



**CONSOMMATION  
ET VIE PRATIQUE**

Vivre mieux au quotidien

**23 JANVIER 2018**

## **RAPPORT D'ÉTUDE**

**OBSERVATOIRE DES PRIX  
DE GRANDE  
CONSOMMATION 2017**

Présentation, résultats et analyse

Jean-Baptiste Baud - 06 68 07 75 85  
jean-baptiste.baud@famillesrurales.org

[www.famillesrurales.org](http://www.famillesrurales.org)



# SOMMAIRE

- Présentation
- Fiche d'identité
- Evolutions marquantes
- Résultats 2017
- Comparaison 2016/2017
- Comparaison par rapport aux résultats des années précédentes
- Focus sur quelques produits
- Les produits bio
- Conclusion
- Présentation de Familles Rurales

# PRÉSENTATION

## **Un observatoire des prix inscrit dans la durée**

Familles Rurales est agréé association de défense des consommateurs depuis 1975 et mène de nombreuses actions pour défendre les intérêts des familles. Dans ses 145 permanences d'information et de défense des consommateurs, Familles Rurales informe et accompagne les familles dans leurs actes de la vie quotidienne. Le Mouvement axe également ses actions consommation sur la prévention (prévention du surendettement,...) et l'éducation (actions menées notamment auprès des jeunes dans les écoles et les accueils de loisirs).

En s'appuyant sur un réseau de « veilleurs consommation », Familles Rurales souhaite s'approcher au plus près de la réalité des familles et en particulier de celles vivant en milieu rural. Les « veilleurs consommation » relèvent, pendant toute l'année, les prix de 35 produits de consommation courante dans des magasins de tailles différentes (hypermarché, supermarché et hard discount) et sur plusieurs types de produits (marque nationale, marque de distributeur ou premier prix). Au-delà de l'évolution générale des prix, le Mouvement étudie les écarts pouvant exister entre les différents magasins, marques et lieux d'achat.

L'observatoire des prix Familles Rurales suit l'évolution des prix dans la durée pour mesurer leur impact sur le pouvoir d'achat des familles.

# FICHE D'IDENTITÉ

- Nom :** Observatoire des prix de grande consommation
- Création :** janvier 2006
- Objectifs :**
- mesurer l'évolution des prix des produits du panel,
  - faire valoir les intérêts des consommateurs auprès des instances décisionnelles.
- Acteurs :** un réseau de **63** « veilleurs consommation » issus de **28** départements.
- Principe :** les veilleurs réalisent des relevés de prix de **35** produits de consommation courante représentant **13** catégories de produits.

## Les 13 catégories de produits constituant le panel

Eaux	Biscuits et confiseries chocolatées
Boissons chaudes	Jus de fruits
Desserts	Confiture et pâte à tartiner
Produits laitiers et œufs	Petits-déjeuners
Surgelés	Lessives et produits d'entretien
Produits pour bébés	Produits d'hygiène corporelle
Aliments pour animaux	

- Fréquence des relevés :** Tous les **2** mois, soit **6** relevés par an
- Les différents prix relevés :** **3** types de prix relevés : marque nationale, marque de distributeur et 1<sup>er</sup> prix.
- Les types de magasins :** **3** types de magasins sont visités : hypermarchés, Supermarchés et hard-discounts.

## Tableau présentant la répartition des relevés de prix par type de magasins

Type de magasins	Effectif	En %*	Moyenne nationale**
Hypermarchés	22	32,4	30%
Supermarchés	27	39,7	16,50%
Hard-discounts	19	27,9	13,50%
Commerces de proximité	NR	-	10%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100</b>	<b>70%</b>

\* Les valeurs calculées et analysées dans l'observatoire ont été pondérées en fonction de la représentation de chaque type de magasins dans la moyenne nationale.

\*\* Le total de 70% ne prend pas en compte le commerce spécialisé (par exemple, les boulangeries, ...) qui représente environ 23 % des commerces alimentaires en France.

# RÉSULTATS 2017

# RÉSULTATS 2017 ET ANALYSE

Le prix du panier moyen 2017 s'élève à 136,07 €.

Prix du panier moyen, en euros, lors des 6 relevés de 2017 :

Mois	Janvier	Mars	Mai	Juillet	Septembre	Novembre
<b>Prix moyen du panel en euros</b>	<b>135,72</b>	<b>135,02</b>	<b>135,38</b>	<b>136,99</b>	<b>136,41</b>	<b>136,9</b>

Entre janvier et novembre, un même panier de produits est passé de 135,72 € à 136,9 €, soit une hausse de 1,18 € (+ 0,87 %). L'année 2017 est marquée par une baisse des prix entre janvier et mars puis une hausse continue des prix jusqu'en novembre.

Cette année, le prix du panier moyen le plus bas est celui de mars : 135,02 €.

Ainsi, en 2017, en comparaison avec un panier premier prix, pour les produits équivalents :

- Les marques nationales coûtent 81,47 € de plus, soit 83 % plus chers,
- Les marques de distributeurs coûtent 32,86 € de plus, soit 34 % plus chers,

Les marques nationales coûtent 48,61 € de plus, soit 37% plus chers qu'un panier marque de distributeurs.

**Pour rappel, les relevés effectués par les veilleurs Familles Rurales ne concernent que les prix et non la qualité des produits.**

**Les profils de consommateur :**

Profil	Econome	Marque national	MN+MDD	MN+PP	MDD+PP
Moyen	97,96 €	179,43 €	155,13 €	138,70 €	114,39 €
Hyper	92,42 €	178,23 €	153,56 €	135,33 €	110,66 €
Super	92,76 €	179,07 €	155,40 €	135,92 €	112,25 €
HD	102,27 €				

**Evolution des prix (en %) en cours d'année  
(Comparatif des relevés de janvier à novembre)**

Catégorie de Produits			
	MN	MDD	1er prix
Eaux	-0,77%	-0,64%	0,01%
Biscuits et confiseries chocolatées	-0,96%	0,01%	1,21%
Boissons chaudes	0,18%	2,55%	2,44%
Jus de fruits	-0,07%	-0,85%	0,28%
Desserts	-1,26%	-2,86%	-0,55%
Confiture & pâte à tartiner	-1,20%	1,25%	-1,76%
Produits laitiers & œufs	4,03%	4,28%	4,97%
Petits déjeuners	-2,83%	-0,95%	-0,83%
Surgelés	-3,95%	-2,56%	1,42%
Lessives & produits d'entretien	3,19%	-0,97%	3,39%
Produits d'hygiène corporelle	1,65%	1,79%	1,81%
Produits pour bébé	-1,50%	-1,12%	0,55%
Aliments pour animaux	0,36%	-2,60%	1,50%

**Où trouver les meilleurs prix en 2017 ?**

Prix du panel, en €, en fonction de la surface de vente et du type de produit :

	<b>Marques nationales</b>	<b>Marques de distributeur</b>	<b>1<sup>er</sup> prix</b>	<b>Prix moyen</b>
<b>Hypermarchés</b>	178,23	128,89	92,42	133,18
<b>Supermarchés</b>	179,07	131,73	92,76	134,52
<b>Hard-discounts</b>			102,27	

