



PAIN ET CÉRÉALES

Bulletin du marché du pain et des céréales Mai 2022

Retour en force des demandes de miches de pain - en particulier le pain frais bio

La demande en pain et en articles de boulangerie, comme en farine, n'a cessé de progresser sur les quatre dernières années. En 2021, les consommateurs ont acheté dans le commerce de détail suisse pour 2413 millions de francs de pain et d'articles de boulangerie et pour quelque 56 millions de francs de farine. Pour un ménage suisse moyen (comptant 2,2 personnes), le total des achats annuels de pain et d'articles de boulangerie pour 2021 s'est élevé à environ 461 CHF, ce montant étant de 14.60 CHF pour la farine.

Le présent rapport présente l'analyse des dépenses en pain et articles de boulangerie et des achats de farine sous deux angles : une vue globale du marché et une approche par ménage. Dans la première, les chiffres de la demande sont donnés en valeur absolue et relative et présentent les quantités vendues et le chiffre d'affaires par catégorie de produit, et leurs parts respectives dans le commerce de détail suisse. Certaines catégories font en plus la distinction entre bio et non bio.

La seconde approche ramène ces chiffres d'affaires à un ménage moyen suisse, ce qui permet de donner des informations sur les dépenses des ménages. Des critères socio-démographiques aident ensuite à repérer les schémas sous-jacents à la demande des ménages. Le présent rapport s'appuie sur l'analyse du panel de NielsenIQ Switzerland qui combine les données de scannage du commerce de détail et les celles d'un panel de

LE MARCHÉ EN BREF

Les fichiers Excel suivants sont mis à disposition pour permettre d'autres analyses :

- [Tableau Le marché du pain et des articles de boulangerie en](#)
- [Tableau Le marché de la farine](#)

Chiffres actuels relatifs au marché des céréales:

- [Chiffres du marché des céréales panifiables](#)
- [Prix brut à la production céréales panifiables](#)

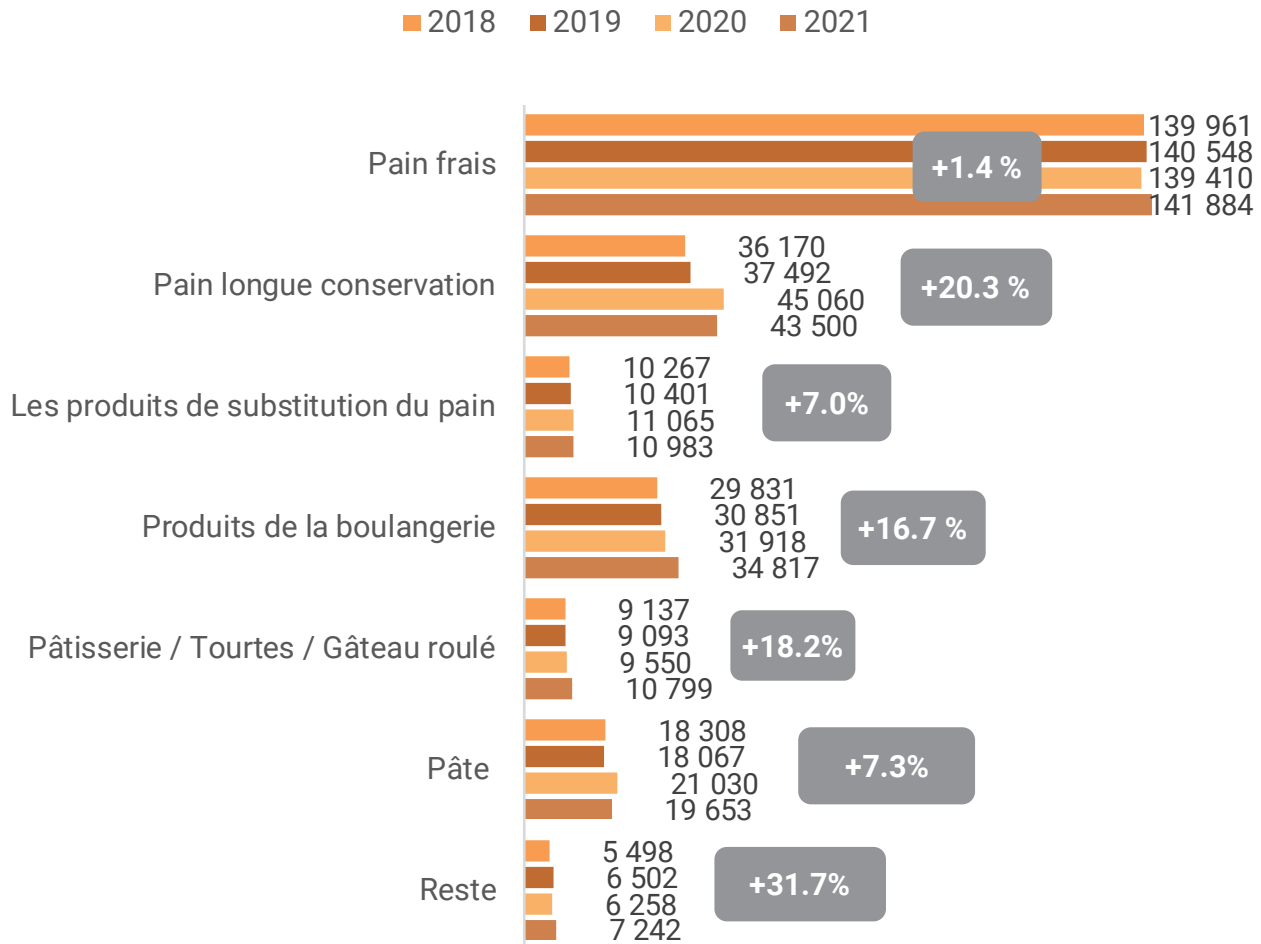
consommateurs. Les quelque 4000 ménages de Suisse alémanique et de Suisse romande composant ce panel sont représentatifs et permettent ainsi d'étudier la demande effective en pain et en articles de boulangerie des différents types de ménage.



