



ACTUALITÉS

P2

Le boom
des pâtisseries
américaines



PRODUIT PHARE

P3

Le croissant,
plus de trois siècles
d'histoire



QUESTION-RÉPONSE

P4

Que répondre au
consommateur sur la
teneur en sel du pain ?



ZOOM SUR

P5

Les nappages
et glaçages pâtisseries

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

À PARAÎTRE DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- *Actualités* - Le développement de la consommation de sandwichs
- *Produit phare* - Le chocolat de Pâques
- *Question-réponse* - Que répondre au consommateur sur les allergènes ?
- *Zoom sur* - Les préparations pour pâtes jaunes



D.R.

LE BOOM DES PÂTISSERIES AMÉRICAINES

Muffins, brownies, cookies, donuts et cupcakes font désormais partie des incontournables du paysage de la boulangerie-pâtisserie française contemporaine. La mondialisation est en marche, y compris dans ce secteur.

La pâtisserie américaine a le vent en poupe, c'est le moins que l'on puisse dire. Une vague culturelle américaine est en train de déferler en Europe et la popularité des pâtisseries « *made in USA* » gagne chaque jour du terrain pour en faire des icônes incontournables auprès des nouvelles générations de consommateurs.

UN MARCHÉ EN FORTE CROISSANCE

Ces dernières années attestent de l'émergence d'une popularité croissante de la pâtisserie américaine dans les plus grandes enseignes européennes. La tendance s'accélère en Europe et les ventes progressent à toute vitesse. Le « vieux continent » amorce

ainsi une nouvelle phase de reconversion avec une ouverture plus large aux influences internationales, sans doute portée par le succès des séries américaines et les nouvelles habitudes alimentaires entretenues par le développement fulgurant des chaînes de coffee shops en France (type Starbucks, Columbus, etc.), dans les agglomérations proches des milieux étudiants et professionnels.

Les spécialités anglo-saxonnes telles que les muffins, brownies, cookies et donuts constituent désormais un complément de ventes non négligeable dans les enseignes de boulangeries européennes. La part de marché de ces pâtisseries est vouée à croître significativement dans les années

à venir, ceci sur l'ensemble du continent.

JAMBON-BEURRE ET MUFFIN

Dans les boulangeries-pâtisseries, la diversification de l'offre ne passe donc pas seulement par un élargissement de la gamme salée : elle s'exprime également par une offre pâtisserie plus large et plus originale, grâce à ces spécialités anglo-saxonnes. L'avènement de l'offre « snacking » en boulangerie artisanale inclut bien souvent des pâtisseries américaines dans ses formules déjeuner, au sein desquelles les muffins et brownies côtoient sans complexes les traditionnels jambon-beurre, aux côtés des éclairs au chocolat et tartes à la framboise.

La part de marché des pâtisseries américaines va croître significativement.

VIENNOISERIE

LE CROISSANT, PLUS DE TROIS SIÈCLES D'HISTOIRE

Pas de doute : le croissant s'impose comme l'inimitable emblème de la viennoiserie française à l'international, même si l'histoire lui attribue des origines moins hexagonales.

« *Petit pain en pâte levée ou feuilletée, abaissée en triangle, roulée sur elle-même et incurvée en forme de croissant de lune* » : telle est la sobre définition du célèbre croissant, dans le *Larousse gastronomique*. Une description qui omet un détail d'importance : la célébrité de ce classique incontournable du petit-déjeuner.

DE VIENNE À PARIS

L'origine du croissant remonterait à 1683, année durant laquelle les Turcs assiégèrent la capitale de l'Autriche. Pour remercier les boulangers d'avoir sonné l'alarme et permis de repousser l'assaut des Ottomans, Jean III Sobieski aurait accordé à la profession le privilège de confectionner une pâtisserie dédiée à l'évènement. Ainsi serait né le croissant, que Marie-Antoinette aurait introduit à la Cour de France un siècle plus tard.

Selon d'autres légendes, le croissant aurait été créé par un cafetier viennois d'origine polonaise : remercié par des sacs de café pour son courage durant le siège, il aurait inventé une viennoiserie en forme de croissant pour accompagner les boissons chaudes.

DU SUCRÉ AU SALÉ

Si les croissants étaient à l'origine confectionnés en pâte à pain améliorée, ils sont désormais généralement réalisés en pâte levée feuilletée. De cette dernière dépendra la qualité du croissant, qui résulte à la fois d'un savoir-faire et de l'utilisation des bons ingrédients pour la pâte.

