

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE,  
DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES  
59, BD VINCENT AURIOL - TÉLÉDOC 251  
75703 PARIS CEDEX 13

D.G.	T.P.	N.A.F / C.P.F..
613	AG	15 81 11
Information générale sur les prix et les conditions de vente  Pain et viennoiseries		

Réf : NI00-52.doc

Affaire suivie par Gilles Morini  
Bureau D4 : Industries agricoles et alimentaires  
Téléphone : 01 44 97 31 42  
Télécopie : 01 44 97 05 27

PARIS, LE 5 AVRIL 2000

## NOTE D'INFORMATION N° 2000-52

(Communicable au sens de la loi du 17 juillet 1978)

**Objet : Utilisation de l'appellation de « boulanger » et de l'enseigne de « boulangerie » - Dénominations des pains. TP 617 AA**

**Résumé** : Cette enquête, qui avait pour but de vérifier le respect des dispositions des articles L. 121-80 et suivants du code de la consommation, a montré que les plus grandes difficultés dans leur application étaient essentiellement rencontrées par les artisans boulangers, notamment en raison du fait qu'ils possèdent souvent un ou plusieurs magasins secondaires. Les autres opérateurs - industriels ou terminaux de cuisson - qui avaient été la cible des dispositions similaires figurant dans l'arrêté du 12 décembre 1995 (annulé par le Conseil d'État) ont fait preuve de plus d'adaptation, notamment dans la mesure où ils ne jugent pas la question de l'enseigne fondamentale pour leurs activités.

L'enquête a, par ailleurs, mis en évidence le fait qu'il existait une grande disparité en ce qui concerne les dénominations utilisées sur le marché des produits de panification. Celle-ci résulte essentiellement d'une absence de définitions précises pour les différentes catégories de pains, le seul texte réglementaire existant, en l'occurrence le décret du 13 septembre 1993, ne prévoyant que des catégories très générales qui sont, de surcroît, peu utilisées.

A partir des nombreuses constatations opérées par les agents, le bilan de cette enquête permet de dégager certains éléments de doctrine propres, d'une part, à répondre aux questions posées quant à l'interprétation des textes et, d'autre part, à aider les agents dans l'orientation de leurs futurs contrôles.



## **Les objectifs de l'enquête**

Cette enquête a été réalisée par l'ensemble des départements au cours des quatrième trimestre 1998 et premier trimestre 1999 (certains l'ont même prolongée au cours de l'année 1999).

Elle devait, en premier lieu, permettre de vérifier les modalités d'application des dispositions des articles L. 121-80, L. 121-81 et L.121-82, insérés dans le code de la consommation par la loi n° 98-405 du 25 mai 1998 déterminant les conditions juridiques de l'exercice de la profession d'artisan boulanger. Ces articles définissent, de façon stricte, les conditions sous lesquelles un opérateur peut faire usage de l'appellation de « boulanger » et/ou de l'enseigne de « boulangerie ».

En second lieu, les agents étaient chargés de vérifier l'étiquetage et la présentation des pains vendus dans les établissements contrôlés, notamment les dénominations sous lesquelles ces pains étaient mis en vente, ainsi que la conformité de leur composition.

## **Les contrôles**

Quelque 3600 contrôles ont été opérés sur l'ensemble des départements métropolitains et d'outremer. Certaines directions ont même, préalablement à la réalisation des contrôles, pris l'attache des organisations professionnelles départementales pour les inviter à rappeler à leurs adhérents les dispositions de la réglementation, et notamment celles concernant l'appellation de « boulanger » et l'enseigne de « boulangerie ». Certaines de ces organisations professionnelles avaient déjà rappelé à leurs adhérents leurs diverses obligations, mais quelques-unes d'entre elles avaient omis de leur signaler que l'utilisation de la congélation et de la surgélation était incompatible avec l'emploi de l'enseigne et de l'appellation. Nombre de directions ont annoncé qu'elles continueraient les contrôles après l'enquête.

Globalement, la répartition des contrôles correspond à celle des différentes catégories d'opérateurs. Ainsi, les contrôles ont concerné, pour 70%, les artisans boulangers, ce qui correspond à leur représentativité au sein de la profession. En revanche, les grandes et moyennes surfaces ont proportionnellement été plus contrôlées que les terminaux de cuisson et les boulangeries industrielles (à près de 19% pour les GMS alors qu'elles ne représentent qu'environ 8 à 10% des points de vente des pains). Il est à noter que quelques départements ont peu, voire pas, contrôlé les boulangeries artisanales.