PAIN, ARTICLES DE BOULANGERIE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Evolution des ventes

ventes en tonnes
2018..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché, NielsenIQ Switzerland, Total Market Consumer/Retail Panel

La catégorie Pain et articles de boulangerie en constante progression

En 2021, les achats de pain et d'articles de boulangerie dans le commerce de détail suisse se sont élevés à 2413 millions de francs, ce qui représente environ 8 pour cent du chiffre d'affaires total réalisé par le commerce de détail avec les denrées alimentaires. Cette catégorie regroupe les segments Pain frais, Articles de boulangerie, Pains longue conservation, Pâtisseries / tourtes / gâteaux roulés, Produits de

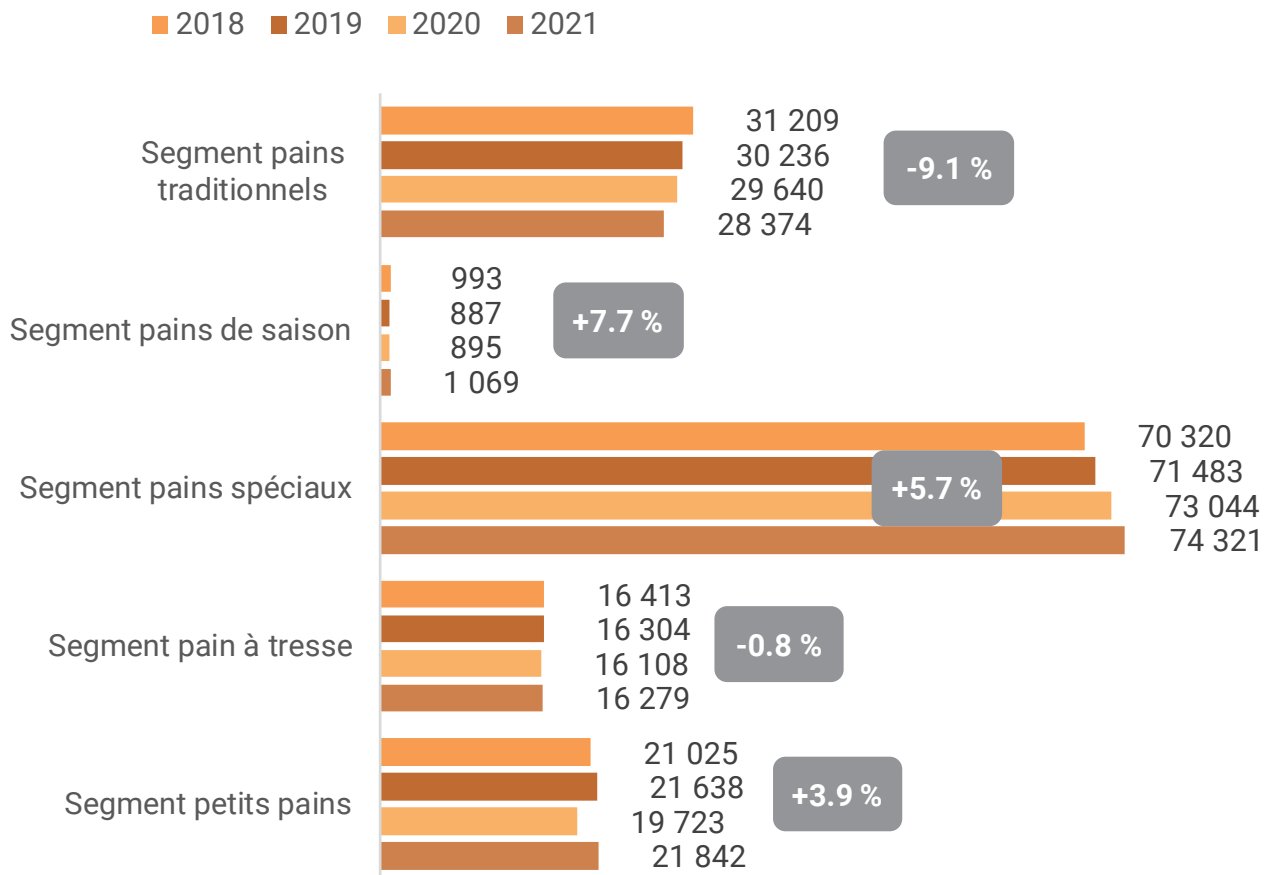
substitution du pain et Pâtes prêtes à l'emploi. À lui tout seul, le segment Pain frais génère, avec ses 1078,3 millions de francs, près de la moitié du chiffre d'affaires. Avec 20 pour cent de chiffre d'affaires, le segment Articles de boulangerie arrive en deuxième position (480,8 millions de francs). Viennent ensuite les Pains longue conservation (229,0 millions de francs) et les Pâtisseries / tourtes / gâteaux roulés (209,8 millions de francs), avec une part respective de 10 pour cent et de 9 pour cent. Les produits de substitution du pain (151,4 millions de francs) et



