple, même si elle est bio. Il faut aussi respecter la méthode de fabrication.

Par ailleurs, il faut aussi utiliser les médias (article dans les journaux de la région etc.). Une fois qu'on est connu, que la clientèle sait qu'on fait de la qualité et qu'on est attentif à l'aspect nutritionnel et santé des produits qu'on utilise, il est plus facile de passer au tout bio, mais s'installer en direct en ne faisant que du bio, ce n'est peut-être pas évident.

Sébastien HAZAK - SARL LA MEULE DE PIERRE -



36177 habitants

ST-MARTIN-D'HÈRES



- Date d'installation : 1998
- Date de certification : 2010
- Effectif : 3 boulangers (M. Murat, beau-père, à mi-temps), M. Hazak et 1 autre salarié, 1 vendeuse (compagne de M. Hazak)

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

Cela fait quelques mois seulement que j'ai repris l'affaire de Monsieur Murat, mon beau-père, avec lequel je travaillais déjà depuis 15 ans (avec ma mère à la vente). Nous avons fait du bio assez rapidement, mais très longtemps sans certification et sans communiquer dessus¹. La démarche n'a été faite qu'en 2010 car nous fournissions une collectivité et nous devions nous mettre aux normes.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

Nous avons 9 références : pur froment T 65, épeautre, 2 types de petit épeautre, 5 céréales, intégral, seigle, mélange de 3 farines, meule T 80.

Proposez-vous des pains différents ou adaptation de votre gamme ?

En conventionnel, nous fabriquons principalement du pain de tradition et de campagne sous différentes formes avec une farine non corrigée, pur froment... de la ciabatta, un mélange de farines broyées à la meule de pierre et de seigle sous forme de pavé, quelques pains aromatiques.

Quelle est la proportion de pain BIO par rapport au pain conventionnel ?

En volume, cela représente environ 30 % de l'ensemble de la production.

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

La démarche de M. Murat était très personnelle. On faisait des pains avec de la farine biologique depuis longtemps, sans véritablement communiquer à ce sujet. La clientèle a suivi sans que la certification n'apporte véritablement de changement pour elle. D'ailleurs, aujourd'hui encore, hormis le fait d'avoir mis sur l'étiquette pain bio, nous ne communiquons toujours pas plus... Et jamais un client nous a demandé si nous étions certifiés !²

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

Elle est satisfaite même si le coût est supérieur.

Votre clientèle a-t-elle changé de comportement de consommation ?

Comme la conservation de ces pains est supérieure à celle de la simple baguette de tradition, beaucoup de clients prennent du bio en quantité pour le congeler tranché.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

En fait, on ne communique pas du tout. Même en boutique, le certificat n'est pas affiché³ ; il n'y a pas de logo AB.

Le bio vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

Nous l'avons proposé à des collectivités (faculté, cuisine centrale de la commune). Cela a fonctionné quelque temps, puis, pour des raisons sans doute économiques, ces collectivités se sont tournées vers des fournisseurs industriels (type « Panibio »). Nous avons l'avantage d'être

à proximité de la fac... beaucoup de chercheurs, profs ou même élèves sont demandeurs de ce type de produit... même si ils venaient déjà avant (le four à bois joue son rôle aussi !)

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

560 € TTC environ (Qualité France). En fait, le coût dépend du nombre de références certifiées (données approximatives : moins de 8, c'est 496 €, plus de 9, c'est plus de 500 €).

Le bio est-t-il rentable ?

Je pense qu'il l'est quand on a la demande ! Il est cependant très difficile de répercuter la hausse du prix de la matière première sur le prix de vente.

Quelle est votre politique de prix ?

Pendant très longtemps nous avons vendu le « bio » à un tarif standard... pas vraiment rentable. Aujourd'hui une baguette bio est à 1,10 € contre 0,90 € pour une tradition pur froment, le seigle à 5 euros le kg ; les autres à 5,40 € et jusqu'à 9 euros le kg pour du « pur petit épeautre ».

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle ?

