



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 :

Morgane Saillard

Comité de rédaction :

les membres du SYFAB

ISSN : 2272-0405

A PARAÎTRE DANS LE PROCHAIN NUMÉRO (FÉVRIER 2017)

- **Actualités** - La tendance du "sans" (sans gluten, sans pesticides, sans...)
- **Produit phare** - La pâte d'amande
- **Question-réponse** - Comment communiquer sur les atouts nutritionnels du pain ?
- **Zoom sur** - Les fourrages aux fruits



ACTUALITÉS

P2

Les dernières tendances du SIAL



PRODUIT PHARE

P3

Les pains festifs



QUESTION-RÉPONSE

P4

Quelles utilisations du malt en boulangerie ?



ZOOM SUR

P5

La farine de soja

BOULANGERIE / PÂTISSERIE / VIENNOISERIE

LES DERNIÈRES TENDANCES DU SIAL

Fin octobre 2016, le SIAL, Salon international de l'alimentation, a listé les comportements alimentaires et les innovations associées dans le monde, dénombrant quatre grands axes au sein desquels émergent des sous-tendances.



« La Fallue » vend de la nostalgie et valorise l'origine locale de ses ingrédients.

Pour la troisième année consécutive, le SIAL (Salon international de l'alimentation), qui s'est tenu fin octobre à Paris, a été l'occasion de présenter FOOD 360™. Cette étude menée par Kantar TNS a décrypté les comportements des consommateurs et leurs attentes en matière d'innovations alimentaires. Au final, quatre grands axes se dégagent, chacun étant porteur de tendances.

LES BASIQUES : PLAISIR, QUALITÉ GUSTATIVE ET VARIÉTÉ

En termes de comportement alimentaire, le plaisir reste clé : 77 % des consommateurs se font plaisir en consommant des produits alimentaires. La qualité gustative des produits s'affirme également comme un critère de choix important, ainsi que la variété (6 consommateurs sur 10 souhaitent découvrir de nouveaux produits). Ces trois basiques restent incontournables et constituent des sources d'innovation, avec des sous-tendances comme la nostalgie (exemple de la brioche « La Fallue » de Mamie Normandie, présentée comme « une délicieuse

recette artisanale originaire de Normandie »), le luxe, le retour en force de l'ingrédient, sans oublier les associations audacieuses.

MIEUX MANGER OU MANGER MIEUX !

Manger sain représente une attente fondamentale dans chacun des 14 pays* sondés par l'enquête, avec désormais un lien presque automatique entre l'alimentation et la santé. Mais une proportion croissante de consommateurs dans les pays étudiés (66 %, + 13 points par rapport à 2012) jugent probable le risque que les aliments nuisent à leur santé. D'où de fortes attentes pour des produits naturels (67 % les privilégient), simples ou peu transformés, dont l'origine est valorisée ou produits localement (42 % ont acheté en circuits courts au cours des 12 derniers mois).

Des sous-tendances en découlent : l'attrait pour les « super-aliments » naturellement bénéfiques comme les super fruits (açaï, goji...), les super légumes (chou kalé...), les super graines (chia, quinoa, épeautre...) ; la recherche de circuits courts (blé de moulins voisins, beurre régional...) ; et le courant du « raw food » (produits « bruts », peu transformés, comme un « raw choco » finlandais dont les fèves ne sont pas torréfiées).

ENVIRONNEMENT : OUI... MAIS

Dans la plupart des pays, les consommateurs se déclarent sensibilisés aux enjeux environnementaux appliqués au domaine alimentaire. Trois grandes tendances se dessinent : la réduction



Le « Biscuit connecté » avec un objectif santé

du gaspillage alimentaire (près de 85 % des consommateurs) sur laquelle surfent par exemple les confitures de la marque Re-Belle, confectionnées à partir d'inventus ; la réduction des emballages ou leur recyclage ; le plus grand respect du bien-être animal (77 %). Cependant, l'impact environnemental occupe paradoxalement la dernière place des critères d'achat des produits alimentaires (16 %).

L'ASSIETTE CONNECTÉE !