PAIN FRAIS DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Evolution des ventes

Ventes en tonnes
2018..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché, NielsenIQ Switzerland, Total Market Consumer/Retail Panel

les Pâtes prêtes à l'emploi (130,7 millions de francs) remportent 6 pour cent et 5 pour cent du chiffre d'affaires de toute la catégorie Pain et articles de boulangerie.

Hausse de la demande en pain longue conservation pendant la pandémie

En 2020 et 2021, deux années marquées par la pandémie, certains segments ont connu une évolution exceptionnelle; c'est le cas notamment des Pains longue conservation et des Pâtes prêtes à l'emploi. Dans ces deux segments, le chiffre d'affaires a fait un bond pendant la

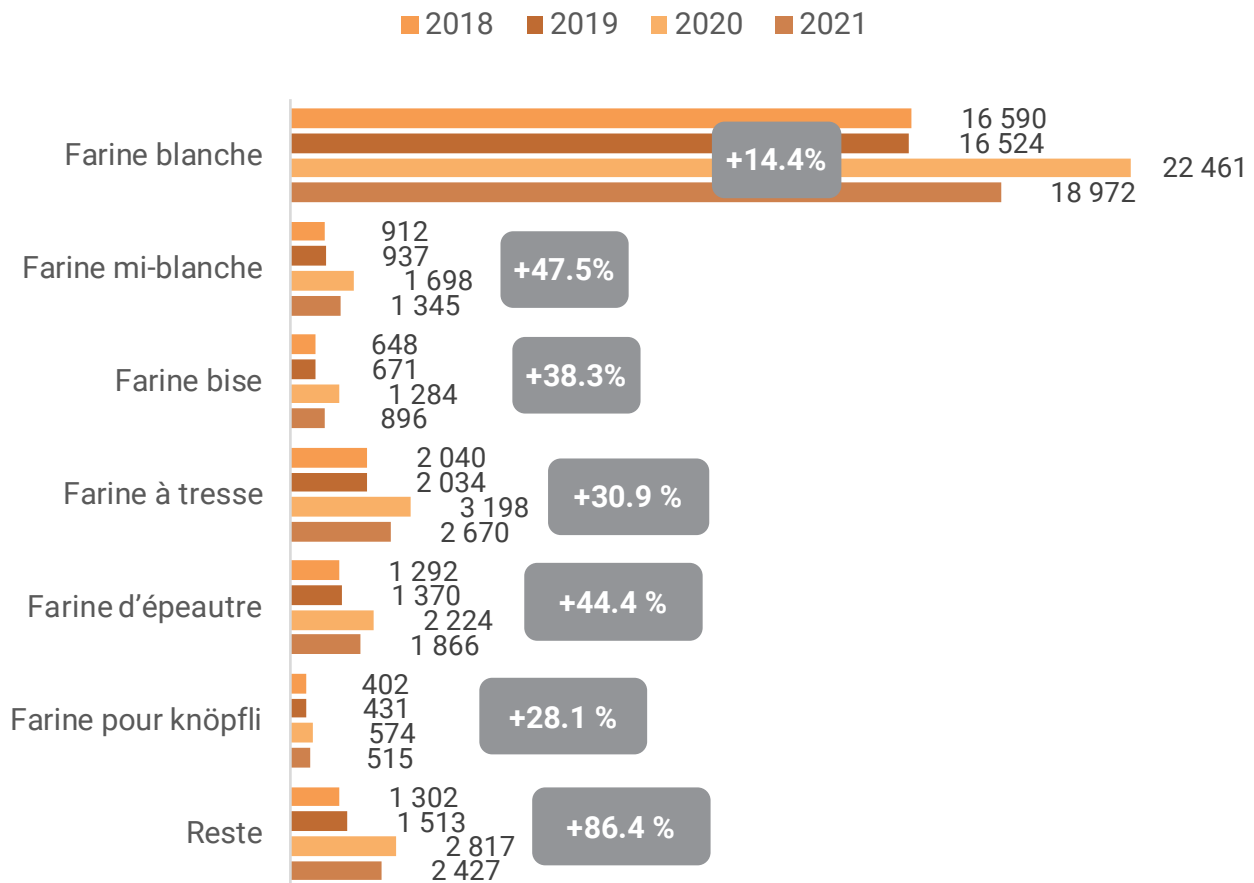
première année de pandémie, avant de décroître au cours de la deuxième année de pandémie. Toutefois, si l'on considère les quatre dernières années, le chiffre d'affaires des pains longue conservation a progressé de 20,3 pour cent et celui des pâtes prêtes à l'emploi, de 7,3 pour cent. Les pains longue conservation se prêtent parfaitement à la constitution de réserves, ce qui explique la consommation accrue dont ils ont fait l'objet au cours de la première année de pandémie. La même année, la demande en pains frais est parallèlement retombée sous son niveau de 2018: il y a eu moins d'achats en rai-