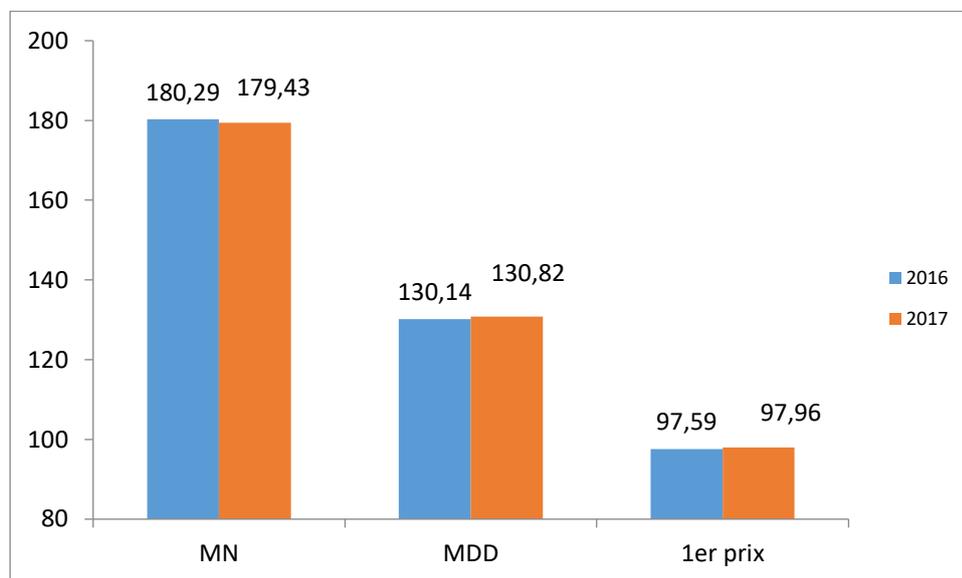
**Les relevés effectués par les veilleurs Familles Rurales ne concernent que les prix et non la qualité des produits.**

# **ÉVOLUTION DES PRIX 2016/2017**

## COMPARAISON 2016/2017

Le prix moyen du panier s'élève en 2017 à 136,07 € contre 136,01 € en 2016. **Le prix moyen du panier est donc resté stable, + 0,05 % (+ 0,06 €) entre 2016 et 2017.**

Prix moyen en euros du panel de produits, en 2016 et 2017



On constate que seuls les prix des paniers marques nationales sont en baisse par à 2016, de - 0,48 % (soit - 0,86 €).

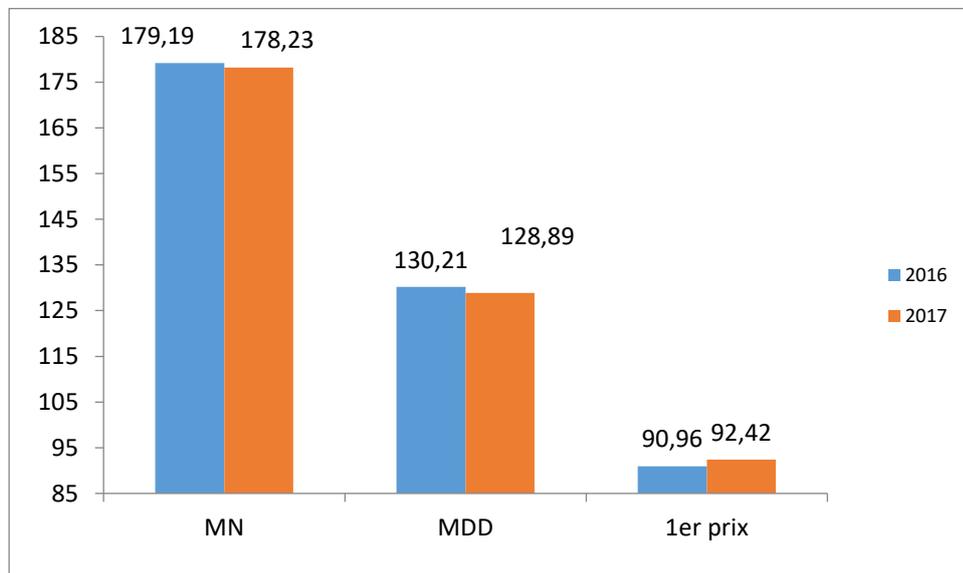
Les paniers marques de distributeur et premiers prix sont eux en légère hausse, de l'ordre respectivement de + 0,52 % (soit + 0,68 €) et + 0,38 % (soit + 0,37 €) entre 2016 et 2017.

## Y-a-t-il des catégories de produits qui évoluent plus que d'autres ?

Evolution des prix par catégories de produits entre 2016 et 2017

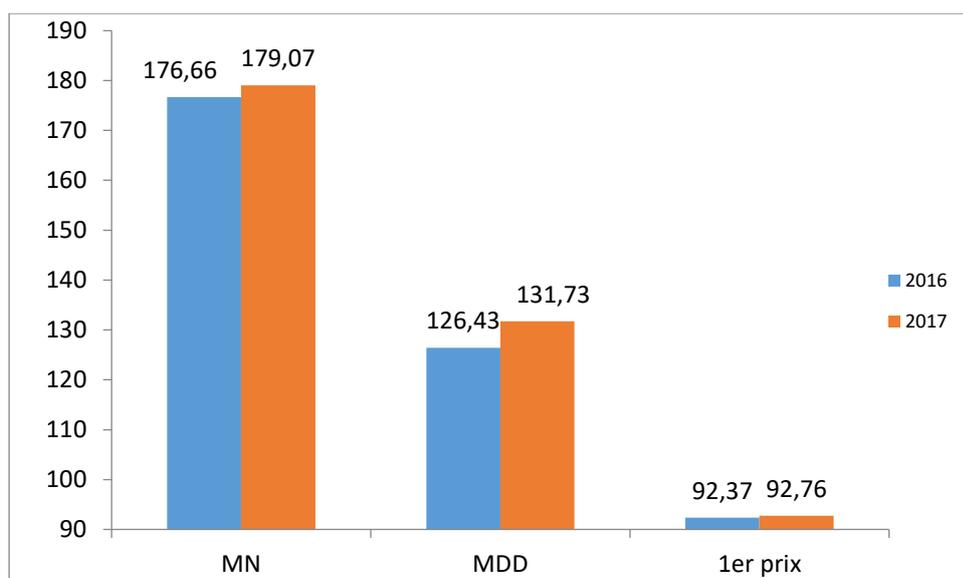
Catégories de produits	Type de prix (évolution en pourcentage)		
	MN	MDD	1 <sup>er</sup> prix
Eaux	-7,02%	-3,70%	4,69%
Biscuits et confiseries chocolatées	-0,12%	0,47%	-13,80%
Boissons chaudes	0,49%	3,04%	5,31%
Jus de fruits	4,79%	-2,72%	2,97%
Desserts	-0,16%	-3,40%	-0,27%
Confiture et pâte à tartiner	-0,21%	5,43%	1,47%
Produits laitiers et œufs	-0,26%	-0,61%	7,10%
Petits-déjeuners	-6,18%	4,21%	-0,30%
Surgelés	-7,05%	-3,54%	1,54%
Lessives et produits d'entretien	5,14%	7,23%	5,57%
Produits d'hygiène corporelle	-3,25%	-0,23%	4,76%
Produits pour bébés	-2,09%	-0,84%	-5,66%
Aliments pour animaux	-0,64%	-2,25%	2,20%