Aujourd'hui, l'alimentation n'est pas le domaine où le digital est le plus présent. Si en Asie et au Moyen-Orient les consommateurs sont déjà des adeptes, il reste encore beaucoup à faire dans les autres pays dont la France : 51 % des consommateurs se disent intéressés par des objets connectés dans la cuisine (30 % en France), 42 % par une imprimante 3D alimentaire (31 % en France). Cependant, les comportements et l'offre évoluent très vite, et les premières tendances se dessinent : utilisation des nouvelles technologies pour informer sur l'origine du produit, son utilisation (QR code renvoyant vers une vidéo de la recette), sa composition, etc. Ainsi, le « Biscuit connecté » du groupe Poult permet à l'utilisateur de flasher le logo apposé sur l'emballage via l'appli Ubleam, disponible sur App Store et Google Play : le gâteau apparaît alors en réalité augmentée avec des programmes dédiés à l'éducation thérapeutique ou la protection de l'environnement.

* France, Grande-Bretagne, Allemagne, Espagne, Russie, États-Unis, Chine, Asie du Sud-Est (Malaisie-Indonésie) et Moyen-Orient (Émirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Qatar, Oman, Bahreïn)

77 % des consommateurs se font plaisir en consommant des produits alimentaires.

PRODUIT PHARE

BOULANGERIE



Les fêtes sont l'occasion de proposer des pains originaux, tant dans leur forme que dans leur recette.

© Lesaffre

LES PAINS FESTIFS

Devenus incontournables face à un consommateur en perpétuelle quête de changements et de nouveautés, les pains festifs jouent sur la forme et la recette. Des déclinaisons infinies qui peuvent néanmoins rencontrer des problèmes de tenue nécessitant l'utilisation de correcteurs.

S'ils varient en forme, c'est surtout par leur recette que les pains festifs se démarquent.

Cœurs, étoiles, tresses en boulangerie ; canapés ronds ou carrés en pré-emballés : à l'approche de fêtes, et tout particulièrement en fin d'année, les pains festifs s'emparent des rayons des boulangeries et des linéaires des supermarchés, mettant en avant des formes porteuses de sens (cœurs à la Saint-Valentin), de praticité (canapés de diamètre plus ou moins grand permettant au consommateur de les utiliser en apéritif ou en entrée) ou d'originalité (canapés carrés).

RECETTES : ENTRE CLASSICISME ET ORIGINALITÉ

S'ils varient en forme, c'est surtout par leur recette que les pains festifs se démarquent, avec des déclinaisons infinies de goûts pour accompagner des plats, que ce soit en termes de céréales ou

d'inclusions (version classique au seigle ou surprenante aux algues pour accompagner le saumon), de couleurs (pain orange au paprika) ou de douceur (toasts en version briochée). Une tendance que l'on retrouve dans les boulangeries comme dans les supermarchés depuis plusieurs années : la Mie câline proposait en 2014 un pain de Noël reposant sur un savant mélange de farines de froment et de seigle, avec des graines de sésame, une touche de miel, des noisettes et épices ; au rayon des pains précuits, des recettes gourmandes alliant céréales et figues, ou seigle et citron ont été proposées au moment des fêtes. Les grandes marques de farine sont également entrées dans la danse : certaines proposent au consommateur, via leur site Internet, des recettes de pain de Noël, de « petits pains aux fruits secs et à l'anis », de

« pain aux abricots secs, thym et chèvre », etc.

Au moment des fêtes, le pain peut même se faire... surprise : il est alors garni d'autant de canapés que sa croûte veut bien en contenir. Des versions « à garnir » sont même proposées au consommateur à la recherche d'une version plus personnelle.

UN PROBLÈME DE TENUE

Revers de la médaille pour ces produits riches en marquants (fruits frais, fruits secs, etc.), ou comptant davantage de sucre ou de matière grasse (versions « briochées » destinées à servir avec le foie gras, etc.) : un risque d'affaiblir le réseau de gluten. Ainsi, pour compenser et obtenir un produit dont l'aspect et les inclusions sont homogènes, l'usage de correcteurs peut s'avérer nécessaire.

