



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@fnccg.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 – Sablés et biscuits secs
- ➔ Question-réponse – Les nanomatériaux
- ➔ Zoom sur – Préparations pour bavares



ACTUALITÉS

P2

**Covid-19 :
la boulangerie
en fonctionnement
de crise**



PRODUIT PHARE

P3

Le brownie



QUESTION-RÉPONSE

P4

**Date de durabilité
minimale (DDM)**



ZOOM SUR

P5

Les arômes

BOULANGERIE / PÂTISSERIE / VIENNOISERIE

COVID-19 : LA BOULANGERIE EN FONCTIONNEMENT DE CRISE



© 123RF- Валентина Мастопа

Le consommateur n'associe pas le pain à la transmission du virus.

Quelles sont les répercussions de la crise du Covid-19 sur les boulangeries françaises ? Pour le savoir, une enquête a été menée auprès de 711 boulangers, du 1^{er} au 8 avril 2020, par *La Toque* et CHD Expert. Le questionnaire comprenait 9 questions dont 6 ouvertes afin de laisser la parole aux exploitants.

DES BOULANGERIES OUVERTES MAIS...

Côté organisation de l'activité, **70 % des établissements ont réduit leurs horaires**, 18 % les ont maintenus comme d'habitude. Ainsi, la très grande majorité

Des ventes de viennoiseries et pâtisseries en chute libre, des demandes de pain fluctuantes rendant l'adaptation de la production difficile, des clients parfois agressifs, un manque de reconnaissance des efforts et des risques pris : les boulangers français maintiennent leur service mais souffrent de la crise du Covid-19.

des établissements a cherché à maintenir son service et nourrir le consommateur de proximité. Néanmoins, 7 % ont fermé boutique depuis le confinement faute de clients, de personnel, ou de protection pour les salariés. De manière générale, le premier trimestre 2020 est jugé identique à l'an dernier par 29 % des boulangers, moins bon par 43 %, qui évaluent leur baisse d'activité à 27 % en moyenne (contre -12 % en 2019). Une baisse principalement liée au mois de mars, qui marque le début du confinement.

DES VENTES DE PAINS MAIS PAS DE VIENNOISERIES

L'activité en période de crise est portée par la **vente de pain**. Un produit essentiel, priorisé par les Français. Malgré la psychose ambiante, le consommateur n'associe pas le pain à la transmission de virus et la dynamique de naturalité et d'authenticité du produit se conforte durant

la période, favorisant les ventes de pains spéciaux.

A l'inverse, les ventes de produits additionnels, qui assurent normalement une marge substantielle, ont dégringolé pendant la période : les **ventes de viennoiseries** sont en chute libre dans 90 % des boulangeries, de même que les pâtisseries individuelles (79 %), familiales (61 %) et américaines (54 %). L'absence d'un pâtissier et/ou le choix de priorités par le boulanger ont poussé à la suppression de la pâtisserie familiale et de la pâtisserie américaine dans 22 à 30 % des boulangeries.

Le **snacking** (sandwichs, boissons) a été maintenu dans des proportions ridiculement faibles par rapport à la normale. Alors qu'il représentait de l'ordre de 16 % du chiffre d'affaires (CA) d'une boulangerie française, il pèse moins de 2 % du CA pendant le Covid.

MORAL SOUVENT EN BERNE

Globalement, les boulangers avouent souffrir d'un manque de reconnaissance, de protection, de la baisse de leur chiffre d'affaires, de la désertion de certains clients, de l'incertitude sur l'avenir, de difficultés de gestion, d'un manque de clients, du changement de rythme, de difficultés de production (gestion des quantités, prévisions difficiles), d'être acculés à réduire leur personnel ou encore de la peur d'attraper le virus.

DES ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

Face à la crise, les boulangers se sont adaptés en termes :

- **d'offre** : réduction ou évolution (moins de snacking, de pâtisseries, gammes réduites, gros formats de pain), offres promotionnelles (3 achetées, la 4^e offerte), nouvelles propositions (pizza à la part, kit de pâtisserie pour les enfants -ventes d'œufs, de farine, de lait-, épicerie de première nécessité, vente de matières premières (levure, farine), plateau repas à emporter), services en plus (commande, livraison), adaptation de la production (sandwichs à la demande), heures d'ouverture (7 jours sur 7, uniquement le matin).
- **de gestion des invendus** : destruction, diminution de la production, dons, revente à prix cassés, production sur commande, recyclage (chapelure, animaux de ferme, congélation).
- **de gestion du personnel** : protections sanitaires, chômage partiel, ajustement des plannings, non-recrutement, ré-organisation (affectation à d'autres tâches, vacances à tour de rôle, ouverture 7j/7 pour donner travail à chacun...).
- **d'hygiène** : signalétique au sol, protections en plexi, désinfection des mains, limitation du nombre de personnes en magasin, désinfection du matériel, port de masques / gants.