## Evolution des prix selon le type de magasins

Prix en euros du panel dans les hypermarchés en 2016 et 2017

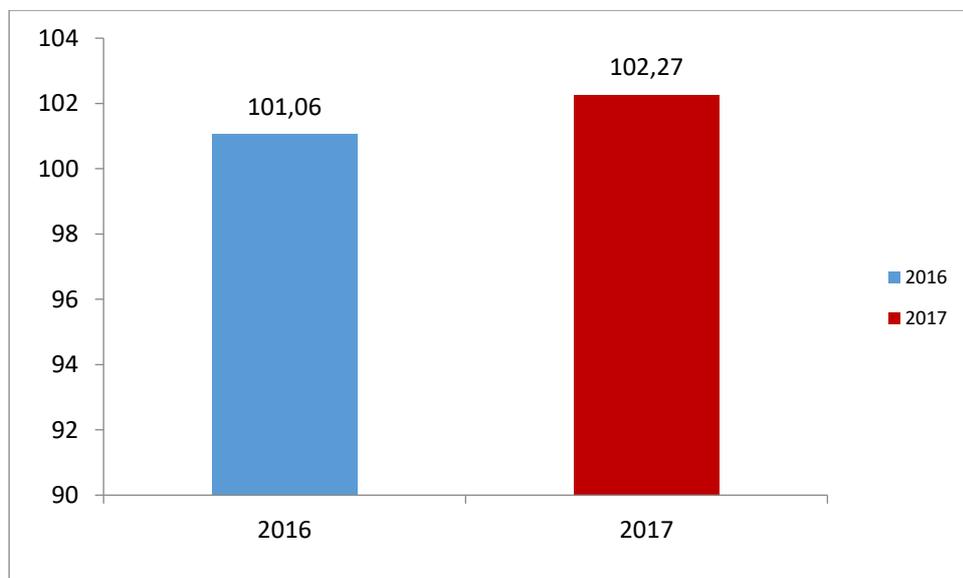
En hypermarché, les panels marques nationales et marques de distributeur connaissent des baisses de prix de l'ordre respectivement de 0,54 % (soit - 0,96 €) et de -1,01 % (soit - 1,32 €).

Quant au panel premier prix, il connaît une hausse de prix de l'ordre de +1,61 % (soit + 1,46 €).

Prix en euros du panel dans les supermarchés en 2016 et 2017

En supermarché, les 3 panels marques nationales, marques de distributeur et premiers prix connaissent des hausses de prix entre 2016 et 2017 de l'ordre de respectivement de + 1,36 % (+ 2,41 €), + 4,19 % (+ 5,30 €) et + 0,42 % (+ 0,39 €).

### Prix en euros du panel premier prix dans les hard-discounts en 2016 et 2017



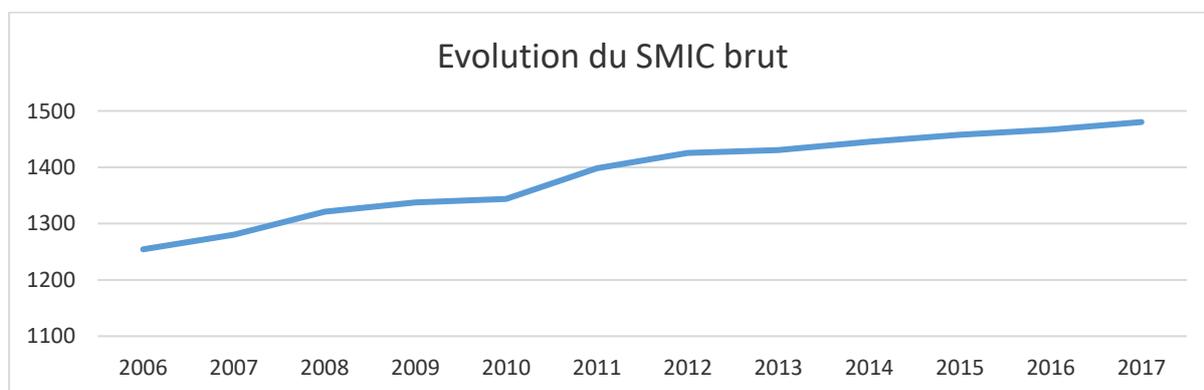
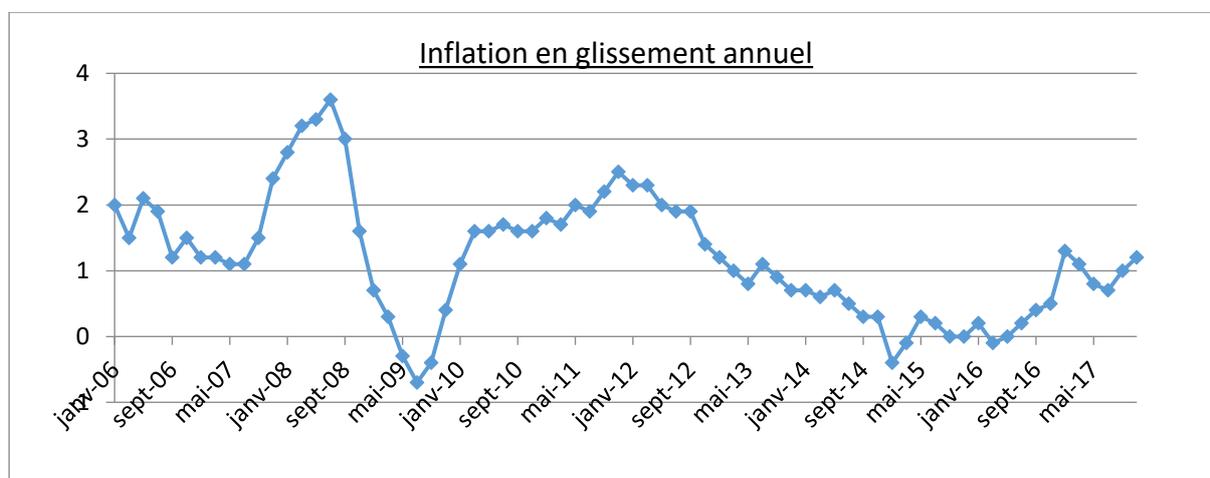
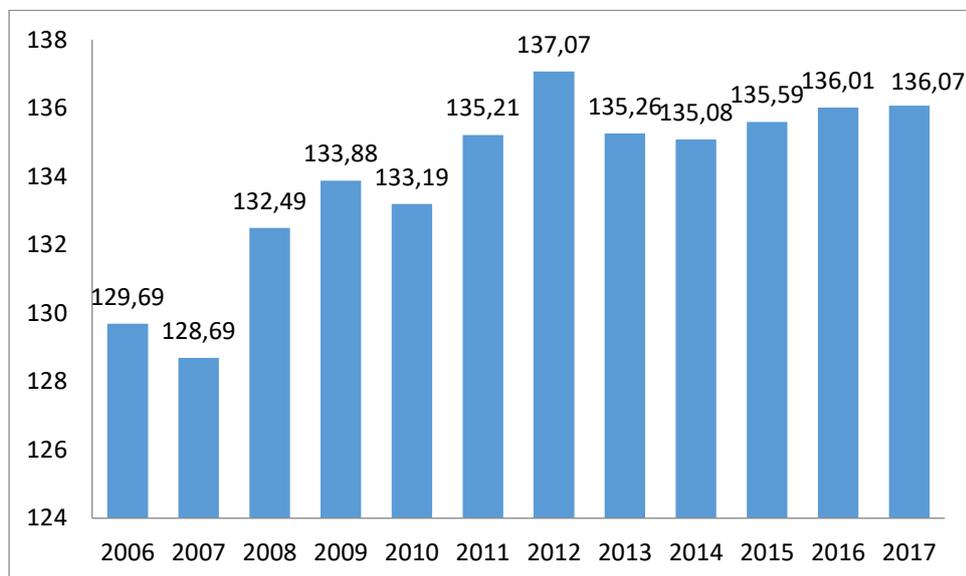
Le panel hard-discount connaît quant à lui une hausse de + 1,2 % (+ 1,21 €).