Le bilan chiffré des contrôles fait apparaître que les artisans ont fait l'objet de plus de 80% des avertissements et rappels de réglementation (respectivement 11% et 4,6% pour les terminaux de cuisson et les GMS) et d'environ 70% des procès-verbaux relevés (respectivement 21,7% et 8,4% pour les terminaux de cuisson et les GMS).

Par delà les chiffres, il faut signaler que les contrôles semblent avoir été plus sévères à l'égard des terminaux de cuisson et des GMS que dans le cas de la branche artisanale, à l'encontre de laquelle les agents ont parfois hésité à verbaliser. Il est d'ailleurs à noter que, pour ce qui concerne l'usage de l'enseigne, les adhérents du syndicat de la boulangerie industrielle ont eu l'impression de faire l'objet d'un certain acharnement de la part des contrôleurs, ce que démentent les données de l'enquête.

## **Détail des constatations**

### **1) L'utilisation de l'enseigne de « boulangerie » et de l'appellation de « boulanger »**

Dans le cadre de la vérification des dispositions des articles L. 121-80 et suivants du code de la consommation, les agents ont régulièrement constaté que

nombre de magasins arboraient toujours l'enseigne de « boulangerie » et/ou l'appellation de « boulanger » de façon induite dans la mesure où les conditions fixées par lesdits articles n'étaient pas respectées.

Cette infraction a été surtout constatée dans le cas des boulangeries artisanales. En effet, nombre d'artisans possèdent fréquemment plusieurs magasins (de deux jusqu'à dix, voire plus) mais fabriquent, pour des raisons de rationalisation de production, dans un atelier ou un fournil central.

En revanche, il s'agit d'une infraction rarement rencontrée chez les grandes surfaces et les terminaux de cuisson. Cela est dû au fait que ces types de commerces avaient été particulièrement visés dans le cadre de l'arrêté du 12 décembre 1995 (qui a été invalidé par le Conseil d'État) et aussi à ce que la boulangerie industrielle, à laquelle il convient de rattacher les terminaux de cuisson, n'est pas fondamentalement attachée à cette enseigne et à cette appellation. Une grande partie de cette branche avait déjà procédé au changement d'enseigne et adopté l'utilisation d'enseignes de « substitution » (telles « L'épi gaulois », « La pomme de pain », ...). Elle estime, ce qui a été mentionné par plusieurs directions, que l'identité du fabricant ne constitue pas le critère déterminant le choix du consommateur, ce dernier étant plus sensible aux caractéristiques de qualité des produits.

Un autre motif de non-respect des dispositions de la loi réside dans le fait que certains opérateurs se font, pour des raisons d'organisation de leurs productions, livrer une partie de leurs pains (soit ceux de consommation courante, soit les pains dits spéciaux) par d'autres fabricants.

Il a également été régulièrement constaté la détention de pâtons surgelés ou congelés dans les magasins. Chez les artisans boulangers, il s'agissait essentiellement de produits destinés à la fabrication des pains dits spéciaux, produits à faible débit. Compte tenu de la multiplicité de ce type de pains, les opérateurs ne peuvent pas les fabriquer quotidiennement. Une autre raison de la stabilisation des pâtons par le froid négatif est la possibilité de pouvoir répondre rapidement à la demande des consommateurs. En revanche, il a été constaté peu de congélation de pains cuits, celle-ci étant généralement réalisée sur les invendus.

Les contrôles basés sur l'application des articles L. 121-80 et suivants du code de la consommation ont soulevé de vives protestations de la part des artisans boulangers. En effet, ces derniers, mettant en avant leur qualité d'artisan et leur professionnalisme, estiment que leur identité ne sera plus reconnue et appréciée. Par ailleurs, ils comprennent mal l'interdiction d'utiliser enseigne et appellation dans le cas de leurs magasins secondaires, notamment dans la mesure où ils se sentent implicitement placés sur le même plan que les terminaux de cuisson. Ils considèrent que ce texte, qui est censé les garantir d'une concurrence qu'ils jugent déloyale, ne fait que les pénaliser, principalement ceux qui sont les plus dynamiques. Certains ont même clairement fait part de leur intention de saisir leurs organisations professionnelles dans le but d'obtenir une modification de la loi.

