



Baguette de pain à 0,29 euros : une campagne Leclerc démagogique et destructrice de valeur pour une filière d'excellence.

Michel-Edouard Leclerc a annoncé, ce mardi 11 janvier, qu'il lançait une campagne de communication afin de vendre des baguettes de pain à 0,29 euro maximum (et jusqu'à 0,23 euros), pendant six mois dans l'ensemble de ses magasins.

Alors même que les cours des céréales, et par conséquent de la farine, connaissent des prix élevés, que les coûts de production (énergie, salaires, etc.) progressent fortement et que la moyenne du prix de la baguette, en France en 2021, selon l'INSEE est de 0,90 euros, le groupe Leclerc annonce des prix volontairement destructeurs de valeurs.

Alors même que le gouvernement et l'ensemble des filières travaillent pour rémunérer justement les agriculteurs, Leclerc lance une campagne destructrice de valeurs pour tous les maillons de la filière céréalière française.

Alors même que le savoir-faire et la qualité de la baguette française sont en passe d'être reconnus par l'UNESCO, l'excellence des agriculteurs, des collecteurs, des meuniers et des boulangers, que le monde nous envie, est bradée.

Dans ces conditions, la filière céréalière s'interroge sur les prix pratiqués par les magasins Leclerc et se demande qui peut en vivre dignement et sur quels produits vendus aux consommateurs les magasins Leclerc compenseront cette vente.

CONTACTS PRESSE

Kevin Berenguer : 06 46 73 50 05 - kevin.b@tmarkoagency.com

Lise Morin-Forestier : 07 78 05 07 55 - lise.f@tmarkoagency.com