# **ÉVOLUTION DES PRIX SUR LA PERIODE 2006-2017**

# ÉVOLUTION GENERALE 2006/2017

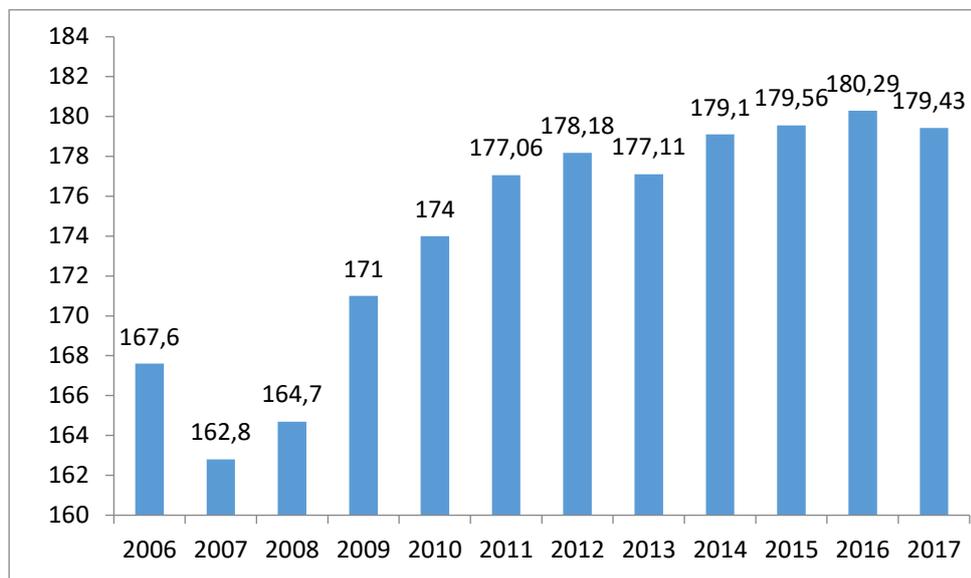
En 10 ans, le prix moyen du panel a augmenté de + 4,92 %, soit une hausse très modérée sur le long terme, comparativement à l'inflation cumulée depuis 2006 (15,1%).

## Evolution du prix moyen du panel depuis 2006



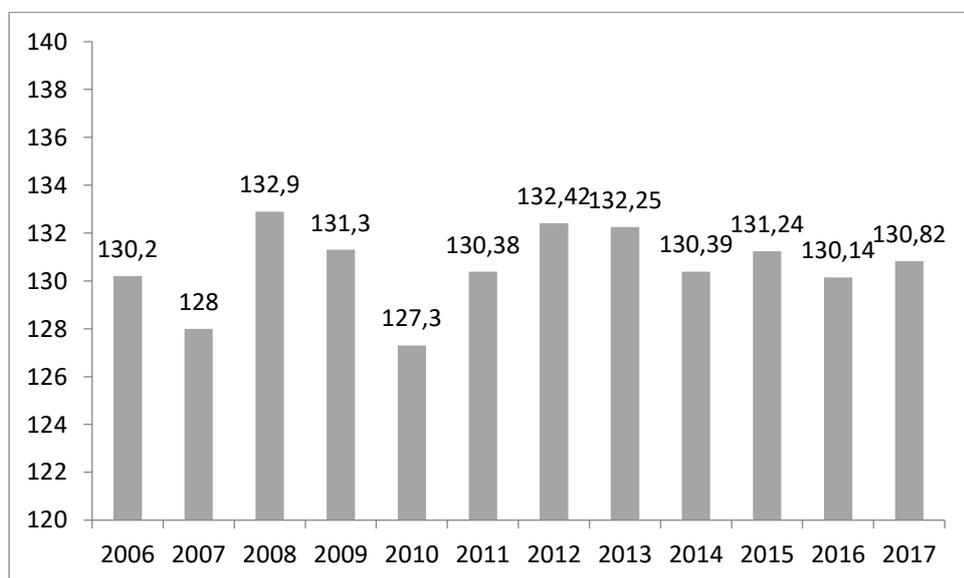
# ÉVOLUTION PAR TYPE DE PRODUITS 2006/2017

Prix moyen en euros du panel marques nationales depuis 2006 :



Depuis 2006, les prix marques nationales ont augmenté de 11,48 €, soit une hausse de 6,84 %.

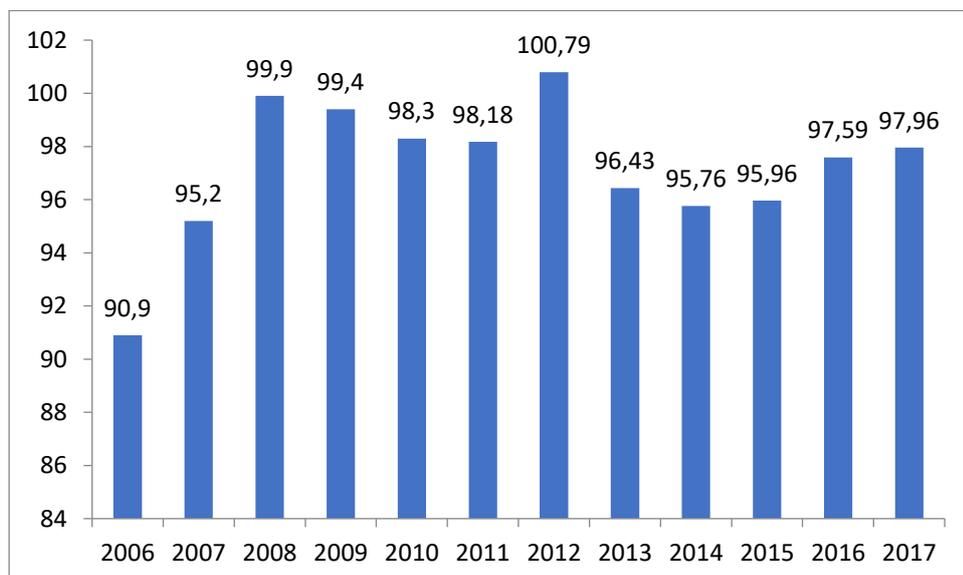
Prix moyen en euros du panel marques de distributeur depuis 2006 :



Depuis 2006, les prix marques de distributeur ont augmenté de 0,61 €, soit une hausse de 0,47 %.

