



QUI SOMMES-NOUS ?

Créé en 1965, le SYFAB, Syndicat national des fabricants de produits intermédiaires pour boulangerie, pâtisserie et biscuiterie, est l'organisation professionnelle qui représente les producteurs de produits intermédiaires pour la boulangerie-pâtisserie en France.

Le travail du SYFAB s'appuie sur quatre permanents chargés d'animer et d'organiser les services aux adhérents. Le conseil d'administration oriente les actions du syndicat. Une commission technique étudie les questions techniques et réglementaires et propose des voies d'actions au conseil d'administration. Enfin, une commission marketing et communication élabore la stratégie de communication et la propose au conseil d'administration.

NOUS CONTACTER

SYFAB - 66, rue La Boétie, 75008 PARIS

Tél : 01 82 73 00 67

E-mail : syfab@66laboetie.fr / www.syfab.fr

Directeur de la publication :

Stéphane Pucel

Responsable de la rédaction :

Hubert Bocquelet

Comité de rédaction :

les membres du SYFAB

ISSN : 2272-0405

A PARAÎTRE DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- Actualités
- Produit phare - Le donut
- Question-réponse - Les huiles végétales
- Zoom sur - Les agents de démoulage



ACTUALITÉS

P2

A.G. du SYFAB :
Transformations sociétales
et grandes tendances
alimentaires



PRODUIT PHARE

P3

**Tour de France
des brioches**



QUESTION-RÉPONSE

P4

**Cacao : la fusion d'UTZ
et RainForest Alliance**



ZOOM SUR

P5

Les enzymes

BOULANGERIE - PÂTISSERIE - VIENNOISERIE

A.G. DU SYFAB

BRUNO HÉRAULT DÉPEINT LES TRANSFORMATIONS SOCIÉTALES ET GRANDES TENDANCES ALIMENTAIRES



© 123RF - ANTONIO DIAZ

Lors de l'Assemblée Générale du SYFAB de février dernier, Bruno Héroult, Chef du Centre d'études et de prospective (Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation) a passionné son auditoire en présentant les évolutions mondiales des conduites alimentaires. Le point sur les moteurs et facteurs structurels influençant les consommateurs d'aujourd'hui et de demain.

Individualisation croissante des rapports humains ; segmentation communautaire et réticulaire du système social ; nouveaux rapports au temps et accélération des rythmes de vie ; féminisation de la société ; sensibilité grandissante aux questions de santé et de bien-être ; et affirmation de nouvelles représentations de la nature : telles sont les six grands moteurs sociétaux influençant les conduites alimentaires des Français.

INDIVIDUALISATION ET SEGMENTATION

L'alimentation est devenue un facteur de différenciation individuelle. L'offre y répond en développant les portions individuelles, en réduisant les grammages, en multipliant les possibilités de personnaliser les produits, en diversifiant les segments de la restauration hors domicile, etc.

En parallèle, la segmentation de la société est propice aux revendications alimentaires spécifiques, aux « alimentations particulières » s'éloignant du modèle alimentaire traditionnel et marquant l'affirmation de nouvelles identités médicales et diététiques (sans gluten, sans lactose, bio, etc.), environnementales (circuits courts, local, bio, de saison, etc.), éthiques

(équitable, solidaire, etc.), religieuses (halal, cachet), et plus largement socioculturelles (végétarisme, végétalisme, véganisme, etc.). La segmentation croissante de l'offre répond à ces revendications, renforçant en retour la fragmentation de la demande.

QUESTION DE TEMPS

Bien qu'indispensable au sens physiologique, l'alimentation devient progressivement une activité secondaire, subordonnée à d'autres occupations jugées plus importantes ou valorisantes (travail, déplacements, loisirs, etc.). Aujourd'hui, « *On mange comme on vit* ». Le besoin de gagner du temps alimentaire se traduit concrètement par une simplification des pratiques : moindre utilisation de denrées brutes, produits pré-préparés, restauration rapide et de rue, alimentation nomade, snacking, livraison à domicile ou en point relais (repas, produits, courses, etc.), etc.

SOCIÉTÉ FÉMINISÉE

La manière d'agir, de penser et de sentir des femmes occupe une place croissante dans la société. Les conduites alimentaires s'en trouvent impactées : développement du végétarisme et du flexitarisme, plus forte sensibilité à l'écologie et à l'animalisme... Il en va de même des consommations alimentaires. La féminisation des consommations alimentaires se traduit par l'achat préférentiel de certains types et gammes de produits, par une attention portée aux origines et aux propriétés, aux

labels et allégations, par des évolutions significatives en termes de budget, de taille des portions...