Administratif : au départ cela a mis du temps d'obtenir la certification parce que j'étais peut-être mal renseigné sur la marche à suivre. Concernant la notification à l'agence bio, je ne comprends pas pourquoi ceci n'est pas fait directement par l'organisme de certification.

Fabrication : pas de changement. Le bio n'est pas pétri au même moment que le conventionnel et il pousse au « froid ».

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Administratif : je n'ai pas vraiment de difficulté, mais remplir le cadencier est une contrainte pesante. Cela sert uniquement à vérifier que le boulanger ne « gruge » pas et ne fabrique pas du pain vendu comme bio avec de la farine non bio. Le contrôle se fait à partir de la recette, de la quantité de farine achetée et des quantités fabriquées. Souvent, pendant les contrôles, l'organisme nous demande les licences à jour de nos meuniers même si ces derniers sont certifiés par le même organisme, (de la paperasse pour rien).

Fabrication : depuis la certification, je pétris le bio, le soir et je mets la pâte dans la chambre de fermentation ; elle est réservée au pain bio. Le matin, le pétrin nettoyé sert alors pour la fabrication du pain conventionnel comme la tradition et le pain de campagne, par exemple, qui sont faits en direct. 70 % du pain conventionnel est fabriqué en direct. J'enfourme ensuite le pain bio et le non bio ensemble à condition d'utiliser une couche spécifique pour le bio et de fleurir la fournée avec du bio.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos projets pour le futur ?

Je vais mettre en avant la certification, le plus possible, et me procurer le logo AB. J'ai l'intention de faire une plaquette pour expliquer la traçabilité de nos farines. Nous nous fournissons chez un meunier d'Auvergne et nous voudrions communiquer sur l'origine de chaque blé bio, c'est-à-dire pour chaque pain. Nous essayons de travailler avec des paysans meuniers, nous voulons des farines locales ou au pire des céréales françaises...

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

Certes beaucoup de gens prêtent attention à ce qu'ils mangent, sont prêts à payer un peu plus pour manger « mieux », mais malheureusement pas tous. Chaque cas est à prendre à part, chaque quartier n'aura pas le même potentiel. Pour le reste je ne me prononcerai pas, car ce qui fait que ça marche ou pas, ce ne sont pas les matières premières, mais bien la façon de les mettre en œuvre. D'autre part, si le boulanger travaille depuis toujours avec des améliorants, des mix, le fait de passer à des farines bio, non corrigées, moins tolérantes, font qu'il aura de grosses surprises techniquement parlant. Il peut être très intéressant et judicieux de faire appel à une aide extérieure pour le lancement (formateur de l'INBP par exemple, ou MOF!). D'un point de vue éthique, la démarche du boulanger est à encourager, la recherche de la qualité, d'une rigueur de travail, d'une traçabilité est primordiale de nos jours ! Essayez de privilégier les petits producteurs « bio » plutôt que les grands groupes, vous y gagnerez en humanité, en qualité des matières premières et en plus, au niveau des tarifs !

NDLR : vous devez obligatoirement être certifié pour vendre des produits bio.

Franck NEVEUX

- LA BOULANGERIE DE L'ÉTOILE -



COMMUNE

COMPIÈGNE

· COMPIÈGNE (Oise) 40517 habitants

ENTREPRISE



· Ouverture : octobre 2008
· Date de certification : juin 2009
· Effectif : 1 boulanger, 1 pâtissier, 3 apprentis,
2 vendeuses, 1 apprentie vendeuse, M. et
Mme Neveu.

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

C'est mon meunier qui m'a proposé de faire du bio en me disant que mes collègues allaient forcément s'y mettre. D'autre part, Mie Câline, à côté de chez moi, propose des pains « bio ». Je n'ai pas vraiment eu le choix.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

Je fais des pains à base d'épeautre, de farine intégrale (T 150), aux céréales, de seigle et la baguette bio Festival.

Proposez-vous des pains différents ou adaptez-vous votre gamme ?

Tous les pains « bio » existent aussi en conventionnel, dans ma boutique.

Quelle est la proportion de pain BIO par rapport au pain conventionnel ?