## ÉVOLUTION PAR TYPE DE PRODUITS 2006/2017

Prix moyen en euros du panel premier prix depuis 2006 :

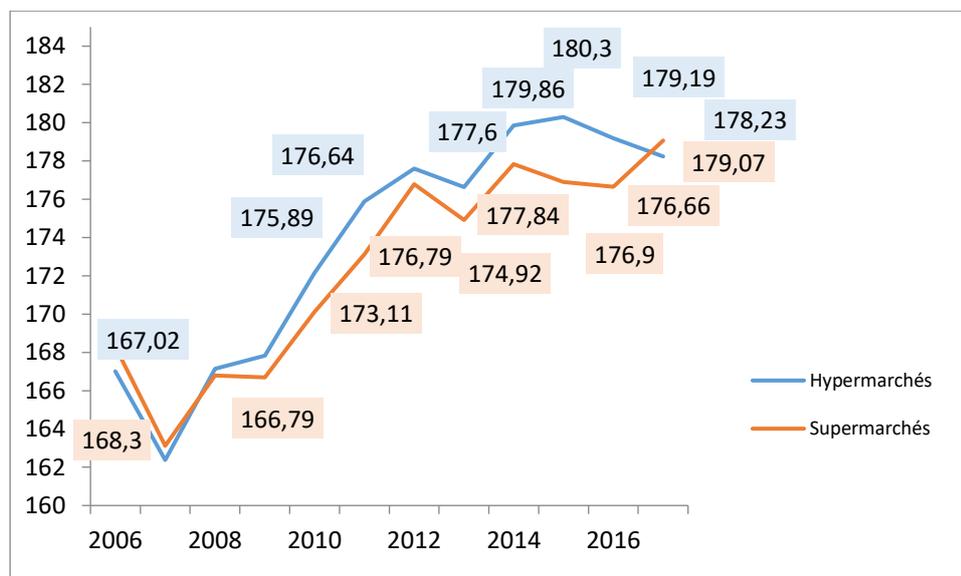


Depuis 2006, les prix premiers prix ont augmenté de 7,06 €, soit une hausse de 7,76 %.

# ÉVOLUTIONS PAR TYPE D'ENSEIGNES 2006/2017

## LES MARQUES NATIONALES :

Evolution du prix du panel marques nationales dans les hypers et supermarchés depuis 2006 :



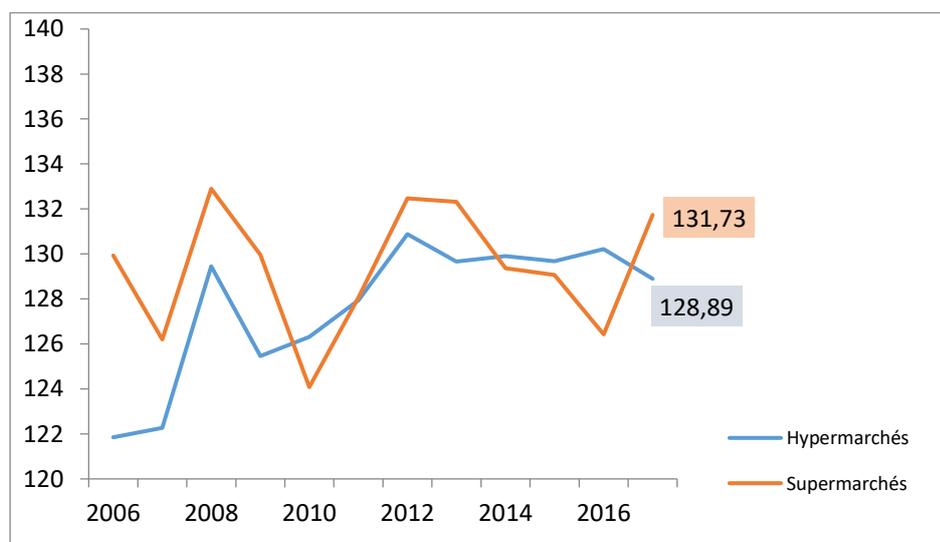
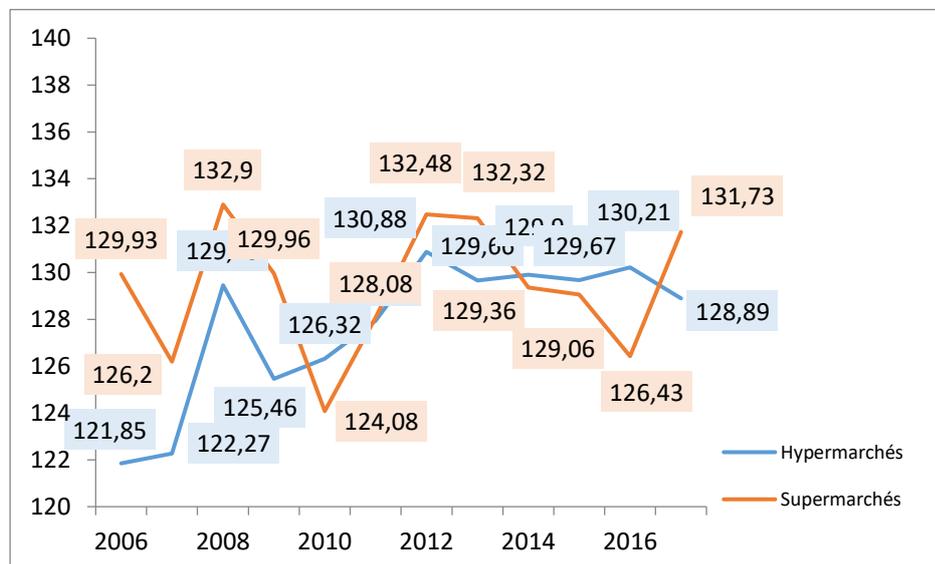
Produits marques nationales, prix en euros, et évolution en pourcentage :

	Hypermarchés	Supermarchés
Prix du panel en 2006	167,02 €	168,3 €
Prix du panel en 2017	178,23 €	179,07 €
Différence en euros entre 2017 et 2006	+ 11,21 €	+ 10,77 €
Evolution en % entre 2017 et 2006	<b>+ 6,71 %</b>	<b>+ 6,40 %</b>

## ÉVOLUTIONS PAR TYPE D'ENSEIGNES 2006/2017

### LES MARQUES DE DISTRIBUTEUR :

Evolution du prix du panel marques de distributeur dans les hypers et supermarchés depuis 2006 :



NB : Ne disposant pas de données suffisantes, les commerces de proximité ne sont pas détaillés dans les tableaux.

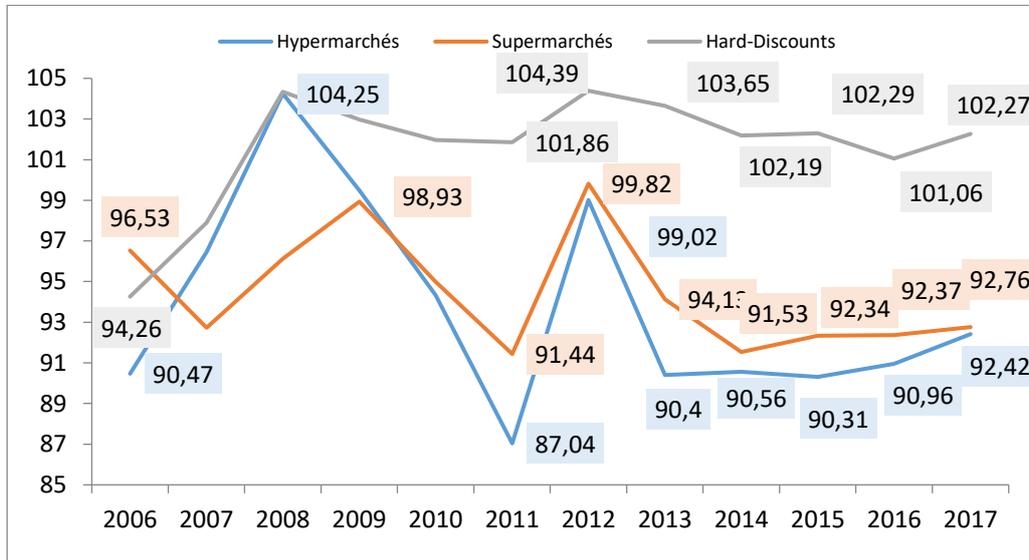
Produits marques de distributeur, prix en euros et évolution en pourcentage :