Côté étals, l'offre est aujourd'hui loin de se limiter à la seule alternative croissant beurre ou croissant ordinaire : le croissant aux amandes renforce la gamme sucrée, tandis que des options salées comme les versions farcies au jambon et au fromage viennent compléter l'offre « *snacking* ». Forts de leurs succès, les croissants ont également su s'exporter, notamment en alternative à un sandwich.

Enfin, une version miniature, salée ou sucrée, a également su conquérir les plateaux de hors d'œuvres ou les paniers des bistrotts et cafés.

S'ADAPTER AUX CONTRAINTES D'AUJOURD'HUI

Avec l'évolution des modes de vie et de consommation,

la boulangerie a développé des solutions adaptées aux contraintes des boulangers mais aussi des différents types de distribution, comme les terminaux de cuisson et les supermarchés pour la boulangerie industrielle. Il existe des croissants à pâte pré-levée surgelés et prêts à cuire, conçus pour conserver la qualité organoleptique tout en facilitant leur préparation. Grâce à l'utilisation de certains ingrédients (enzymes, additifs), le volume après cuisson peut être similaire à un croissant frais, avec une croûte préservée et croustillante malgré le transport qui pourrait l'écailler.

L'important reste le savoir-faire de l'opérateur, pour s'assurer d'un produit de qualité !

**La qualité
du croissant
repose sur
le savoir-faire
et le choix
des ingrédients.**



BOULANGERIE

QUE RÉPONDRE AU CONSOMMATEUR SUR LA TENEUR EN SEL DU PAIN ?

Compte tenu de nos habitudes alimentaires, la plus grande partie du sel consommé provient en France du pain et des biscottes. Or, des apports excessifs seraient délétères. Aussi, la réduction de l'apport en sel constitue-t-elle un objectif phare des programmes nationaux de santé... et un sujet d'inquiétude de certains consommateurs.

QUELLES SONT LES RECOMMANDATIONS DE TENEUR POUR LE PAIN ?

Des recommandations ont été publiées en 2002 par l'Anses, Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail. Celle-ci y recommandait de diminuer la teneur en sel de tous les pains, en fixant une recommandation d'un maximum de 18 g de sel ajouté / kg de farine pour 2007. Si des progrès ont été réalisés depuis, l'objectif n'est pas encore atteint pour tous les boulangers (la dernière enquête faite en 2011 montrait un taux de 19,4 g de sel / kg de farine). A noter qu'il serait plus pertinent d'établir une correspondance entre ces recommandations par kilogramme de farine et des recommandations par gramme de pain ou par baguette pour faciliter le contrôle et la mise en œuvre par le boulanger. A titre indicatif, la recommandation de l'Anses correspond à environ 1,4 g de sel pour 100 g de pain.

POURQUOI EST-IL DIFFICILE DE BAISSER LA TENEUR EN SEL DU PAIN ?

Les recommandations de l'Anses se heurtent à un premier verrou organoleptique : si les doses de sel sont réduites trop brutalement, le consommateur ressentira une forte impression de manque de sel, qui l'éloignera du produit. Il faut donc agir progressivement. Entrent également en ligne de

compte des verrous technologiques. Une certaine quantité de sel demeure en effet nécessaire pour le travail de la pâte :

- amélioration des propriétés plastiques de la pâte et de sa machinabilité,
- normalisation de la fermentation,
- augmentation du pourcentage d'hydratation,
- amélioration du volume et de l'aspect des pains en favorisant la coloration de la croûte,
- amélioration de la conservation des pains en retardant le séchage et le durcissement de la croûte.

Néanmoins, l'évolution des procédés de fabrication et l'utilisation de certains ingrédients (améliorants par exemple) peuvent permettre de réduire les teneurs en sel. Les verrous sont donc avant tout organoleptiques, relevant de l'acceptabilité du consommateur.

QUELLES SONT LES ACTIONS DE LA FILIÈRE ?