Les agents ont également pu constater que certains boulangers qui ne remplissaient pas strictement les conditions fixées par le code de la consommation utilisaient, pour « emballer » le pain remis aux consommateurs, des papiers sur lesquels sont inscrits les termes « boulanger » et/ou « boulangerie ».

Il faut enfin remarquer que nombre de magasins qui ne peuvent prétendre à l'enseigne et à l'appellation figurent, dans les pages jaunes de l'annuaire, sous les rubriques « boulangers » et/ou « boulangeries ». Ils se retranchent, pour justifier cela, derrière le fait qu'il s'agit des seules rubriques proposées par France Télécom pour leur domaine d'activités.

## 2) L'étiquetage et la présentation des produits

Certains produits, commercialisés sous forme préemballée, ne comportaient aucun étiquetage, ce qui est contraire aux dispositions du code de la consommation.

En ce qui concerne la présentation des pains, les agents ont relevé que la distinction entre les pains de consommation courante (fabriqués à partir de farines panifiables, de levure et/ou levain, sel, eau, additifs et adjuvants autorisés) et les pains dits spéciaux (même composition de base, à laquelle sont ajoutés d'autres ingrédients alimentaires) n'était pas toujours faite. Par ailleurs, les opérateurs ont de plus en plus tendance, afin de se démarquer de la concurrence, à multiplier les dénominations de vente de leurs produits et, ainsi, à en brouiller la perception que le consommateur peut en avoir. Cette confusion est également entretenue par le fait que certains opérateurs, dont les étiquetages peuvent parfois induire les utilisateurs en erreur, ont depuis déjà plusieurs années développé une politique de marques qui servent maintenant fréquemment pour la désignation des pains.

Les agents ont également pu constater que certaines dénominations valorisantes étaient utilisées de façon trompeuse. C'est le cas, par exemple, pour le *pain de tradition française* (fabriqué avec des additifs, ce qui n'est pas prévu par le décret du 13 septembre 1993 modifié) ; pour le *pain à l'ancienne* (renfermant des additifs et/ou non exclusivement fabriqué avec du levain et/ou non cuit dans un four à bois) ; pour le *pain au levain* (fabriqué avec un levain ne répondant pas aux dispositions du décret du 13 septembre 1993 précité) ; pour le *pain maison* ou comportant une mention équivalente, telle que « pétri, façonné et cuit sur place » (ce dernier terme étant utilisé de façon abusive pour désigner un pain qui n'est pas entièrement pétri, façonné et cuit sur le lieu de vente au consommateur final) ; pour le *pain cuit au feu de bois* (alors que le pain n'est pas cuit dans un four chauffé directement au bois).

L'utilisation abusive d'une référence à une fabrication artisanale a quelquefois été relevée, notamment dans le cas de GMS. Il en a été de même pour des magasins, dont l'environnement comportait une référence à la tradition, alors qu'aucun pain de tradition française n'y était fabriqué et aussi pour des pains présentés comme « bio » alors que l'opérateur n'avait pas entrepris les démarches nécessaires pour pouvoir faire une telle référence.

## 3) Les autres constatations

Elles portent principalement sur l'utilisation de balances ne respectant pas l'obligation de vérification périodique ainsi que sur des défauts de poids des pains ; sur l'absence d'indication du prix à l'unité de mesure et sur le défaut d'affichage du poids des pains et/ou de leur prix de vente (ce dernier manquement ayant été fréquemment relevé).

Enfin, dans la mesure où de nombreux opérateurs opèrent conjointement dans les domaines de la boulangerie et de la pâtisserie, les contrôleurs ont régulièrement constaté des manquements, parfois graves, aux dispositions réglementaires en matière d'hygiène pour ce qui concerne l'activité pâtisserie desdits magasins (notamment à propos des températures d'entreposage). Enfin, ils ont également relevé, de façon régulière, que les professionnels omettaient de porter à la connaissance des consommateurs le traitement de congélation - décongélation subi par les produits mis en vente (ce dernier type de constatations revenant de façon récurrente lors des contrôles opérés dans ce secteur).