	Hypermarchés	Supermarchés
Prix du panel en 2006	121,85 €	128,93 €
Prix du panel en 2017	128,89 €	131,73 €
Différence en euros entre 2017 et 2006	+ 7,04 €	+ 2,80 €
Evolution en % entre 2017 et 2006	<b>+ 5,78 %</b>	<b>+ 2,17 %</b>

## ÉVOLUTIONS PAR TYPE D'ENSEIGNES 2006/2017

### LES PREMIERS PRIX :

Evolution du prix du panel premiers prix dans les hypers, supermarchés et hard-discounts depuis 2006 :



Produits premiers prix, prix en euros et évolution en pourcentage :

	Hypermarchés	Supermarchés	Hard-discounts
Prix du panel en 2006	90,47 €	96,53 €	94,26 €
Prix du panel en 2017	92,42 €	92,76 €	102,27 €
Différence en euros entre 2017 et 2006	+ 1,95 €	- 3,77 €	+ 8,01 €
Evolution en % entre 2017 et 2006	<b>+ 2,16 %</b>	<b>- 3,91 %</b>	<b>+ 8,50 %</b>

## ÉVOLUTIONS PAR TYPE D'ENSEIGNES 2006/2017

**TABLEAU COMPARATIF :**

	Hypermarchés			Supermarchés			Hard-discount	
	MN	MDD	PM	MN	MDD	PM		HD
Prix du panel en 2006	167,02	121,85	90,47	168,3	128,93	96,53		94,26
Prix du panel en 2017	178,23	128,89	94,42	179,07	131,73	92,76		102,27
Différence en euros entre 2017 et 2006	+11,21€	+7,04€	+1,95€	+10,77€	+2,8€	-3,77€		+8,01€
Différence en % entre 2017 et 2006	<b>+6,71%</b>	<b>+5,78%</b>	<b>+2,16%</b>	<b>+6,40%</b>	<b>+2,17%</b>	<b>-3,91%</b>		<b>+8,50%</b>

**Les hypermarchés redeviennent la surface de vente la plus compétitive quelle que soit la gamme de produits cette année.**

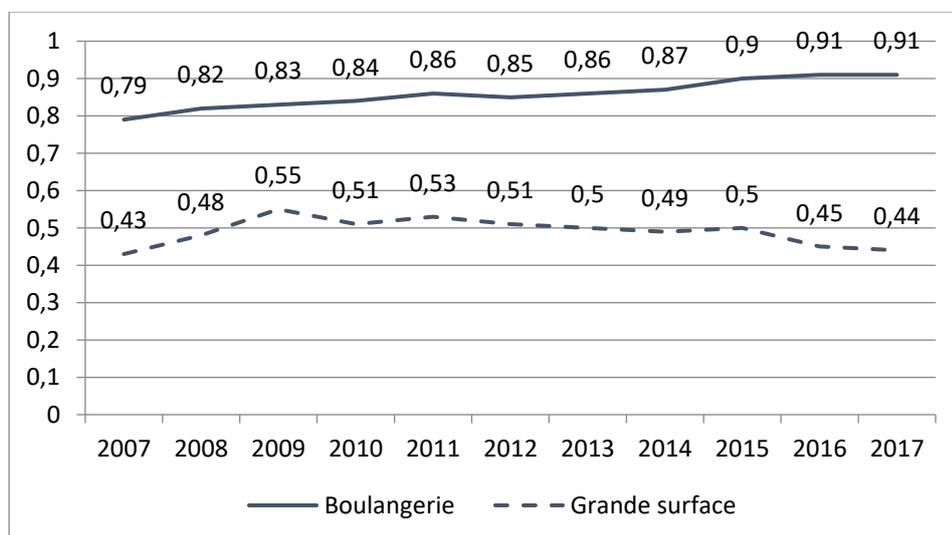
## FOCUS SUR QUELQUES PRODUITS

Depuis 2007, Familles Rurales étudie plus spécialement l'évolution des prix de trois produits considérés comme des aliments de base des familles françaises : la baguette de pain, les pâtes et les produits laitiers.

### ➤ La baguette de pain

Prix en euros de la baguette de pain de 2007 à 2017 :

	2007	2016	2017	Evolution 2016/2017 (en%)	Evolution 2007/2017 (en%)
Boulangerie	0,79€	0,91€	0,91€	0%	+15%
Grande surface	0,43€	0,45€	0,44€	-2%	+2%

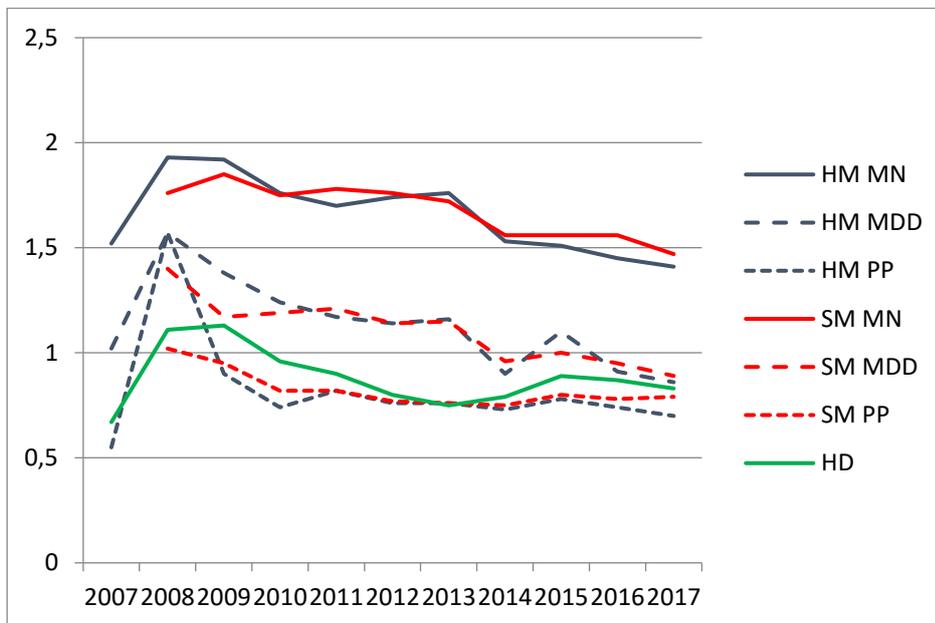


## FOCUS SUR QUELQUES PRODUITS

### ➤ Les pâtes

Prix moyen (en euros) et évolution du kilo de pâtes selon le type de produits et le lieu de vente :