FARINE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Evolution des ventes

Ventes en tonnes
2018..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché, NielsenIQ Switzerland, Total Market Consumer/Retail Panel

son des mesures de lutte contre le coronavirus et les consommateurs ont privilégié des produits qui se conservaient mieux. En 2021, la demande en pains frais a atteint 141 884 tonnes, soit une progression de 1,7 pour cent par rapport à l'année précédente. En 2020, la fermeture des restaurants et l'obligation de télétravailler ont incité les consommateurs à davantage cuisiner chez eux et à se tourner vers des produits semi-finis, comme les pâtes prêtes à l'emploi, qui ont particulièrement bénéficié de cet engouement. Les segments Articles de boulangerie et Pâtisseries / tourtes / gâteaux roulés affichent une croissance qui ne se dément pas sur les quatre

dernières années. Il faut notamment souligner la progression de 16,7 % des articles de boulangerie.

Cote de popularité élevée pour le pain frais bio

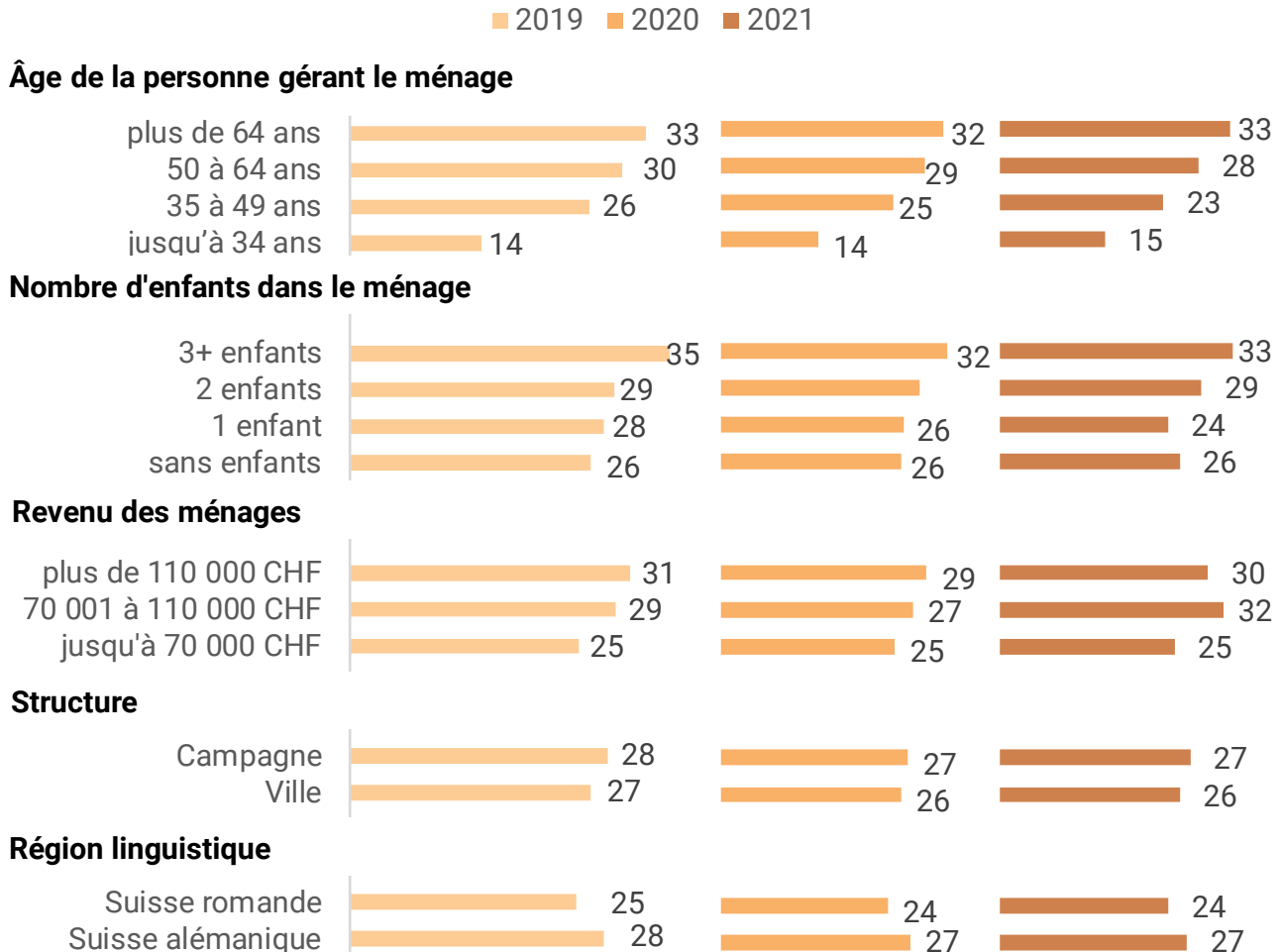
Dans l'ensemble, la part des dépenses en qualité bio (13,8 %) pour le pain et les articles de boulangerie est plus élevée que pour la moyenne de toutes les autres denrées alimentaires confondues qui est, elle, de 11 pour cent ([cf. rapport sur le bio](#)). En 2021, la demande en pain et articles de boulangerie bio a atteint 34 371 tonnes pour un chiffre d'affaires de 334,2



PAIN FRAIS DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Habitudes d'achat des ménages en fonction des caractéristiques sociodémographiques

Quantité par ménage en kg



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel

millions de francs. Sur ce segment du bio, 82 pour cent des ventes dans cette catégorie sont imputables aux Pains frais (28 211 tonnes). L'année 2021 bat tous les records concernant le chiffre d'affaires en qualité bio de la catégorie Pain et articles de boulangerie. Les achats de pains frais en qualité bio, par exemple, atteignent la somme de 260,0 millions de francs (soit une part de 24,1 %). Cette part élevée de bio est à mettre au compte des pains spéciaux, dont environ un tiers a été acheté en qualité bio. Le prix de vente moyen de 1 kg de pain frais bio présentait un surcoût de 21 % par rapport à 1 kg

