

Au diable la baguette !



L'heure de gloire du pain de mie est arrivée, du moins en France. Le marché représente plus de 500 millions d'euros par an. À la mi-juin, la plus grande boulangerie industrielle de France a ouvert ses portes à Châteauroux, sur une surface équivalant à six terrains de foot. Cette usine va produire 160 millions de paquets de pain de mie par an, et cela presque exclusivement pour le marché français.

Pourquoi les Français aiment-ils soudainement tant le pain industriel ? Sans doute possède-t-il l'avantage d'être pratique et de se conserver plus longtemps. De nos jours, on a de moins en moins le temps de passer quotidiennement à la boulangerie, comme le veut la tradition. Dans les grandes villes, les habitudes ont également changé : le traditionnel déjeuner entrée-plat-dessert est de plus en plus remplacé par le snacking, surtout chez les jeunes. Plus de 2 milliards de sandwiches ont été vendus en France l'an dernier, dont plus d'un tiers à base de pain de mie et non plus de baguette. L'autre élément de réponse se trouve dans un marketing adroit. Le pain de mie Harrys se présente comme un *American sandwich*. « D'inspiration américaine », explique Géraldine Fiacre, directrice marketing de Barilla, « la marque reflète la modernité et la liberté. »

d'après Courrier international du 23 au 29 juillet 2015