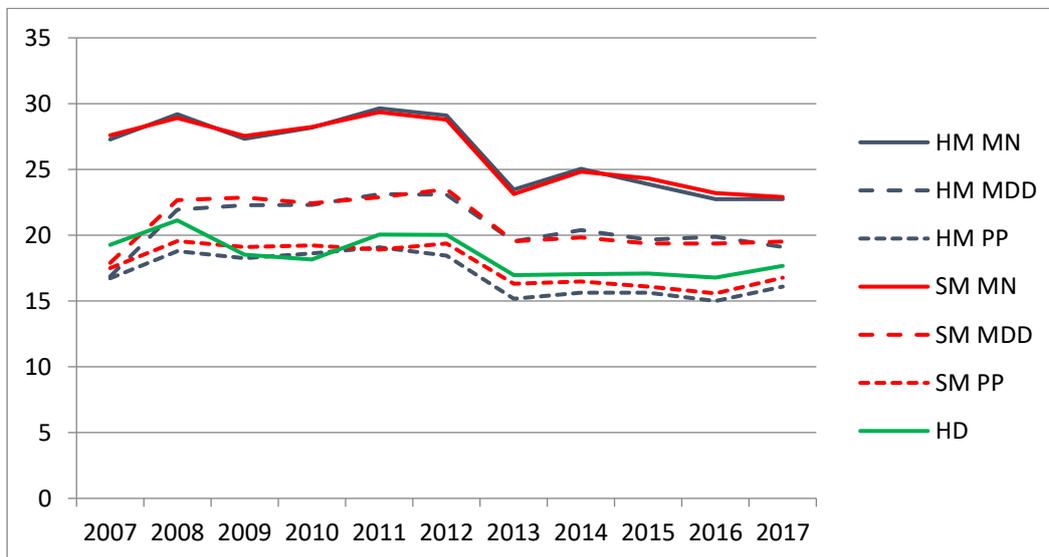
	Types de produits	Prix moyen en 2007	Prix moyen en 2016	Prix moyen en 2017	Evolution 2016/2017 (en %)	Evolution 2007/2017 (en %)
Hypermarché	MN	1,52 €	1,45 €	1,41 €	- 2,8 %	- 7,2 %
	MDD	1,02 €	0,91 €	0,86 €	- 5,5 %	- 15,7 %
	1 <sup>er</sup> prix	0,55 €	0,74 €	0,7 €	- 5,4 %	+ 27,2 %
Supermarché	MN	Nc	1,56 €	1,47 €	- 5,8 %	Nc
	MDD	Nc	0,95 €	0,89 €	- 6,3 %	Nc
	1 <sup>er</sup> prix	Nc	0,78 €	0,79 €	+ 1,3 %	Nc
Hard-discount	1 <sup>er</sup> prix	0,67 €	0,87 €	0,83 €	- 4,6 %	+ 23,9 %



➤ Les produits laitiers<sup>1</sup> :

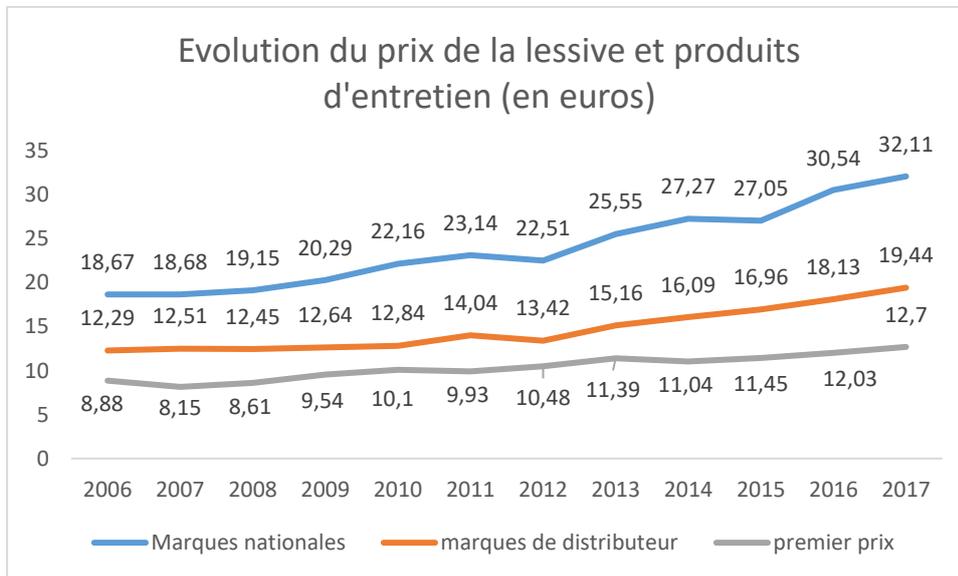
Evolution du prix selon le type de produits et le lieu de vente :

	Types de produits	Prix moyen 2007	Prix moyen 2016	Prix moyen 2017	Evolution 2016/2017 (en%)	Evolution 2007/2017 (en%)
Hypermarché	MN	27,29	22,74	22,75	+ 0,04 %	- 16,6 %
	MDD	16,87	19,89	19,1	- 4 %	+ 13,2 %
	1 <sup>er</sup> prix	16,72	15	16,1	+ 7,3 %	- 3,7 %
Supermarché	MN	27,59	23,2	22,9	- 1,3 %	- 17 %
	MDD	17,9	19,36	19,51	+ 0,8 %	+ 9 %
	1 <sup>er</sup> prix	17,51	15,58	16,78	+ 7,7 %	- 4,2 %
Hard-discount	1 <sup>er</sup> prix	19,27	16,78	17,66	+ 5,2 %	- 8,3%



<sup>1</sup> Un panel de différents produits laitiers sont relevés : fromage (type camembert), fromage à tartiner, lait, yaourt.

## Les lessives et produits d'entretien



### Evolution des prix des lessives (en %)

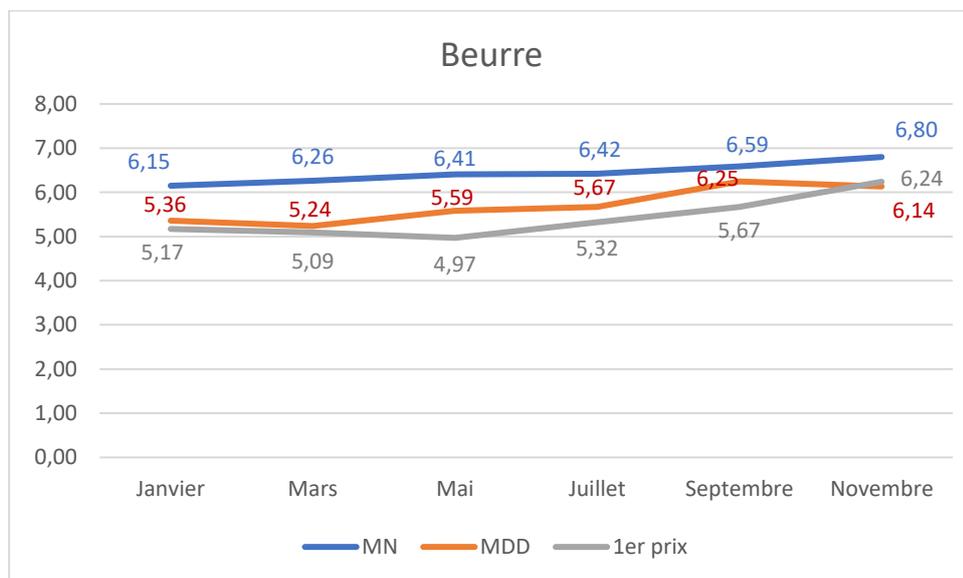
	2016/17	2012/17	2006/17
MN	+ 5,1 %	+ 42,6 %	+ 71,9 %
MDD	+ 7,2 %	+ 44,9 %	+ 58,2 %
1er prix	+ 5,6 %	+ 21,2 %	+ 43 %

## Le beurre

Nombreux ont été les consommateurs à trouver une pancarte dans leur rayon frais du type « En raison d'une pénurie de matière première sur le beurre, nous sommes aujourd'hui dans l'incapacité de vous proposer ce produit ». **Si le beurre a brillé par son absence des rayons, son prix aux mois de septembre et de novembre a lui démarré une ascension.**

Le beurre connaît ainsi une augmentation de prix au cours de l'année 2017, + 1,87 € pour le beurre hard-discount et + 0,65 € pour le beurre marque nationale.