RECHERCHE DE BIEN-ÊTRE

La question du bien-être, vue à travers le prisme de l'alimentation, est multidimensionnelle : accessibilité financière et géographique, qualité, satisfaction, goût et plaisir, recherche de naturel, bénéfices santé, etc. Par ailleurs, la diététisation voire la médicalisation de l'alimentation se traduisent par des discours normalisateurs et moralisateurs. L'inquiétude relative au contenu de nos assiettes est centrale. « Manger sainement » s'exprime à travers une multitude d'attitudes et de pratiques : observance de régimes, jeûne, approvisionnement local, « fait maison », éducation nutritionnelle en entreprise, etc. Mais au lieu de nous rendre heureux, ce nouvel ascétisme fabrique du repli, du narcissisme, et enfermerait dans un cercle vicieux.

L'IDÉAL NATUREL

Le naturel est inscrit dans de nombreuses pratiques d'achat : recherche de produits bruts ou peu transformés, contenant des ingrédients sains, soutenues par des ONG, ou disposant de labels garantis par des démarches publiques ou privées (agriculture biologique, commerce équitable, impact environnemental réduit, bien-être animal, etc.). Il s'agit également de préférences pour les produits « sans », peu emballés, vendus en circuits courts et de proximité, fabriqués selon des recettes traditionnelles, etc.

Pour en savoir plus

Centre d'études et de Prospective.
Transformations sociétales et grandes tendances alimentaires (PDF, 1.68 Mo)
Document de travail n°13, Février 2019.



PRODUIT PHARE

VIENNOISERIE



© LESAFFRE

TOUR DE FRANCE DES BRIOCHES

Ronde ou tressée, parfumée ou non, éventuellement garnie de fruits secs, la brioche change de forme et de recette au fil des régions de France.

Viennoiserie à pâte levée et moelleuse, la brioche contient de la farine, du beurre (au moins 400 g par kg de farine), des œufs et de la levure. Sa recette remonterait au Moyen-Âge où elle était servie lors des grandes occasions : baptêmes, mariages, communions... Mais depuis, plusieurs régions de France se sont appropriées la recette et l'ont faite évoluer jusqu'à créer un produit régional caractéristique.

UN JEU DE FORMES

S'il se dit que la brioche serait née en Normandie au XVI^e siècle, force est de reconnaître que de nombreuses régions de France revendiquent « leur » brioche. La **brioche parisienne**, également appelée brioche à tête, est

par exemple constituée de deux boules de pâte, la plus petite posée sur la plus grosse à la manière d'une religieuse.

La **brioche vendéenne**, tressée, serait née au XIX^e siècle. En 1949, un label « brioche vendéenne » aurait été créé lorsque l'Association des Vendéens de Paris et d'Île-de-France organisa une vente caritative de produits vendéens au profit des prisonniers de guerre, afin d'éviter toute confusion avec la brioche parisienne.

Il ne faut pas confondre la brioche vendéenne avec la **gâche vendéenne**, autre brioche tressée de la région, dont la mie est plus serrée et dont l'IGP (Indication géographique protégée) garantit entre autres les ingrédients de la recette, dont 5 % minimum de crème fraîche à 30 % de matière grasse. A noter que le tressage n'est pas spécifique des brioches et gâches de Vendée : on le retrouve également dans la brioche de Metz, nattage de trois boudins de pâte à brioche, servie saupoudrée de gros sucre.

Au Nord de la France (et en Belgique), la brioche traditionnelle a adopté une forme ovoïde évoquant un enfant emmailloté. Elle porte le nom de **cognou**, **cougolle**, **couque flamande**, **couque de Jésus** ou encore **pain de Jésus** et est traditionnellement consommée en décembre durant

la période de la Saint-Nicolas et de Noël.

UNE PALETTE DE PARFUMS

Outre leur forme spécifique, les brioches régionales se distinguent également par l'éventuel parfum de leur pâte. Ainsi, la brioche tressée vendéenne peut être parfumée à la fleur d'oranger ou à l'eau-de-vie.

La fleur d'oranger se retrouve également dans la **pogne**, une brioche traditionnelle du Dauphiné et, plus particulièrement de la ville de Romans-sur-Isère (Drôme).