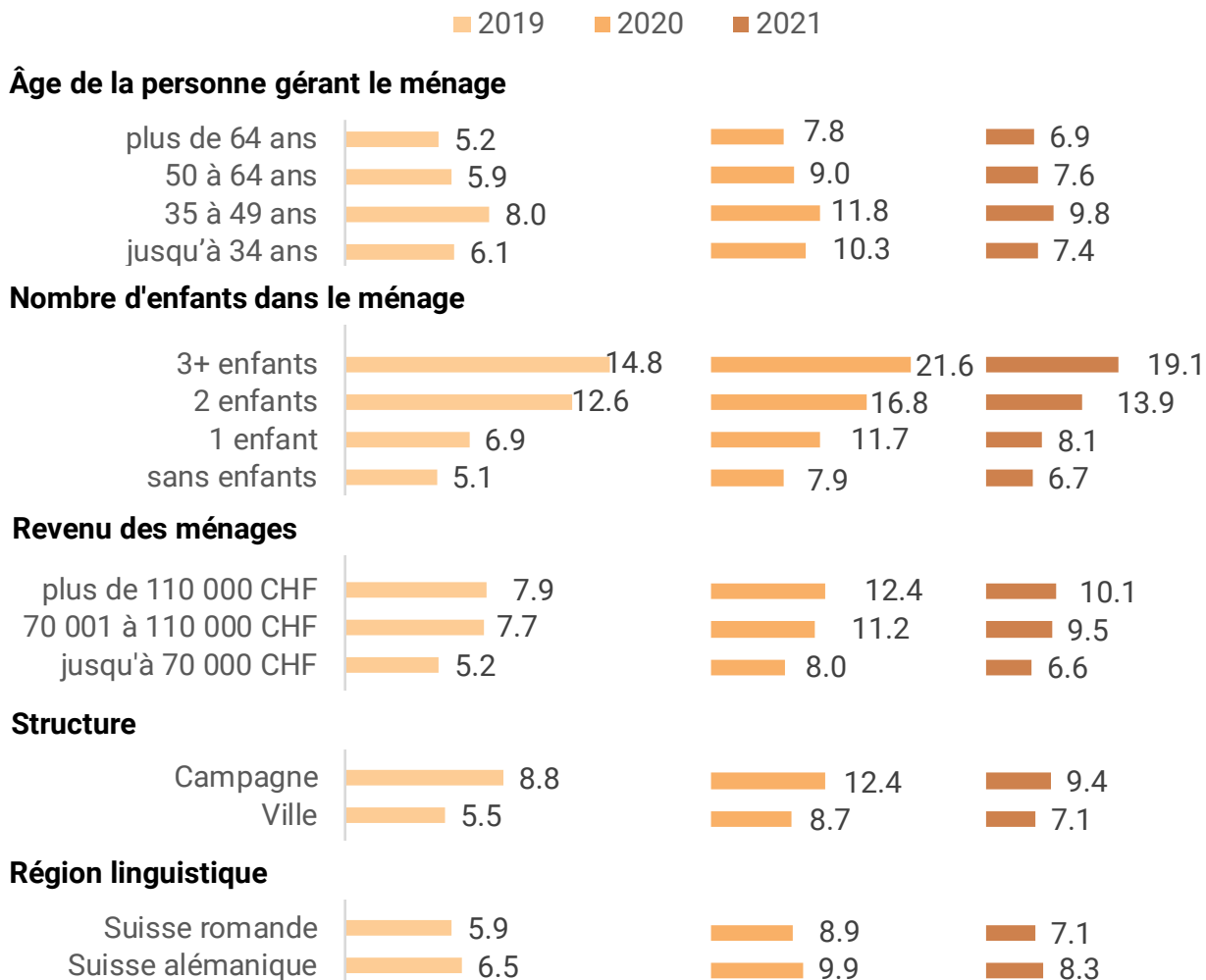
de pain frais issu de la production conventionnelle.

Augmentation du prix de vente moyen des pains frais

En 2021, il fallait déboursier 8.98 CHF en moyenne pour un kilo de pain ou d'articles de boulangerie dans le commerce de détail suisse. L'année précédente, cette somme était encore de 8.72 CHF par kilo. Il s'agit donc d'une augmentation d'environ 2,9 pour cent. Cette évolution des prix se fait l'écho des nouvelles préférences des consommateurs achetant du pain frais. En ce qui concerne l'assortiment des

**FARINE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE****Habitudes d'achat des ménages en fonction des caractéristiques sociodémographiques**

Quantité par ménage



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel

miches de pain, la demande en pains traditionnels à la farine blanche, mi-blanche ou bise fléchit sous la poussée des pains spéciaux, comme les baguettes ou les pains complets. Les pains spéciaux étant plus chers, cette évolution se traduit, sur le segment des pains frais, par une hausse du prix de vente moyen de 7.49 CHF le kilo en 2020 à 7.60 CHF en 2021.

Influence de la mobilité sur la consommation de petits pains

Les petits pains sont souvent consommés en route ou comme en-cas. Du fait de la pandémie, la population s'est moins déplacée et les

besoins en en-cas à consommer hors de chez soi ont nettement diminué. Il en résulte un recul de 9 pour cent de la demande en petits pains. En 2021, la demande en petits pains s'est redressée pour atteindre un niveau de ventes légèrement supérieur à celui d'avant la pandémie. Elle a progressé de 10,7 pour cent entre 2020 et 2021.