Cette augmentation est d'autant plus importante pour les beurres premiers prix et les beurres vendus en hard-discount, alors qu'elle est beaucoup moins forte pour les marques nationales.



Evolution du prix en glissement mensuel en 2017 :

	Janvier	Mars	Mai	Juillet	Septembre	Novembre
MN		+ 1,8 %	+ 2,3 %	+ 0,3 %	+ 2,5 %	+ 3,2 %
MDD		- 2,3 %	+ 6,6 %	+ 1,5 %	<b>+ 10,2 %</b>	- 1,8 %
1er prix		- 1,5 %	- 2,4 %	<b>+ 7,0 %</b>	<b>+ 6,6 %</b>	<b>+ 10,1 %</b>

Evolution prix janvier à novembre :

MN	+ 10,6 %
MDD	+ 14,5 %
1er prix	+ 20,7 %

# LES PRODUITS BIOLOGIQUES

En 2013, Familles Rurales a ajouté à son étude trois produits de gamme bio : le lait, le jus d'orange et les œufs. Les produits sont présentés ci-dessous en comparaison avec les produits conventionnels.

	Conventionnel			Bio		
	1 <sup>er</sup> prix	Marques de distributeur	Marques nationales	1 <sup>er</sup> prix	Marques de distributeur	Marques nationales
<b>Lait</b>	0,7 €	0,81 €	0,99 €	0,91 €	0,99 €	1,27 €
<b>Œufs</b>	0,73 €	1,32 €	1,67 €	1,55 €	2,06 €	2,91 €
<b>Jus</b>	1,01 €	1,52 €	2 €	1,73 €	1,91 €	2,06 €

	Prix moyen conventionnel	Prix moyen bio	Différence en €	Différence en %
<b>Lait</b>	0,84 €	1,06 €	+0,22 €	+26,2 %
<b>Œufs</b>	1,24 €	2,17 €	+0,93 €	+75 %
<b>Jus</b>	1,51 €	1,9 €	+0,39 €	+25,8%

Les œufs coûtent en moyenne 75 % plus cher lorsqu'ils sont bio, contre 26 % pour le jus de fruit et pour le lait.

L'écart entre le bio et le conventionnel est plus important qu'en 2016. En dehors du jus, dont l'écart reste à 26 %, il a doublé pour le lait, soit + 0,11 € par bouteilles et a augmenté de 0,09 € pour les œufs.

## Détail par magasins :

### Le lait :

		MN	MDD	1 <sup>er</sup> prix	écart MN entre bio et conv.	écart MDD entre bio et conv.	écart 1 <sup>er</sup> prix entre bio et conv.
<b>Lait "bio"</b>	<i>Hyper</i>	1,27	0,94		+ 25,7 %	+ 17,5 %	
	<i>Super</i>	1,2	0,97	0,97	+ 31,9 %	+ 19,7 %	+ 40,6 %
	<i>HD</i>			0,86			+ 21,1 %
<b>Lait</b>	<i>Hyper</i>	1,01	0,8	0,7			
	<i>Super</i>	0,91	0,81	0,69			
	<i>HD</i>			0,71			

### Le jus d'orange (100% pur jus) :

		MN	MDD	1 <sup>er</sup> prix	écart MN entre bio et conv.	écart MDD entre bio et conv.	écart 1 <sup>er</sup> prix entre bio et conv.
<b>Jus d'orange "bio"</b>	<i>Hyper</i>	1,98	1,85		- 2 %	+ 32,1 %	
	<i>Super</i>	1,94	1,89		- 4 %	+ 21,1 %	
	<i>HD</i>			1,74			+ 46,2 %
<b>Jus d'orange</b>	<i>Hyper</i>	2,02	1,4	0,98			
	<i>Super</i>	2,02	1,56	0,87			
	<i>HD</i>			1,19			

## LES PRODUITS BIOLOGIQUES

### Les œufs<sup>2</sup> :

		MN	MDD	1 <sup>er</sup> prix	écart MN entre bio et conv.	écart MDD entre bio et conv.	Ecart 1 <sup>er</sup> prix entre bio et conv.
<b>Oeufs "bio"</b>	<b>Hyper</b>	2,73	1,97	1,56	<b>+ 66,5 %</b>	<b>+ 62,8 %</b>	<b>+ 155,7 %</b>
	<b>Super</b>	2,76	1,93	1,87	<b>+ 60,5 %</b>	<b>+ 48,5 %</b>	<b>+ 187,7 %</b>
	<b>HD</b>			1,53			<b>+ 86,6 %</b>
<b>Oeufs</b>	<b>Hyper</b>	1,64	1,21	0,61			
	<b>Super</b>	1,72	1,3	0,65			
	<b>HD</b>			0,82			

### Comparaison des produits bio entre 2014 et 2017 :

		2014			2015			2016			2017		
		MN	MDD	1 <sup>er</sup> prix									
<i>Lait "bio"</i>	H	1,25	0,96	0,92	1,18	0,94	0,93	1,2	0,95	0,83	1,27	0,94	
	S	1,25	0,96	0,86	1,19	0,95	0,91	1,2	1	0,93	1,22	0,97	0,97
	HD			0,84			0,87			0,84			0,86
<i>Œufs "bio"</i>	H	2,7	1,94	1,8	2,76	1,85	1,7	2,7	1,94	1,71	2,73	1,97	1,56
	Sr	2,64	1,93	1,68	2,62	1,82	1,72	2,82	1,89	1,67	2,76	1,93	1,87
	HD			1,68			1,5			1,48			1,53
<i>Jus d'orange "bio"</i>	H	2,23	1,88	1,27	2,09	1,91	1,68	2,03	1,8	1,62	1,98	1,85	
	S	2,02	1,91	1,52	1,99	1,92	1,48	1,97	1,93	1,44	1,94	1,89	
	HD	1,97		1,54	2		1,59			1,67			1,74

		Evolution 2016/17 (€)			Evolution 2016/17 (%)		
		MN	MDD	1 <sup>er</sup> prix	MN	MDD	1 <sup>er</sup> prix
<i>Lait "bio"</i>	Hyper	+0,07	-0,01	-	+6%	-1%	
	Super	+0,02	-0,03	+0,04	+2%	-3%	+4%
	HD			+0,02			+2%
<i>Œufs "bio"</i>	Hyper	+0,03	+0,03	-0,15	+1%	+2%	-9%
	Super	-0,06	+0,04	+0,2	-2%	+3%	+12%
	HD			+0,05			+3%
<i>Jus d'orange "bio"</i>	Hyper	-0,05	+0,05		-4%	+3%	-
	Super	-0,03	-0,04		-3%	-2%	-
	HD			+0,07	-	-	+4%

<sup>2</sup> Sur la base d'une boîte de 6 œufs