ET PARFOIS DES INCLUSIONS

Enfin, d'autres brioches se reconnaissent à leurs inclusions. Ainsi, le **Saint-Genix** est une brioche ronde garnie de pralines, originaire de Saint-Genix-sur-Guiers (Savoie).

Autre exemple : la **brioche bordelaise**, en forme de couronne, est décorée de sucre casson ou de fruits confits, et se garnit souvent d'une fève à l'occasion de l'Épiphanie.

Enfin, la recette de la brioche dépasse nos frontières : ainsi, le **Panettone** italien est fourré d'écorses d'oranges, de fruits confits et de raisins secs.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Mais d'où vient le terme « brioche » ? L'origine de ce mot a été longtemps controversé, faisant naître des hypothèses fantaisistes : pour certains, elle venait des Briochins, habitants de Saint-Brieuc ; selon Alexandre Dumas, le mot « brioche » viendrait du brie car, selon lui, la pâte aurait initialement été confectionnée à base de ce fromage. Plus sérieusement, on s'accorde désormais à penser que le terme « brioche » dérive du verbe « brier » (broyer en normand), désignant l'action de « pétrir la pâte avec un rouleau en bois ».

BOULANGERIE-VIENNOISERIE-PÂTISSERIE

CACAO :

LA FUSION D'UTZ ET RAINFOREST ALLIANCE



© UTZ

UTZ a créé un programme de certification pour une production de cacao responsable aux niveaux social et environnemental qui répond à la fois aux besoins des producteurs et des marchés. Avec en ligne de mire, l'objectif de transformer les systèmes mondiaux de production et les chaînes de valeur de façon à les rendre plus durables.

**QU'EST-CE QU'UTZ ?**

UTZ Certified est une association néerlandaise créée en 2002, dont l'objectif est de promouvoir un mode de production durable pour les cultures de thé, de café et de cacao, au niveau mondial. Aussi, UTZ a développé un programme et un label qui permettent aux producteurs d'apprendre de meilleures méthodes agricoles, d'améliorer leurs conditions de travail et celles de leurs familles tout en respectant l'environnement.

EN PRATIQUE, COMMENT UTZ FONCTIONNE-T-IL ?

Les producteurs certifiés UTZ se conforment à un Code de conduite. Il s'agit d'un ensemble de critères économiques, sociaux et environnementaux pour la production responsable de cacao (mais aussi de café et / ou de thé), reconnu internationalement. Les denrées produites selon ces Codes répondent aux critères de production responsable, tels que la protection des droits du travail, l'utilisation responsable des produits agrochimiques, les normes pour la gestion agricole efficace et l'accès à l'éducation et la santé. Le programme est complété par

un système de suivi. Il permet aux marques, aux détaillants et aux consommateurs finaux de tracer où le produit en question a été produit, et de donner l'assurance qu'il vient de producteurs responsables.

QU'EST-CE QUI VA CHANGER AVEC LA FUSION ANNONCÉE AVEC LA RAINFOREST ALLIANCE ?

Janvier 2018 a marqué une étape importante : la décision d'UTZ de fusionner avec l'organisation environnementale américaine Rainforest Alliance afin de conjuguer leurs forces respectives et d'avoir l'impact nécessaire pour relever efficacement leurs défis communs. A savoir : élaborer un futur dans lequel la nature sera protégée et la biodiversité s'épanouira, où les producteurs, les travailleurs et les communautés prospéreront, et où l'utilisation durable des terres et les pratiques commerciales responsables constitueront la norme. Si l'organisation issue de la fusion s'appelle Rainforest Alliance, un nom bien connu du public, le rapprochement se revendique réalisé sur un pied d'égalité, le P.-d.g. étant Han de Groot de chez UTZ.

QUELLES CONSÉQUENCES POUR LES PRODUCTEURS ET ENTREPRISES QUI S'APPROVISIONNENT EN INGRÉDIENTS CERTIFIÉS ?

Les programmes UTZ et Rainforest Alliance continueront d'exister en parallèle jusqu'à la publication d'un nouveau programme unique fin 2019, qui se veut réunir le meilleur d'UTZ et Rainforest. Il comprendra une nouvelle norme pour les producteurs et une nouvelle chaîne de traçabilité. Il y aura également une nouvelle tarification et une nouvelle politique d'étiquetage pour les entreprises qui s'approvisionnent en ingrédients certifiés. L'approbation finale et la publication de la norme sont programmées pour fin 2019, à l'issue d'une consultation au 1^{er} semestre 2019, voire d'une seconde consultation au second semestre de la version révisée. En 2020 commencera la transition, étape par étape.