## Les éléments de doctrine

Les divers constats opérés lors des contrôles permettent de préciser ou de confirmer certains points de doctrine quant à l'application des textes, notamment pour ce qui concerne l'enseigne de « boulangerie » et l'appellation de « boulanger » ou encore les dénominations de vente des pains. Ces éléments de doctrine sont, bien évidemment, donnés sous réserve de l'appréciation souveraine des tribunaux.

### 1 - Les magasins secondaires

L'article L. 121-80 du code de la consommation prévoit que peuvent seuls utiliser l'appellation de « boulanger » et l'enseigne commerciale de « boulangerie » les magasins dans lesquels sont réalisées toutes les phases de fabrication du pain ainsi que la vente au consommateur final et qui ne recourent pas à la congélation ou à la surgélation.

Il s'ensuit que les magasins secondaires dans lesquels sont vendus des pains qui ne sont pas intégralement fabriqués sur place ne peuvent pas utiliser ces termes, quand bien même ils sont tenus par un artisan boulanger pouvant les employer pour son magasin principal. Il en va bien évidemment de même lorsque le terme « boulangerie » est associé au mot « pâtisserie ».

Par ailleurs, le fait que le législateur ait utilisé les termes « du pain » suppose que pour avoir le bénéfice de cette appellation et/ou de cette enseigne, le professionnel doit assurer l'**intégralité** des productions de pains qu'il commercialise dans son magasin. Ainsi, dès lors que l'établissement détient le moindre pâton ou pain surgelé ou congelé, il ne peut conserver ni l'appellation de « boulanger », ni l'enseigne commerciale de « boulangerie », ni une dénomination susceptible de prêter à confusion. A cet effet, il convient de signaler que des enseignes telles que « Le Père la Boulange », « La boulange dorée », ... ne sauraient être acceptées si l'intégralité des pains qui y sont vendus n'est pas fabriquée dans l'établissement considéré. En revanche, des enseignes du type « La pomme de pain », « L'épi gaulois », « Les Délices du mitron », « Au bon pain », ... ne semblent devoir appeler aucune remarque particulière.

### 2 - La délocalisation de l'atelier de fabrication

Les agents ont parfois constaté qu'un professionnel avait été amené à délocaliser son atelier de fabrication soit en raison d'un manque de place, soit parce qu'il ne pouvait pas assurer des conditions d'hygiène satisfaisantes pour la fabrication de ses produits.

Jusqu'à ce jour, l'administration centrale avait répondu aux interrogations en fonction des deux cas à considérer :

- Si le professionnel ne dispose que d'un seul magasin de vente pour ses pains, il n'y a pas lieu de s'opposer au maintien de l'appellation et/ou de l'enseigne ; il faudra toutefois lui rappeler qu'il s'agit d'une mesure dérogatoire à la règle générale et que, dans le cas où il ouvrirait un second magasin, celle-ci deviendrait alors caduque ;

- S'il dispose de plusieurs points de vente pour ses pains, il convient d'admettre qu'un de ses magasins, et un seul, puisse bénéficier de l'appellation et/ou de l'enseigne.

Il est vraisemblable que les tribunaux viendront préciser ce point.

### 3 - L'utilisation du mot « fournil » dans l'enseigne

L'une des pratiques constatées dans le cadre de l'application des dispositions de l'article L. 121-80 du code de la consommation est que les magasins qui ne

pouvaient bénéficier de l'enseigne de « boulangerie » ont remplacé celle-ci par une enseigne comportant le mot « fournil ». La question se pose alors de déterminer si l'emploi de ce terme dans une enseigne est de nature à prêter à confusion avec les termes de « boulanger » et de « boulangerie ». Au sens strict de la loi, il y a lieu de répondre par la négative à cette question.

En effet, le rapporteur de la proposition de loi devant l'Assemblée nationale avait clairement précisé que les commerces ne pouvant prétendre à l'appellation de « boulanger » et à l'enseigne de « boulangerie » pourraient néanmoins arborer des enseignes telles que « Au bon pain », « Le pain de Jean » ou encore « Le fournil de Vincent ».

Dans ces conditions, l'utilisation du terme « fournil » doit être analysée au regard des dispositions générales du code de la consommation, et notamment de celles relatives à l'information des consommateurs. Ainsi ce terme peut être admis si l'entreprise dispose d'un fournil, quand bien même celui-ci ne serait pas sur le lieu d'implantation du point de cuisson et de vente des pains.