Recul de la consommation de farine blanche en 2021

En 2021, les achats de farine dans le commerce de détail suisse représentent quelque 56 millions de francs, qui équivalent en tout à près de 28 691 tonnes de farine. Le marché de la



farine a généré 12,3 millions de francs de plus entre 2018 et 2021, soit une hausse de 28,5 pour cent. Globalement, la demande en farine dans le commerce de détail suisse n'a cessé d'augmenter sur les quatre dernières années. Toutefois, durant la seconde année de la pandémie en 2021, les ventes de farine sont en recul par rapport à l'année exceptionnelle qu'a été 2020, première année marquée par le coronavirus. En 2021, les ventes de farine ont ainsi diminué de 5564 tonnes, la farine blanche ayant été la plus affectée, avec une baisse en chiffres absolus de 3489 tonnes. Si le chiffre d'affaires s'est contracté dans toutes les catégories de farines, les reculs les plus nets ont été enregistrés par la farine bise (-30,2 %), la farine mi-blanche (-20,8 %) et la farine pour tresse (-16,5 %). Comparées aux années qui ont précédé la pandémie, c'est-à-dire à 2018 et 2019, les ventes ont dans l'ensemble connu une évolution positive en 2021 (+23,7 % par rapport à 2018). Dans le détail, la farine mi-blanche (+47,5 %) et la farine d'épeautre (+44,4 %) sont des catégories qui ont fortement progressé. La croissance sans commune mesure des ventes de farine en 2020 s'explique principalement par le confinement dû au coronavirus qui a entraîné, de mars à juillet 2020, un surcroît de la demande.

Persistance de l'engouement pour les farines spéciales

Le prix de vente moyen d'un kilo de farine s'est replié de -2,4 pour cent en 2021 par rapport à l'année précédente, ce qui s'explique principalement par la baisse du prix de vente de la farine blanche. Forte d'une part de marché de 66,1 pour cent, cette dernière est la farine la plus vendue dans le commerce de détail suisse. Affichée au prix moyen de 1.41 CHF/kg, elle est de loin celle qui se vend le moins cher de toutes les variétés de farines. Entraîné par la hausse de la demande en farine blanche dans un segment de prix bas, le prix de vente moyen a poursuivi, en 2021, son repli de l'année précédente. Dans la

plupart des autres catégories de farines, les prix de vente moyens par kilo sont sinon restés relativement stables en dépit des mauvaises récoltes de l'été 2021 en Suisse.

L'étude de l'évolution du prix moyen sur la dernière période de quatre ans montre que ce dernier a progressé de 3,8 pour cent. Cela tient en particulier à la consommation accrue de farines spéciales, telles que la farine d'épeautre (+44,4 %) ou la farine pour tresse (+30,9 %). À 3.85 CHF/kg, la farine d'épeautre se vend en moyenne à un prix presque trois fois plus élevé que la farine blanche.

Les couples âgés et les familles nombreuses sont les plus gros acheteurs de pain frais

Selon le panel des ménages de NielsenIQ, un ménage suisse a dépensé en moyenne 461.15 CHF en 2021 pour acheter 52,9 kilogrammes de pain et articles de boulangerie. Les données collectées permettent de faire une lecture sociodémographique des habitudes d'achat des ménages. Les résultats montrent par exemple que les ménages sans enfant dépensent, en valeur absolue, environ 150 CHF de moins par an pour acheter du pain et des articles de boulangerie, que des ménages où vivent des enfants. Les ménages sans enfants comprennent aussi les ménages composés d'une seule personne qui ont donc, de fait, des besoins moins importants en pain et articles de boulangerie. Les ménages avec enfants sont répartis en trois catégories, les ménages comptant un enfant, ceux ayant deux enfants et ceux avec trois enfants et plus. Les ménages qui ont trois enfants et plus sont, avec les couples âgés, ceux qui affichent la plus forte demande (avec quelque 33 kilogrammes de pain et d'articles de boulangerie consommés en 2021). Ces mêmes familles nombreuses sont celles qui, en moyenne, ont dépensé le moins par kilogramme (7.19 CHF/kg), alors que les ménages sans enfant et les couples âgés



présentent les dépenses les plus fortes par kilo de pain et d'articles de boulangerie acheté (respectivement 9.03 CHF/kg et 9.32 CHF/kg). Si l'on compare les régions linguistiques entre elles, les ménages de Suisse alémanique ont acheté en moyenne 2,65 kilogrammes de pain frais de plus que les ménages romands. Les ménages habitant à la campagne consomment 1,5 kilogramme de pain frais de plus que ceux résidant en zone urbaine. Les plus gros consommateurs de pain frais sont les ménages comptant trois enfants et plus, qui en achètent en moyenne 7,6 kilogrammes de plus que les ménages sans enfant. La consommation de pain frais des couples âgés est presque la même que celle des ménages avec trois enfants ou plus. Néanmoins, ils dépensent en moyenne 55 centimes de plus par kilogramme de pain frais que les familles avec enfants qui payent en moyenne 7.24 CHF/kg. La comparaison entre les différents types de ménages montre que le prix moyen payé par kilogramme de pain frais varie peu dans l'ensemble.

