DIMANCHE 8 MAI 2022 **Nº 3930** 2,20 € (2,40 € Avec Version Femina) www.lejdd.fr

INTERCONTINENTALE/AFP

Les confidences de la « petite sœur » de Marilyn Monroe

Pages 38-39

EXCLUSIF

LES MEUBLES DE LA COLLECTION TAPIE MIS EN VENTE

Page 15

Jalousies, élections, succession : rififi à l'Académie française

Pages 30-31

LÉGISLATIVES : LE GENDRE DE JEAN-LUC MÉLENCHON SÈME LA ZIZANIE Page 8

Le Journal du Dimanche

Hausse des prix : ce n'est qu'un début

Évolution des prix de la farine, du super sans plomb 95, de l'huile de tournesol et du filet de bœuf entre mars 2019 et mars 2022

CONSTANTINOS/GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO ; PHILIPPE HUGUEN/AFP ; SERGEYSHIBUT, MARIANVEJCIK/GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

LE PANIER DU JDD

Consommation, matières premières, énergie : 14 produits à la loupe

GOUVERNEMENT

Ce que prévoit la « loi exceptionnelle pour le pouvoir d'achat »

SYSTÈME D

Quand traquer les promos devient un job à plein temps

Pages 2 à 5

M 00831 - 3930 - F: 2,20 €

France métropolitaine : 2,20 € / BEL : 2,40 € / CH : 3,70 FS / DOM : 3,20 € / REU : 3,20 € / ESP : 2,80 € / LUX : 2,40 € / MAR : 27 MAD / PORT cont. : 3,10 € / TUN : 9 DIN

La hausse des prix

Ange et ses prix « qui ne montent pas au ciel »

BOULANGERIE Le réseau de franchisés tente de ne pas répercuter dans ses 204 magasins la hausse inédite des matières premières

Envoyée spéciale
Aix-en-Provence
(Provence-Alpes-Côte d'Azur)

La boulangerie Ange aux Milles, près d'Aix-en-Provence (Provence-Alpes-Côte d'Azur). DR

François Bultel tranche sa baguette d'un geste précis, sur toute sa longueur, fait craquer la croûte, pointe du doigt la mie. Il est aussi fier de sa gamme de pains spéciaux et de ses viennoiseries. Cofondateur de l'enseigne de boulangeries Ange, 204 magasins en France, il explique son succès par trois ingrédients : un bon produit, des prix abordables, une dimension écoresponsable. Rien de sorcier, tout dans l'air du temps.

Dans ses boulangeries, qui emploient 2 600 salariés, la baguette restera à 1 euro. *« Nos prix ne montent pas au ciel »*, promet Ange sur ses affiches. François Bultel y tient. Le tarif des menus, de 4,95 à 9 euros, boisson incluse, ne décollera pas non plus. La directrice des achats du réseau a beau *« s'arracher les cheveux »*, comme dit son patron, les petits prix ont fait le succès de la chaîne. Pas question de changer de recette alors que 200 ouvertures supplémentaires sont programmées dans les trois années à venir.

À midi, dans toutes les boulangeries, comme celle des Milles, près d'Aix, accolée au siège social du groupe, les queues se forment du lundi au vendredi. Les vendeurs viennent dans la salle, au contact direct des clients, pour prendre les commandes et fluidifier le service. À l'heure de la sortie des bureaux, le deuxième coup de feu de la journée est presque aussi intense. Baguettes et pizzas défilent en caisse.

Chaque matin, depuis des mois, Marie Larcher, directrice des achats, commence sa journée par un coup d'œil au prix du blé. *« On a dépassé les 400 euros la tonne,* souffle-t-elle. *On était à 180 euros l'an dernier à la même époque. »* Viennent s'ajouter à la facture une prime CRC, pour Culture Raisonnée Contrôlée, qui atteste de l'origine du blé utilisé par Ange, et le coût du contrat Agri-Éthique garantissant aux agriculteurs un prix d'achat sur cinq ans. Les cours des matières en pénurie causent aussi du tracas à Marie Larcher. L'huile de tournesol est devenue inaccessible. Celle de colza, qui la remplaçait, s'envole déjà. *« On ne peut plus certifier l'origine France des steaks hachés qui composent certains de nos sandwiches : on n'en trouve plus. Les cheptels ont été réduits ces dernières années et les éleveurs préfèrent garder plus longtemps leurs vaches laitières,* regrette-t-elle. *Des choix de politique agricole que l'on paie maintenant. »*

L'enseigne, qui emploie 2 600 salariés, maintiendra la baguette à 1 euro

Au siège d'Ange, on persiste à faire le dos rond, malgré une grogne qui monte parmi les franchisés. Le chiffre d'affaires d'une boulangerie dépasse généralement le million d'euros annuel. La marge souffrira forcément de la hausse des matières premières.

Sur son bureau, François Bultel attrape un essai de l'économiste Jérôme Fourquet (*L'Archipel français,* Seuil, 2019), aussi précieux que sa baguette tranchée pour expliquer la philosophie de l'entreprise. La population de ces périphéries urbaines théorisées par Fourquet constitue la clientèle de sa franchise.