En revanche, admettre l'emploi de ce terme dans l'appellation et/ou l'enseigne d'un établissement dépendant d'une entreprise qui ne possède pas de fournil, y compris dans un autre endroit que celui où est réalisée la cuisson des pains, serait de nature à induire le consommateur en erreur quant au mode de fabrication ou d'obtention des produits qui lui sont proposés à la vente.

#### 4 - L'utilisation du panonceau-logo représentant un boulanger enfournant du pain

Quoique ce panonceau soit généralement considéré comme représentant de façon symbolique l'activité de la profession boulangère, il ne doit pas être considéré comme étant analogue à l'enseigne de « boulangerie ».

De ce fait, il n'y a pas lieu de s'opposer à son utilisation, quand bien même celle-ci serait faite pour un magasin secondaire, voire pour un dépôt de pain.

En revanche, il conviendra d'appliquer strictement les dispositions du code de la consommation dès lors que ce panonceau-logo comporte des mentions telles que « artisan boulanger », « boulanger authentique », « un patronyme suivi de boulanger » ou toute autre inscription comportant le terme « boulanger » ou « boulangerie ».

#### 5 - L'emploi de l'appellation « artisan boulanger »

Certains professionnels utilisent, sur leur vitrine, l'appellation « artisan boulanger ». Dans le cadre de l'application des dispositions du code de la consommation, il n'est, bien évidemment, pas question de remettre en cause leur qualité d'artisan, même si la totalité des pains commercialisés dans le magasin considéré n'est pas fabriquée sur place. Il convient alors de leur demander de retirer le terme « boulanger » pour être en conformité avec la législation.

#### 6 - Les marchés couverts et de plein vent

En l'absence de risque de confusion - en effet, l'acheteur ne peut être amené à croire que le pain est fabriqué sur place - il apparaît que ce type de vente peut être assimilé à une vente itinérante, au sens prévu par les dispositions de l'article L. 121-81 du code de la consommation.

En conséquence, il n'y a pas lieu de remettre en cause l'utilisation de l'enseigne de « boulangerie », ni celle de l'appellation de « boulanger » dans la mesure où les autres conditions fixées par le code de la consommation sont respectées.

## 7 - Les produits de viennoiserie

Pour déterminer si l'emploi de l'enseigne et/ou de l'appellation peut être accepté pour les magasins qui commercialisent des produits de viennoiserie, il convient de s'appuyer sur une classification de ces produits, établie selon l'usage qui en est fait.

A cet effet, il convient d'assimiler aux pains les produits de viennoiserie - tels les pains viennois et baguettes viennoises - dont l'utilisation se substitue à celle des pains « classiques ».

En revanche, l'absence de fabrication, sur le lieu de vente au consommateur final, de produits de viennoiserie tels que croissants, pains au lait, pains au chocolat, ... dont la consommation est analogue à celle des produits de pâtisserie, ne semble pas de nature à exclure le professionnel du bénéfice de l'enseigne « boulangerie », ni de celui de l'appellation de « boulanger ». Dès lors, le recours à la surgélation ou à la congélation pour la fabrication de ce type de produits peut être admis.

## 8 - L'utilisation de papier d'emballage comportant les mots « boulanger » et/ou « boulangerie »

Dès lors que le magasin dans lequel les pains sont vendus les pains n'a pas le droit d'user de l'appellation de « boulanger » et de l'enseigne commerciale de « boulangerie », il convient de s'attacher à ce que les papiers d'emballage dans lesquels les pains sont remis au consommateur ne comportent pas ces termes.

## 9 - L'inscription dans les pages jaunes de l'annuaire

Dès lors que ces inscriptions ne relèvent pas, *stricto sensu*, de la publicité proprement dite, il n'y a pas lieu de s'opposer à l'inscription, sous les rubriques « boulangers » et « boulangeries » des pages jaunes de l'annuaire, d'opérateurs qui ne répondent pas aux dispositions de l'article L. 121-80 du code de la consommation.

## 10 - La composition des pains

En la matière, il apparaît que la principale difficulté réside dans la distinction entre le « pain préparé exclusivement à partir des ingrédients suivants: farine de froment, eau, levure ou levain, sel » et le « pain courant français », qui sont les deux catégories de pains figurant à l'annexe III - B de l'arrêté du 2 octobre 1997 modifié relatif aux additifs et ne peuvent, de ce fait, contenir qu'un nombre limité d'additifs. En effet, dans la mesure où ces intitulés sont inutilisables au plan commercial, ces produits sont généralement mis en vente sous une dénomination comportant le mot « pain » (voire sous ce seul vocable), la question se pose de savoir si de tels produits peuvent, en toute légalité, renfermer des esters de mono et diglycérides d'acides gras (émulsifiants E 472).