Les ménages sans enfant achètent moins de farine

En ce qui concerne la farine, les habitudes d'achat varient fortement en fonction du type de ménages. Comparés aux ménages sans enfant, les ménages avec deux enfants achètent deux fois plus de farine, et ceux qui en comptent trois et plus, trois fois plus. En revanche, le prix moyen auquel les ménages avec enfants sont prêts à acheter leur kilo de farine est nettement inférieur à celui des ménages sans enfant. Il ne semble pas que ce choix soit influencé par le revenu du ménage. L'analyse met également en lumière des disparités régionales. Ainsi, les ménages romands consomment moins de farine que leurs homologues alémaniques. Par ailleurs, les ménages alémaniques déboursent près de 3 CHF de plus pour un kilo de farine, sachant qu'ils privilégient des variétés plus onéreuses. Enfin,

on achète moins de farine en ville que dans les régions rurales.

Conclusion

Les deux années de pandémie qui se sont écoulées ont fortement influencé la demande des consommateurs en Suisse. Certaines évolutions s'en trouvent renforcées, d'autres au contraire ont connu un coup d'arrêt. La baisse de la mobilité et le repli de la consommation hors de chez soi ont notamment entraîné, en 2020, un fort recul de la demande en petits pains. Pourtant, en 2021, les ventes de petits pains ont déjà dépassé leur niveau de 2019. L'évolution de la demande en farine illustre la situation inverse. La demande en farine a en effet fortement augmenté en 2020, pour se replier en 2021. Il convient de noter que le niveau des ventes de farine en 2021 reste nettement supérieur à celui de 2019.

Dans l'ensemble, la pandémie a induit des transformations dans la manière de travailler : le télétravail a gagné en importance. Ces transformations ont eu des répercussions sur la demande des ménages. Le secteur du pain en offre un parfait exemple avec la hausse des ventes de miches de pain et de pâtes prêtes à l'emploi. Une plus grande quantité de pain a à nouveau été consommée à domicile et les pâtes prêtes à l'emploi ont permis de confectionner rapidement divers plats.

Le prix des céréales est appelé à augmenter à l'avenir du fait de la situation actuelle en Ukraine, ce que confirme la hausse de l'indice FAO des prix des céréales ([FAO Cereal Price Index](#)). Par ailleurs, les coûts de production, de la logistique et de l'énergie ont, pour une part, fortement augmenté au cours de ces dernières années.



REMARQUES CONCERNANT L'ANALYSE

La source : les données de NielsenIQ Switzerland

Les données de NielsenIQ Switzerland analysées ici proviennent de deux panels :

- un panel de consommateurs ;
- un panel de détaillants et de données des achats scannés aux caisses.

Le panel de consommateurs NielsenIQ Switzerland se compose de quelque 4 000 ménages de Suisse alémanique et de Suisse romande (le Tessin n'y figurant pas), dont les achats sont enregistrés pour chacune des personnes du ménage, pendant toute l'année. Les consommateurs composant le panel doivent indiquer la quantité et le prix de tous les produits qu'ils achètent.

Le panel NielsenIQ Switzerland de détaillants permet d'enregistrer toutes les données des produits scannés aux caisses des détaillants qui en font partie. Il regroupe la plupart des acteurs nationaux de la grande distribution implantée en Suisse qui vendent en magasin, à l'exception des discounters Aldi et Lidl. Les détaillants spécialisés (bouchers) de même que ceux qui pratiquent la vente directe ne figurent pas non plus dans le panel.

Le panel combiné (de consommateurs et de détaillants) permet d'embrasser l'activité des canaux de distribution dont le panel de détaillants ne tient pas compte (par exemple, Aldi, Lidl, le commerce spécialisé, etc.), mais déterminés par estimation sur la base du panel de consommateurs pour former, avec le panel de détaillants, un panel global des détaillants implantés dans le pays. Le panel combiné permet d'obtenir les données les plus précises en fait de ventes et de chiffres d'affaires dans le commerce de détail suisse actif dans la vente en magasin. Il constitue la base de la présente analyse du marché.

CONTACT ET MENTIONS LÉGALES

Auteurs :

Andrea Scherer
Conradin Bolliger

OFAG, secteur Analyses du marché
Schwarzenburgstrasse 165, 3003 Berne

marktanalysen@blw.admin.ch
www.observatiodumarche.admin.ch

Commande de publications :
[Formulaire de commande en ligne](#)

Pour toute question relative à la responsabilité, à la protection des données et du droit d'auteur :
www.disclaimer.admin.ch