BOULANGERIE, VIENNOISERIE

QUELLES UTILISATIONS DU MALT EN BOULANGERIE ?

Alors que les produits enzymatiques du malt participent à la prise de volume et à la coloration des produits, les versions torrifiées – et donc non enzymatiques – des malts, farines de malt et extraits de malt concourent surtout à la prise de couleur et aux qualités organoleptiques.

A QUOI SERT LE MALTAGE ?

Le maltage du blé ou de l'orge permet d'obtenir des grains - ou une farine (après mouture) - riches en activités amylasiques et en sucres. En effet, la germination s'accompagne de la production d'enzymes, dont les alpha- et les bêta-amylases, capables de transformer l'amidon en sucres, qui seront utilisés par les levures au cours de la fermentation.

QUELLE DIFFÉRENCE ENTRE LE MALT, LA FARINE DE MALT ET LES EXTRAITS DE MALT ?

Le **malt** est le produit résultant de la germination contrôlée de grains de blé ou d'orge (visant à produire des activités enzymatiques), puis d'un séchage ménagé qui permet de stopper la germination et de stabiliser l'activité enzymatique du produit. Si le séchage est conduit de façon plus drastique (torréfaction), des produits aromatiques et colorés se développent mais l'opération induit une forte perte d'activité enzymatique.

La **farine de malt** est obtenue par broyage du malt. Comme lui, elle peut être torrifiée ou non, et donc posséder ou non une activité enzymatique.

Les **extraits de malt** sont obtenus après « infusion » à température douce de farine maltée : de la farine de malt est mélangée à de l'eau à température contrôlée (phase de saccharification) ; l'ensemble est filtré permettant de recueillir une solution de sucres, d'acides aminés

et de petites molécules (dont les enzymes, mais aussi des vitamines et minéraux) qui sera concentrée par évaporation jusqu'à obtention d'un sirop (l'extrait de malt) qui peut être séché.

QUELLE UTILISATION DU MALT ENZYMATIQUE EN PANIFICATION, VIENNOISERIE, BISCOTTERIE ?

Les alpha et bêta-amylases présentes dans le malt / la farine de malt / l'extrait de malt enzymatique fractionnent l'amidon en maltose, un sucre que la levure transformera en CO₂ et en alcool durant la fermentation. Le malt enzymatique augmente donc le volume des pains et permet l'assouplissement des pâtes.

Pendant la cuisson du pain, les alpha-amylases réduisent la viscosité de l'amidon au cours des premières minutes, favorisant l'obtention d'une mie moelleuse, moins sujette au rancissement. La température de cuisson s'élevant, l'activité de l'amylase augmente jusqu'à 65 °C. Au cours de cette phase, son action sur les amidons empesés entraîne un assouplissement de la pâte en facilitant le développement des pâtons sous l'effet du CO₂ qui augmente le volume. A noter : la sensibilité à la température des alpha-amylases du malt est moindre comparée à celle des amylases fongiques ; leur action s'avère donc plus longue, au fil de la montée en température. Mais ceci implique un dosage précis afin d'éviter les effets d'un excès d'activité amylasique, ou - dans

une moindre mesure - des protéases du malt, pouvant engendrer une mie collante.

Enfin, l'ensemble des sucres libérés sous l'action des amylases n'est pas consommé par la levure. Certains sucres participent, via la réaction de Maillard, à la coloration de la croûte, au cours de la cuisson des pains, de la viennoiserie, de la panification fine, de la pâtisserie et de la biscuiterie.

QUELLE UTILISATION DU MALT NON ENZYMATIQUE EN PANIFICATION, VIENNOISERIE, BISCOTTERIE ?

Les malts, farines de malt et extraits de malt non enzymatiques sont des produits aromatiques utilisés parfois pour leur apport en sucres réducteurs participant à la prise de couleur de la croûte durant la cuisson (réaction de Maillard) et surtout pour améliorer les propriétés organoleptiques des produits finis.