En premier lieu, il convient de rappeler que ces pains doivent être considérés comme des pains de consommation courante.

Indépendamment des dénominations sous lesquelles ces pains sont mis en vente, il importe, pour savoir à quelle catégorie rattacher le pain courant considéré (« pain préparé exclusivement à partir des ingrédients suivants: farine de froment, eau, levure ou levain, sel » ou « pain courant français »), de vérifier s'il entre dans la composition du produit des adjuvants ou des auxiliaires technologiques tels que farines de fève, de soja ou de blé malté,  $\alpha$ -amylases, etc ... Si ce pain a été élaboré avec un ou plusieurs de ces adjuvants ou auxiliaires technologiques, il faut le rattacher, dès lors que sa formule de composition correspond à celle d'un pain de consommation courante (farine panifiable, eau, levure ou levain, sel, à l'exclusion d'autres ingrédients tels que matières grasses et sucrantes, ...) à la catégorie des pains courants français,

ce qui exclut formellement l'utilisation des esters de mono et diglycérides d'acides gras (E 472 a, d, e et f). Dans le cas contraire, les pains doivent être rattachés à la catégorie des « pains préparés exclusivement ... » et, dès lors, l'emploi des émulsifiants E 472 est admissible.

#### 11 - Les dénominations de vente des pains.

Si l'on excepte certains cas particuliers qui seront vus *infra*, les dénominations de vente des pains devront soit correspondre à celles fixées par la réglementation ou les usages (par exemple « pain de tradition française », « pain complet », « pain de campagne », ...), soit consister en une description des produits (par exemple, « baguette à la farine de maïs », « pain aux sept céréales », ...).

En règle générale, il convient de ne plus exiger, comme c'était le cas par le passé, que la dénomination de vente comporte le qualificatif « spécial » lorsque le pain comprend d'autres ingrédients que ceux des pains de consommation courante, sauf quand l'utilisation de ce qualificatif s'avère être la seule solution pour distinguer le produit d'un pain courant en apparence équivalent.

En ce qui concerne l'application du décret du 13 septembre 1993 modifié, il convient de rappeler que, lors de l'examen du texte, le Conseil d'État avait insisté sur le fait que les termes « tradition » et « française » (ou leurs équivalents) devaient figurer dans la dénomination pour que les dispositions de l'article 2 soient applicables aux pains considérés. Ainsi, cet article n'est pas opposable dans le cas d'un produit qui est commercialisé sous la dénomination « pain de tradition ». En revanche, il convient d'appliquer les dispositions générales du code de la consommation (notamment celles réprimant les confusions) ou la doctrine de notre administration (absence d'additifs dans les produits pour lesquels il est fait référence à la tradition).

Par ailleurs, il convient de s'attacher à ce que les dénominations sous lesquelles les pains sont mis en vente aient une signification certaine ; en effet, des dénominations telles que « baguette grande saveur » ou « pain bûcheron », par exemple, doivent être considérées comme des dénominations de fantaisie, mais insuffisantes au regard de l'obligation d'informer correctement le consommateur sur la nature exacte des produits.

Enfin, il faut rappeler que les marques, telles « Banette », « Campaillette », « Rétrodor », ... ne peuvent pas, aussi connues soient-elles, être utilisées en lieu et place de la dénomination de vente réglementaire.

#### 12 - L'utilisation de la mention complémentaire « au levain »

Les dispositions de l'article 3 du décret du 13 septembre 1993 modifié ne laissent aucune place à l'interprétation. En effet, ils réservent sans ambiguïté l'utilisation, dans la dénomination de vente des produits, de la mention complémentaire « au levain » aux seuls « pains maison » et « pains de tradition française », dès lors que ceux-ci respectent les critères de pH (au maximum 4,3) et d'acidité acétique endogène (900 ppm au minimum) qui sont fixés dans cet article. Il semble que, dans la pratique, il n'y ait quasiment pas de « pain maison au levain », ni de « pain de tradition française au levain », ce qui s'explique par le fait que le critère d'acidité acétique endogène est un critère exigeant correspondant plus à une « fabrication d'école » (fermentation très longue) qu'à des conditions de production réelles.