Situés presque exclusivement dans ces petites zones d'activité qui jalonnent les agglomérations, les points de vente proposent de la restauration rapide aux salariés des entreprises du coin, aux prestataires qui veillent à leur entretien, aux artisans des chantiers alentours, aux commerciaux de passage. Au déjeuner, ils peuvent s'asseoir dans la salle ou s'attabler à l'extérieur. En fin de journée, les clients passent s'offrir l'une des pâtisseries que les apprentis d'Ange fabriquent sur place. La pénurie de main-d'œuvre a poussé l'entreprise à ouvrir son propre centre de formation. En septembre, une deuxième promotion d'apprentis rejoindra le vaste laboratoire installé au rez-de-chaussée du siège des Milles.

Juste avant la fermeture commence le ballet des habitués des sites antigaspi Too Good To Go et Phenix. Ange met chaque jour à disposition des « paniers malins », moins chers que le prix à l'étiquette. Les boulangeries limitent ainsi leurs invendus. Et font des heureux. Pour Nicolas Deloupy, chargé de la responsabilité sociétale de l'entreprise, ce partenariat entre dans le cadre de toute une série d'actions visant à réduire, recycler, réutiliser l'ensemble des matières premières de l'entreprise. Des efforts qui doivent permettre à Ange de maîtriser son empreinte carbone et de tenir ses coûts. ●

SYLVIE ANDREAU

Quand chasser les promos devient un métier

ASTUCE Un site, créé en 2014 par un couple alors au chômage, aide les familles à consommer moins cher

Sophie et Laurent Enselme, fondateurs du site Anti-crise.fr. DR

Consommer moins cher : c'est ce que promet le site Anti-crise.fr. Fondée en 2014 par Laurent et Sophie Enselme, cette plateforme rassemble conseils et astuces pour réduire le montant de ses courses. Au départ, le couple, installé à Eygurande-et-Gardedeuil (Dordogne), voulait simplement donner un coup de pouce à des ménages en difficulté, en recensant l'ensemble des promotions alimentaires du moment. *« Nous ne souhaitions pas monter une entreprise,* explique Laurent Enselme, *mais simplement partager les bons plans que nous trouvions sur des forums. »* Sauf que le succès est tel qu'un an après la création de leur site les Enselme déposent les statuts de leur société, donnant ainsi à leur vie un nouveau tournant.

Car, à l'époque, le couple vit chichement. Après un burnout en 2008, Laurent Enselme, ancien cadre dans le bâtiment, traverse une longue période de chômage. *« Du jour au lendemain, c'est l'effondrement,* se souvient-il. *Avec ma femme, qui s'occupait de nos deux enfants, nous n'avions plus que 500 euros par mois pour vivre. »* Chasser le superflu et faire des économies devient une obsession. Chaque jour, le père de famille scrute les offres, déniche les derniers coupons de réduction en ligne ou en parcourant les dizaines de prospectus qui inondent les boîtes aux lettres… Sa principale astuce ? Anticiper les besoins et, donc, les dépenses. *« Vous êtes perdants si vous attendez de n'avoir plus de papier toilette pour en acheter alors qu'il était à moins 70 % la semaine précédente »*, affirme-t-il. Grâce à ces achats malins, le couple réussit à diminuer en moyenne de 65 % son budget alimentaire, soit près de 5 000 euros de dépenses en moins par an. *« Quand on se lance dans cette façon de consommer,* conclut le mari, *c'est un aller simple. »*

Deux millions de visiteurs uniques par mois

Grâce aux revenus publicitaires générés par leur petite affaire, ces professionnels de la chasse aux promotions gagnent chacun près de 1 500 euros par mois. Depuis 2014, environ 30 millions de personnes ont déjà consulté Anti-crise.fr. qui affiche 2 millions de visiteurs uniques par mois. Parmi les utilisateurs réguliers, 80 % sont des *« utilisatrices »* d'après Laurent Enselme. Beaucoup d'entre elles vivent dans le nord de la France, mais aussi en région parisienne, où les enseignes de grande distribution ne déposent presque plus leurs catalogues papier dans les boîtes aux lettres.

Pour répondre aux attentes de clients aux budgets serrés, le couple Enselme consacre douze heures par jour à la recherche des dernières promotions. *« On a retrouvé un travail qui a du sens pour nous en plus d'être utile aux autres,* se réjouit l'ancien cadre. *J'aimerais beaucoup créer un site sur les promotions autour des yachts de luxe, mais malheureusement je ne suis pas certain que cela marcherait. »* Inquiet de voir le prix du paquet de pâtes augmenter et celui des huiles exploser, l'entrepreneur retrouve le sourire lorsqu'il songe aux commentaires laissés par les utilisateurs de la plateforme sur le forum. Comme celui de cette mère de famille qui confiait avoir emmené ses enfants en vacances pour la première fois. Grâce à eux. ●

ROMANE ROSSET