PRODUIT PHARE



© 123RF-margoullat

PÂTISSERIE

LE BROWNIE

En France, les traditionnelles noix de pécan ou de macadamia sont souvent remplacées par des noix ou des noisettes.

Portion cubique forte en chocolat, le brownie américain a conquis le cœur des Européens.

Gâteau au chocolat moelleux et fondant, le brownie est un mélange de sucre, d'œufs, de farine, de beurre et de chocolat. Populaire aux États-Unis et au Canada pendant la première moitié du XX^e siècle, il a par la suite conquis l'Europe. Sa popularité s'étendrait aujourd'hui jusqu'en Chine.

INCLUSIONS

Le brownie au chocolat contient souvent des inclusions, en l'occurrence des noix de pécan ou de macadamia dans sa traditionnelle version américaine. Elles ont été remplacées par des noix en France ; peuvent aussi être ajoutés des noisettes, des morceaux de caramel, des pépites de chocolat

noir ou blanc, etc.

Une variante américaine de la recette traditionnelle propose de remplacer le chocolat par un mélange de sucre brun et de la vanille. Le résultat est appelé par les Anglo-Saxons le « brownie blond » (*blond brownie*) ou « blondie ».

ACCOMPAGNEMENTS

Découpé en petits cubes qui facilitent sa consommation à emporter, le brownie est traditionnellement consommé aux États-Unis avec un verre de lait. Servi à l'assiette, le brownie est souvent accompagné d'une crème anglaise ou de chantilly, voire d'un coulis de fruits (framboises,

LE SAVIEZ-VOUS ?

La recette du brownie aurait été inventée par un chef américain en 1893, à la demande de la femme de son patron (propriétaire du Palmer House Hotel) : celle-ci voulait un dessert plus petit qu'un part de gâteau qui puisse être glissée dans la lunch-box de femmes participant à une exposition se tenant à Chicago et célébrant les 400 ans de l'arrivée de Christophe Colomb dans le « nouveau monde ». Le « *Palmer House brownie* » alors créé contenait des noix et était surmonté d'un glaçage à l'abricot. Certains affirment que son nom aurait été inspiré par les « Brownies », personnages de dessin animé écossais, sortes de génies domestiques et travailleurs.

mangue). Il s'impose comme un incontournable des cafés gourmands.

BOULANGERIE / PÂTISSERIE / VIENNOISERIE

DATE DE DURABILITÉ MINIMALE (DDM)

Exit la DLUO (date limite d'utilisation optimale), voici la DDM ou date de durabilité minimale d'un produit. Une reformulation qui élimine l'ambiguïté du mot « limite » (cette limite pouvant être dépassée) et espère ainsi lutter contre le gaspillage.

QU'EST-CE QUE LA DDM ?

La DDM désigne la date de durabilité minimale, telle que prévue par [l'Annexe X du règlement \(UE\) n°1169/2011](#). Ce terme a remplacé la date limite d'utilisation optimale (DLUO).

La DDM n'a pas le caractère impératif de la DLC (date limite de consommation), qui est réservée aux denrées alimentaires microbiologiquement très périssables et donc susceptibles de présenter un risque en cas de consommation au-delà de cette date.

Ainsi, au-delà de la DDM, le fabricant ne garantit plus les qualités organoleptiques de la denrée (gustatives ou nutritives), mais l'utilisation ou la consommation de cette denrée n'est pas dangereuse pour la santé. Il est légalement possible de vendre un produit dont la DDM est dépassée à condition d'avoir réalisé les contrôles nécessaires, tenant compte des caractéristiques physico-chimiques et biologiques du produit. *A fortiori*, il est possible de l'utiliser pour fabriquer un produit. Il est également possible d'utiliser une matière première ayant une DDM dépassée. Dans ce cas, il est nécessaire d'interroger son fournisseur, afin de s'assurer qu'une extension de DDM est possible.

COMMENT DÉTERMINER LA DDM D'UN PRODUIT ?

Afin de déterminer la DDM d'un produit, les fabricants



©123RF-Khommai

doivent s'assurer ([Règlement \(CE\) n°178/2002](#)) :

- De mettre en place un protocole de détermination de la durée de vie,
- De mettre en place un protocole de suivi de la durée de vie.