QUELLE RÉGLEMENTATION ?

Les malts, farines de malt et extraits de malt sont des composants de base, s'ils sont utilisés en tant que tels, pour permettre la fabrication de pains et de produits de la boulangerie fine.

Dans le cas des pains courants français et du pain de tradition française, seule la farine de blé maltée enzymatique est autorisée, à la dose maximale de 0,3 % (circulaire du 31/07/63 et décret pain du 13/09/93).

Plus
d'informations
sur le site du
Syfab, dans la
fiche dédiée.



BOULANGERIE-VIENNOISERIE-PÂTISSERIE

Le soja permet la fabrication d'une farine qui, comme les graines, est riche en protéines et en lipides.

LA FARINE DE SOJA

La farine de soja augmente l'activité fermentaire et améliore la force des pâtes... mais elle les décolore et en altère le goût.

Le soja est une plante originaire d'Asie dont les graines sont très riches en protéines (40 % environ) et en lipides (20 % environ). Elle permet la fabrication de deux familles de farines :

- les farines de soja entières,
 - les farines de soja déshuilées.
- Ces deux familles de farines peuvent être soit crues et enzymatiques, soit toastées et donc non enzymatiques.

DE LA COMPOSITION AU RÔLE DES FARINES DE SOJA

Les farines de soja :

- augmentent l'activité fermentaire des pâtes à pain du fait de la présence de sucres simples, facilement fermentescibles ;
- améliorent la force des pâtes ;
- mais les décolorent et en altèrent le goût sous l'action d'enzymes, comme les lipoxygénases. Ces dernières oxydent les acides gras libres (issus de l'hydrolyse des matières grasses) et conduit à la formation de peroxydes (R-O-O-R') et d'hydroperoxydes (R-OOH). Ceux-ci oxydent les pigments caroté-

noïdes ainsi que les protéines, ou évoluent eux-mêmes vers des composés aromatiques volatiles responsables du goût rance. Un apport de sel en début de pétrissage limite l'action des lipoxygénases (diminution des activités enzymatiques par augmentation de la force ionique de la pâte).

RÔLE DE LA FARINE DE SOJA ENTIÈRE CRUE ENZYMATIQUE

La farine de soja entière crue enzymatique (42 % de protéines, 26 % de glucides, 5 % de lipides, 3 % de cellulose, 3,5 à 5 % de matières minérales et présence de lipoxygénases) :

- améliore la machinabilité, c'est-à-dire l'aptitude de la pâte à supporter les opérations manuelles ou mécaniques de division, boulage, façonnage ;
- améliore la tolérance, c'est-à-dire l'aptitude de la pâte à supporter une variation de la durée de l'apprêt plus ou moins importante ;
- blanchit la mie par action des lipoxygénases sur les pigments

POSITION RÉGLEMENTAIRE

La farine de soja entière crue enzymatique est autorisée en France depuis le 12 septembre 1986 dans les farines panifiables à la dose maximale de 0,5 %.

L'emploi de la farine de soja est autorisé dans les mêmes conditions pour la fabrication du pain « de tradition française » (Décret Pain du 13/09/1993). La farine de soja déshuilée toastée non enzymatique est considérée comme un composant de base alimentaire et utilisée à la dose nécessaire pour effet.

contenus dans la farine de blé, proportionnellement à l'intensité du pétrissage ;

- régularise la fermentation ;
- et améliore le volume des pains en pétrissage intensifié.

RÔLE DE LA FARINE DE SOJA DÉSHUILÉE TOASTÉE NON ENZYMATIQUE

En biscuiterie, en pâtisserie et en produits de la boulangerie fine (pain de mie et autres pains préemballés), la farine de soja déshuilée toastée non enzymatique (55 % de protéines, 32 % de glucides, 2 % de lipides, 4 % de cellulose, 7 % de matières minérales) :

- améliore l'hydratation de la pâte ;
- améliore la présentation et le goût du produit ;
- et prolonge la durée de conservation par son action sur le rassissement.

Plus d'informations sur le site du Syfab, dans la fiche dédiée.

