



Galette des rois à 2,50 € : quand la communication à bas prix banalise un savoir-faire d'exception

Il y'a des symboles qu'il faut défendre, coûte que coûte.

La galette en fait incontestablement partie.

Voir aujourd'hui certains distributeurs vendre une galette des rois à 2,50 € relève moins de la prouesse commerciale que d'un profond contresens culturel et économique. Derrière l'affichage d'un prix choc se cache une intention bien plus préoccupante : la dévalorisation d'un produit festif, saisonnier, et porteur d'un savoir-faire emblématique de la boulangerie-pâtisserie française.

La galette à 2,50 €, un prix qui ne dit pas la vérité

La galette n'est pas un produit anodin.

Elle incarne un moment de partage, une tradition populaire, et un travail exigeant qui mobilise des matières premières de qualité, des compétences techniques et un temps de fabrication incompressible, en artisanat, comme en industrie.

Afficher une galette à 2,50 €, c'est occulter volontairement la réalité de la filière : celle des producteurs de beurre, d'œufs, de farine, des artisans et des entreprises qui fabriquent, façonnent, cuisent et distribuent un produit festif, attendu et respecté par les consommateurs.

À ce prix-là, ce n'est pas seulement la galette qui est bradée : c'est la valeur même du travail qui disparaît du message adressé au public.

Une communication trompeuse, aux effets durables

Ces actions commerciales ne sont pas un acte en faveur du pouvoir d'achat.

Elles relèvent d'une stratégie de communication agressive, qui utilise un produit symbolique comme simple levier d'image prix, au mépris de la cohérence économique et de la durabilité de la filière.

Car derrière un prix artificiellement bas se pose une question essentielle : comment continuer à investir dans la qualité des ingrédients, dans l'amélioration des recettes, dans la réduction des impacts environnementaux, ou dans l'attractivité des métiers, lorsque la galette devient un simple outil promotionnel ?

Cette logique alimente une spirale dangereuse, où le prix affiché prend le pas sur la valeur réelle, et où la tradition devient une variable d'ajustement marketing.



Un symbole affaibli, une filière fragilisée

La galette est un produit de célébration, inscrit dans le calendrier culturel français.

La traiter comme un produit d'appel banal, c'est affaiblir ce qu'elle représente : le temps long, la transmission, la maîtrise technique et le respect du consommateur.

Un appel à la responsabilité collective

La FEB appelle à un sursaut de responsabilité.

La défense du pouvoir d'achat ne peut pas se faire au détriment du sens, de la qualité et du respect d'une filière entière.

Il est temps de sortir de ces logiques de communication à courte vue, qui abîment durablement les repères des consommateurs et fragilisent les entreprises engagées dans la qualité et la durabilité

A propos de la FEB :

Depuis plus de 80 ans, la Fédération des Entrepreneurs de Boulangerie (FEB) fédère les acteurs engagés de la filière BVP (Boulangerie, Viennoiserie, Pâtisserie), animés par une même passion pour leur métier, leur goût d'entreprendre et leur capacité à innover. Elle regroupe la majorité des producteurs de Boulangerie- Viennoiserie – Pâtisserie (BVP) ainsi que de nombreux réseaux de magasins (franchisés, intégrés ou indépendants). Ensemble, ses adhérents représentent plus de 53 800 salariés, près de 180 ateliers de production, plus de 2000 points de vente et 9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dont 3 milliards à l'export. Reconnue par les pouvoirs publics, la FEB défend les intérêts du secteur et accompagne les entreprises dans leurs enjeux sociaux, environnementaux, économiques et d'attractivité.

Contact Presse :

Aurélie Girard de Vasson 06 89 21 48 33 / agirard@febpf.fr