QUELLES SONT LES EXIGENCES DES CLIENTS LIÉES À LA DDM ?

Les entreprises peuvent être confrontées de la part de leur clients à des **demandes d'extension de la DDM de leurs produits**, ou à des exigences sur les délais restant à la date de livraison.

En effet, certains distributeurs utilisent le principe de contrat date, qui prévoit un délai entre la date de livraison et la DDM du produit supérieur à 2/3 de la durée de vie du produit. Ainsi, le fournisseur s'engage à livrer la denrée pendant le 1er tiers de sa

DDM uniquement. Cela signifie qu'un produit dépassant 1/3 de sa DDM ne sera pas accepté par les distributeurs (par exemple : un produit à 5 mois pour une DDM de 12 mois).

PEUT-ON MODIFIER LA DDM ?

Il est possible de modifier la DDM à condition que :

- cette date soit modifiée pour le lot en particulier et pas pour toute la référence,
- cette nouvelle durée de vie soit justifiée par une analyse HACCP ou de nouveaux éléments techniques/scientifiques.

La modification de la DDM par un « sticker » n'est possible que s'il est ajouté de façon indélébile, rendant impossible le retrait du sticker. La nouvelle date doit être apposée selon les modalités prévues à [l'article 13 du règlement \(UE\) n°1169/2011](#).

VIENNOISERIE / PÂTISSERIE

LES ARÔMES

Commercialisés sous forme liquide, en pâte ou en poudre selon l'utilisation prévue, les arômes sont des préparations ou substances destinées à donner un goût ou une odeur à une denrée alimentaire.



Les arômes liquides sont utilisés pour l'aromatisation des glaces.

© 123RF-Natalia Pyzhova

Après mastication, les arômes, substances volatiles, remontent du fond de la gorge vers les fosses nasales (effet « rétronasal »). Mais les arômes contenus dans les aliments sont fragiles, volatils et sont souvent détruits lors de la cuisson. Aussi, l'adjonction d'arômes permet de renforcer ou restaurer le goût des différentes préparations pour le plus grand plaisir de chacun.

TROIS TYPES D'ARÔMES

Les arômes sont des préparations ou substances destinées à donner un goût ou une odeur à une denrée alimentaire. Un arôme est un composé extrêmement complexe : une fraise possède plus de 300 substances aromatiques différentes identifiées, le café plus de 600.

On distingue différents types d'arômes :

- **les arômes liquides**, utilisés pour l'aromatisation de crèmes, glaces, garnitures et crèmes pâtisseries ;
- **les arômes en pâte** : pour les crèmes pâtisseries, garnitures et glaces ;
- **les arômes en poudre** : uni-

quement dans les procédés industriels.

PROCÉDÉ DE FABRICATION

Le procédé de fabrication ou le mode d'obtention des arômes permet de définir les différentes catégories d'arômes. Si on se réfère à la législation, on distingue **2 catégories de substances aromatisantes** :

- **les arômes naturels** obtenus à partir de diverses matières premières d'origine végétale ou animale, par des procédés physiques (extraction, distillation, ...), enzymatiques ou microbiologiques. L'industrie aromatique fabrique, à partir des quelque 5 000 composés aromatiques volatils présents dans la nature, des extraits : jus concentrés de fruits (fruits rouges, pêches, abricots, etc.), extraits alcooliques (de framboises, fraises, cerises, vanille), huiles essentielles (de menthe, d'agrumes, d'herbes aromatiques). Les extraits aromatisants présentent plusieurs avantages : très concentrés, plus

faciles à manipuler et à doser que les matières premières de départ (qualité plus régulière), plus sûrs d'un point de vue microbiologique. Dans le cas de la vanille, certaines marques réhaussent leurs extraits avec des grains de vanille, ce qui permet de renforcer l'aromatique et le visuel des pâtisseries et glaces.

- **les arômes** qui peuvent contenir des molécules (appelées « substances aromatisantes ») obtenues par synthèse chimique.

POSITION RÉGLEMENTAIRE

Le règlement (CE) n° 1334/2008 du Parlement et du Conseil du 16 décembre 2008 relatif aux arômes et à certains ingrédients alimentaires possédant des propriétés aromatisantes qui sont destinés à être utilisés dans et sur les denrées alimentaires définit précisément la législation des arômes en Europe.

Le règlement européen n° 1331/2008 fixe une procédure d'autorisation uniforme pour les additifs, enzymes et arômes alimentaires.

Plus d'informations sur le site du Syfab