Environ 5%.

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

Dès que j'ai lancé l'idée de faire du bio, la clientèle a été enthousiaste, mais ce n'est pas la demande de la clientèle qui m'a incité à me mettre au bio.

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

Bien sûr, la clientèle est contente de trouver du bio chez moi.

Votre clientèle a-t-elle changé de comportement de consommation ?

Certains clients n'achètent QUE du bio ; d'autres, des acheteurs de pain conventionnel, ont ajouté à leur achat habituel un pain bio.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

Dans ma boutique, il y a évidemment des casiers à part pour présenter les pains bio et l'étiquetage au bandeau vert est bien visible. Au milieu de la porte d'entrée, j'ai collé une vitrophonie Festival. C'est un cercle d'environ 30 cm de diamètre, avec une écriture verte, le tout sur fond mauve. J'ai aussi encadré mon certificat qui est en bonne place dans la boutique. Je n'ai pas fait d'autre publicité, en fait. Le bouche-à-oreille fonctionne très bien.

Le bio vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

Je n'ai pas de nouveaux clients au niveau de la boutique, mais j'ai proposé à des collectivités notamment des écoles de les fournir. Hélas, sans résultat.

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

La certification me coûte 350 € par an. En plus, il a fallu acheter un batteur, des toiles de lin, une armoire de fermentation et prévoir l'étiquetage. Et puis, j'ai dû embaucher un apprenti.

Le bio est-t-il rentable ?

Personnellement, je ne trouve pas que le bio soit rentable parce que le coût de la farine est nettement supérieur à celui de la farine conventionnelle (132 € le quintal pour le bio, 82 € pour le conventionnel) et que l'hydratation n'est pas la même. En raison de la qualité du gluten dans la farine bio, il n'est pas possible d'hydrater beaucoup. De plus on ne peut travailler qu'en direct avec le bio*.

Une baguette conventionnelle à l'ancienne est plus rentable, c'est certain.

Quelle est votre politique de prix ?

Je vends 1 € la baguette à l'ancienne en conventionnel. Et en bio, je suis à 1,15 €.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle

Administratif : 4 mois se sont écoulés entre la première visite et l'agrément. C'est tout de même assez long.

Fabrication : heureusement, j'ai pu commencer la fabrication immédiatement parce que j'avais déjà acheté la farine et prévu les étiquetages. Le travail en direct, le nettoyage des pétrins, les différentes recettes pour les différents pains m'ont obligé à embaucher un apprenti. Je ne pouvais pas tout gérer tout seul.

Magasin : Il a fallu prévoir les casiers à part, les étuis spécifiques. Il fallait désormais nettoyer la trancheuse à la balayette avant de trancher du pain bio afin qu'il n'y ait pas de contamination. C'étaient des habitudes à prendre.

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Administratif : Je n'ai pas vraiment de difficultés, la routine s'est installée désormais, les habitudes sont prises. Les contrôles réguliers ne posent pas de problème dès lors qu'on respecte le cahier des charges.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos futurs projets ?

Je continue de la même façon. A présent, je fais du bio davantage pour faire plaisir à la clientèle, car cette fabrication se fait au détriment d'autres pains. Si la certification devait se durcir, j'arrêtera. On n'est pas véritablement gagnant vu le prix de la farine.

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

Le bio est très contraignant, le prix de la farine élevé. Il faut réfléchir. En milieu rural, ce n'est pas nécessaire de se mettre au bio, parce que la clientèle restera même si le professionnel ne fait pas de bio, alors qu'en ville, la concurrence des collègues pousse à s'y mettre.

* NDLR : ce n'est pas une obligation.

Jérôme PICARD

- PLACE DES PAINS -

COMMUNE

LE HAVRE

· LE HAVRE (Seine-Maritime)
177259 habitants

ENTREPRISE



· Date de d'installation : 2002
· Date de certification : 2008
· Effectif : 9

● POURQUOI ?

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à faire du bio ?

Ces produits sont en phase avec la philosophie de ma boulangerie (offre de pains, viennoiseries, brioches et tartes). Pas de revente du tout.