A noter : quel que soit le résultat de la consultation, les entreprises pourront continuer à soumettre des demandes de validation d'étiquetage à UTZ pendant au moins trois ans après la publication du nouveau programme de certification en 2019.

En janvier 2018, UTZ a décidé de fusionner avec l'organisation américaine Rainforest Alliance.

BOULANGERIE-VIENNOISERIE-PÂTISSERIE



L'action des enzymes est spécifique d'un seul type de réaction : ce sont des catalyseurs biochimiques sélectifs.

LES ENZYMES

Utilisées depuis des siècles dans la production alimentaire, les enzymes sont naturellement présentes dans certains ingrédients, comme le grain de blé. Dans le secteur de la boulangerie, les enzymes participent au processus de panification où elles sont ajoutées en quantités très faibles (entre 10 et 100 g / t de farine) pour l'optimiser.

Protéines qui provoquent ou accélèrent une réaction biochimique, les enzymes sont indispensables à la vie. Leur activité dépend de la température, de leur concentration et de l'acidité (pH) du milieu. Chaque enzyme a un pH et une température optimaux.

Les enzymes doivent être dosées avec précision, un surdosage entraînant un défaut au niveau du produit.

MODE D'ACTION DES ENZYMES

Les enzymes agissent comme des catalyseurs, et font en sorte que les réactions biochimiques se produisent plus rapidement qu'en leur absence. Par exemple, elles vont aider à transformer l'amidon en sucre, etc. Sans enzymes, ces réactions ne se produiraient pas ou prendraient beaucoup plus de temps. Les enzymes alimentaires contribuent à la régularité des propriétés de la pâte à pain afin de garantir que chaque pain acheté ait un goût et une apparence similaires. Les enzymes alimentaires peuvent être fabriquées par extraction de sources végétales (malt) ou animales, ou par fermentation avec des sources microbiennes.

De nos jours, des enzymes alimentaires sont ajoutées à la pâte à pain pour compléter les enzymes

naturellement présentes dans la farine et minimiser les variations de composition causées par exemple par les caractéristiques du climat et du sol.

LES PRINCIPALES ENZYMES

Dans 85 % des cas, les enzymes sont des hydrolases qui « découpent » en petits morceaux des protéines, des polymères glucidiques, des polymères de parois végétales, des lipides triglycériques...

Les principales catégories d'enzymes sont présentées ci-dessous :

- **Alpha-amylase fongique et amyloglucosidase** pour fractionner l'amidon en sucres et favoriser la fermentation,
- **Alpha-amylase bactérienne et exo-amylase maltogène**, plus résistantes à la température, pour améliorer la fraîcheur de la mie, ralentir le rassissement, colorer la croûte,
- **Hemicellulase, xylanase, cellulase, endoglucanase, pentosanase** pour une meilleure expansion du réseau glutineux,
- **Glucose oxydase** pour augmenter la force de la pâte, la rétention gazeuse et la tolérance,

POSITION RÉGLEMENTAIRE

Au sens des règlements CE n° 1331/2008 et CE n° 1332/2008, une enzyme alimentaire peut être utilisée comme :

- **auxiliaire technologique** : n'étant plus présente dans le produit fini puisque détruite par la chaleur de la cuisson, elle n'est pas étiquetée ;
- **additif** : encore présente dans le produit fini, elle doit être mentionnée dans la liste des ingrédients.

Le règlement UE n° 1169/2011 (Inco) permet de distinguer les deux cas, déterminant ainsi l'étiquetage ou non de l'enzyme.

En France, la liste positive des enzymes autorisées, notamment pour la panification et les produits de boulangerie, est en annexe I-C de l'[arrêté du 19 octobre 2006](#) (mis à jour régulièrement) relatif aux auxiliaires technologiques.

Cette réglementation continuera de s'appliquer jusqu'à l'établissement d'une liste européenne des enzymes alimentaires. Seule l'**alpha-amylase fongique** est autorisée dans le pain de fabrication tradition française.

- **Protéase** pour conférer de l'extensibilité et faciliter le laminage,
- **Pullulanase** pour faciliter la fermentation et assouplir la pâte,
- **Lipase et phospholipase** pour améliorer la tolérance, le volume du produit, la finesse du produit et son moelleux,
- **Asparaginase** pour limiter la formation d'acrylamide lors de la cuisson.

Pour en savoir plus