Tous les professionnels de la filière travaillent de concert à la réduction du taux de sel dans le pain, de manière à atteindre les recommandations de l'Anses :

- les membres du Syfab s'engagent dans cette démarche en rappelant à leurs clients la nécessité de respecter le seuil de 18 g sel ajouté / kg farine dans leurs recettes, et en donnant des recommandations sur les doses d'utilisation de leurs produits ;
- la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie



© reinhard sester - Fotolia.com

française (CNBPF) a signé un accord collectif avec le ministère de l'Agriculture en février 2014, dans le cadre du Pacte ingrédients mis en place par Guillaume Garot, alors ministre délégué de l'Agroalimentaire (pacte lui-même passé dans le cadre du Plan National Alimentation). La CNBP s'est engagée, aux côtés de l'Association nationale de la meunerie française (ANMF) et de la Chambre syndicale française de la levure (CSFL), à réduire d'ici fin 2014 la teneur en sel pour 80 % des baguettes fabriquées en France, afin d'atteindre les recommandations de l'Anses de 18 g de sel / kg de farine. L'ANMF et la CSFL auront notamment pour rôle la formation et l'information auprès des boulangers, grâce à leurs forces de vente respectives.

**La réduction
de sel se heurte
surtout
au goût des
consommateurs.**

PÂTISSERIE

LES NAPPAGES ET GLAÇAGES PÂTISSIERS

Les nappages pâtisiers, et les glaçages confèrent de la brillance et forment une couche protectrice contre l'oxydation et le dessèchement.

Les nappages à chaud ou à froid sont composés d'eau, de sucre, de sirops de glucose/fructose, éventuellement de fruits, d'additifs et d'arômes. Les glaçages présentent une base de composition identique à celle des nappages (eau, sirop de glucose/fructose, additifs), dans laquelle on ajoute de la matière grasse (parfois via du chocolat, cacao ou beurre de cacao).

La notion de « miroir » est utilisée à la fois pour les nappages à froid et pour les glaçages, pour souligner leur extrême brillance.

LE NAPPAGE DES TARTES AUX FRUITS

Le nappage à chaud est un produit thermoréversible. Lors de son utilisation, le nappage dilué ou non est réchauffé afin de le faire fondre et de faciliter son application, puis déposé sur les fruits soit à l'aide d'un pinceau, soit par pulvérisation. Le refroidissement causé par le contact avec les fruits provoque la re-gélification instantanée. Plusieurs types de nappages à chaud sont aujourd'hui commercialisés :

- les nappages « classiques » ou gélifiés (faible dilution : 10 à 30 % d'eau),
- les nappages concentrés (forte



D.R.

dilution > à 30 % d'eau),

- les nappages en spray. Ils sont liquides, s'utilisent en l'état, c'est-à-dire par simple chauffage et s'appliquent sur les fruits généralement par pulvérisation.

Les nappages à froid sont prêts à l'emploi et s'utilisent en l'état pour napper le dessus des tartes aux fruits. Ils sont translucides, restent souples et ne tiennent pas sur les surfaces verticales, les dômes ou les arrêtes.

LE NAPPAGE OU GLAÇAGE DES MOUSSES ET ENTREMETS

Le glaçage miroir (parfois appelé également nappage miroir) est employé comme couverture de certains entremets et mousses pour donner un aspect brillant, et ne nécessite pas de dilution préalable.

Il s'utilise en l'état,

- soit à température ambiante, pour napper la surface des entremets ;
- soit à chaud, pour faciliter son utilisation et recouvrir intégralement l'entremet ou pour les surfaces non planes, comme les dômes ou entremets présentant des surfaces verticales.

DU BON EMPLOI DES NAPPAGES ET GLAÇAGES

Certaines précautions doivent être respectées pour garantir toutes les performances des nappages :

- ne pas chercher à trop diluer les nappages « classiques » et concentrés,
- proscrire toute dilution des nappages « spray » et glaçages miroirs (se contenter de colorer et d'aromatiser),
- préparer la quantité de nappage ou glaçage nécessaire,
- lors de la chauffe du nappage, arrêter au premier bouillon afin d'éviter tout altération de la pectine et donc assurer une bonne tenue,
- lors de la réchauffé du nappage restant dans une casserole, toujours rajouter du nappage frais et de l'eau pour éviter que le nappage ne brûle. Eviter néanmoins de réchauffer de trop nombreuses fois le nappage,
- ne pas surchauffer.

Les taux de dilution, températures d'utilisation, modes d'utilisation (pinceau, pistolet, etc.) et caractéristiques (gélifié, pommadeux, etc.) de chaque type de nappage et glaçage sont résumés [dans un tableau exhaustif sur le site du Syfab.](#)

Réchauffé puis déposé sur les fruits froids, le nappage à chaud regélifie instantanément.

RÉGLEMENTATION

Les additifs autorisés dans les nappages et glaçages sont cités dans l'annexe II du règlement (CE) n° 1333/2008 relatif aux additifs alimentaires, formalisée par le règlement (UE) n° 1129/2011.