● VOTRE GAMME

Quelle est votre gamme de pain bio ?

Baguette, complet, épeautre, céréales, pavé.

Proposez-vous des pains différents ou adaptation de votre gamme ?

Oui tous.

Quelle est la proportion de pain BIO par rapport au pain conventionnel ?

5 %.

● VOTRE CLIENTELE

Votre clientèle était-elle demandeuse ?

Oui.

Comment votre clientèle a-t-elle réagi ?

Satisfaite.

Votre clientèle a-t-elle changé de comportement de consommation ?

La consommation de pain bio vient en plus de la consommation habituelle. Pas ou peu de transfert.

Comment avez-vous communiqué sur le bio ?

- Emplacement dédié dans le magasin.
- Communication par une vitrophanie de 2 x 0,5 m sur la vitrine pendant 6 mois.

Le BIO vous a-t-il ramené une nouvelle clientèle ? Laquelle ?

Oui, une clientèle plus « bobo ».

● PRIX ET ASPECTS FINANCIERS

Quel est le coût de la certification ?

Environ 450 €.

Le bio est-t-il rentable ?

Oui, intégré dans le process de fabrication conventionnel, sans personnel dédié.

Quelle est votre politique de prix ?

30 % plus cher.

● RETOUR D'EXPERIENCE

AVANT - Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans la mise en place du bio ? Qu'avez-vous modifié dans votre production habituelle ?

Administratif : création d'un logiciel sur Excel.

Fabrication : stockage dédié au bio. Pas de difficulté en fabrication. Rigueur sur le nettoyage avant de lancer la recette.

AUJOURD'HUI - Quelles sont les difficultés qui persistent ?

Aucune.

● QUESTIONS OUVERTES

Quels sont vos projets pour le futur ?

Continuer à ne produire que du pain et des produits annexes. Ne pas succomber à la tentation de la pâtisserie et des produits de revente (boissons, bonbons etc.).

Quel message souhaitez-vous passer à un boulanger qui se pose la question d'aller ou non vers le bio ?

La présence du bio est un atout et une marque de sérieux. Le bio permet d'accrocher une nouvelle clientèle qui achète aussi beaucoup de produits non bio.

Pain biologique

Recette proposée par les boulangers INBP

pour
3 pièces



Pains de tradition
française

Pains spéciaux

Pains courants

Snacking

Viennoiserie

Décor

Ingrédients

La pétrissée

Farine de blé biologique T80	1000 g
Eau	650 g
Sel non raffiné	22 g
Levain dur non salé	400 g
Eau (de bassinage)	100 g

Méthode de travail

Matériel utilisé	Pétrin à spirale.
Température de base	De 64°C à 68°C.
Incorporations	Mettre la farine et l'eau dans la cuve.
Frasage	Environ 3 minutes, en première vitesse.
Consistance de la pâte	Bâtarde.
Autolyse	30 minutes.
Incorporations	Ajouter le sel et le levain.
Pétrissage	Appliquer la méthode à vitesse lente (600 brassages). Pétrir environ 5 minutes, en première vitesse, puis environ 1 minute, en deuxième vitesse*.
Bassinage	Verser l'eau de bassinage en filet, en deuxième vitesse.
Température de la pâte	24°C.
Pointage	Environ 2 h 30.
Pesage	3 pâtons de 720 g.
Mise en forme	Bouler.
Détente	Environ 15 minutes.
Façonnage	En boule. Déposer les pâtons sur des couches farinées, tourne à gris.
Apprêt	Environ 12 heures à 10°C.
Lamage	Couper en polka.
Température de cuisson	250°C, puis à température dégradative.
Temps de cuisson	Environ 40 minutes.
Ressuage	Sur grille.

* Ce temps est seulement une valeur indicative, car il peut varier selon 3 paramètres : le matériel utilisé, la quantité de pâte pétrie, la qualité de la farine.
NB En l'absence de précision, pointage, détente et apprêt s'effectuent à température ambiante.

Info complémentaire +

Côté réglementation : l'appellation « biologique » est soumise à réglementation.