Par ailleurs, le décret ne prévoit aucune mesure particulière en ce qui concerne les autres types de pains qui seraient élaborés à partir de levain. Il est seulement possible de déduire, *a contrario*, que ces pains ne peuvent pas, lors de leur commercialisation, comporter la mention complémentaire « au levain » dans leur dénomination de vente. En revanche, dès lors que les pains sont obtenus à partir d'un levain répondant exactement à la définition qui est fixée à l'article 4 dudit décret, rien

ne s'oppose à ce que l'étiquetage ou la présentation de tels pains comporte, en dehors de la dénomination de vente, une mention informant le consommateur de ce que le produit qui lui est proposé a été fabriqué avec utilisation exclusive de levain en tant qu'agent de fermentation. Une telle interprétation, en permettant au professionnel de mettre en avant les efforts consentis pour obtenir des pains de qualité et de goût marqué, correspond bien à l'esprit qui présidait lors de l'élaboration du décret, qui a été essentiellement pris pour permettre aux boulangers de valoriser leurs productions et leur savoir-faire.

Enfin, il apparaît nécessaire, afin d'éviter que le consommateur ne soit induit en erreur, de ne plus admettre de référence à une fabrication au «levain-levure ».

### 13 - Le « pain à l'ancienne »

La notion « à l'ancienne » est assimilable à l'expression «d'autrefois » ou encore « comme autrefois ».

Ainsi, un pain pourra être commercialisé sous une dénomination comportant l'une de ces mentions lorsqu'il est, conformément aux usages loyaux et constants de la profession, élaboré uniquement à l'aide de levain, que sa pâte est soumise à un pétrissage lent et peu intense (de façon à en limiter l'oxydation) et qu'il est cuit au bois dans un four traditionnel en pierre. Par ailleurs, l'emploi d'une telle mention est incompatible avec l'ajout d'additifs, quels qu'ils soient, ainsi qu'avec l'emploi de procédés de production qui ne correspondent plus aux usages traditionnels répertoriés de fabrication du pain.

Bien évidemment, il ne devra pas être admis que les opérateurs puissent, pour essayer de s'affranchir des contraintes liées à l'emploi de ce type de mentions valorisantes, se retrancher derrière une mention telle que « saveur à l'ancienne » ou encore « saveur d'autrefois ».

### 14 - La référence à une cuisson au feu de bois

Les mentions les plus couramment rencontrées sont : « pain cuit au bois », « pain cuit au feu de bois », « pain cuit dans un four à bois », voire « pain cuit dans un four chauffé au bois ».

En vertu d'une jurisprudence maintenant bien établie (émanant notamment de la Cour de Cassation), une telle référence ne peut être admise que pour désigner des pains qui ont été cuits dans un four à sole de pierre chauffé *directement* au bois. Une telle définition suppose bien évidemment que le chauffage est discontinu et que la cuisson s'opère à «chaleur tombante», favorisant ainsi la formation d'une croûte épaisse et donc la conservation des pains.

Bien que cela n'ait fait l'objet d'aucune jurisprudence, il convient d'admettre ce type de référence dans le cas des fours à bois à chauffage semi-direct. Dans ces fours, le bois est brûlé dans une chambre de combustion et la chaleur (ainsi que les flammes) est orientée vers la chambre de cuisson au moyen d'un dispositif amovible appelé « gueulard ». Dans ce genre de fours, le chauffage est également discontinu.

En revanche, on ne peut pas admettre une quelconque référence à la cuisson au feu de bois, sous quelque forme que ce soit, y compris au moyen de la mention « pain cuit dans un four chauffé au bois », lorsque les chambres de combustion du bois et de cuisson des pâtons n'ont aucune communication entre elles (quand bien même il y aurait un dispositif dit « canaux de récupération des arômes ») et que le chauffage est continu. Les tribunaux ont, en effet, maintes fois estimé que, dans ce cas, l'emploi d'une telle mention était de nature à induire le consommateur en erreur sur les caractéristiques réelles du pain.

Les agents voudront bien signaler les difficultés qu'ils pourraient être amenés à rencontrer, lors de leurs contrôles, dans l'application des instructions faisant l'objet de la présente note.

Le Sous-directeur

Luc VALADE