



Les Tendances en Boulangerie Européenne



Hubert CHIRON



Tunis, le 21 novembre 2019

INRA : 17 centres répartis sur 21 sites

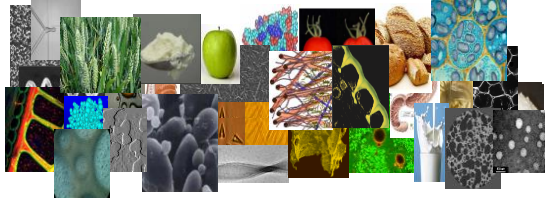


Le centre Angers – Nantes : 500 personnes 21 unités



bia

BIOPOLYMERES INTERACTIONS ASSEMBLAGES
Nantes
Unité de Recherche INRA 1268



- Créée en 2005
- 2 sites (Nantes et Rennes)
- 120 permanents : 70 sci. et Ing., 50 Tech.
90 non permanents (30 doctorants)
- 8 équipes + une plate-forme mutualisée avec gros équipements

 **INRA** Directeur : Marc ANTON
SCIENCE & IMPACT



MC2: Solides alvéolaires et composites à base d'amidon

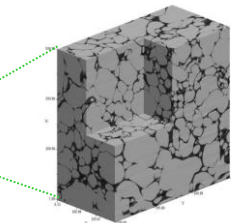
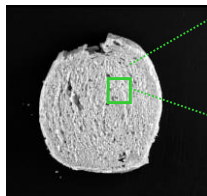
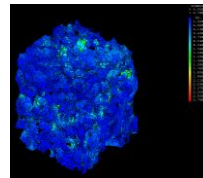


image 3D d'une mie de pain(6x9x9mm³)
réalisée par tomographie RX © ESRF-
Grenoble GPM2-INP.

Simulation numérique d'une mie
en compression



- Mécanismes de création de structures: alvéolation, changements d'état
- Prédiction des propriétés mécaniques du matériau en fonction de la structure

Mécanismes de
formation



Modélisation de la
microstructure



Comportement
mécanique ciblé.

Observer, Mesurer, Modéliser



Plan

- Peut-on parler d'influence européenne?
- Une nouvelle donne concernant les ingrédients usuels
- Des matières premières inédites
- Le secteur des produits d'addition en pleine mutation
- Maturité des technologies boulangères
- Attentes des consommateurs



En matière de boulangerie : l'influence européenne est majeure



- Multiples cultures boulangères & créativité
- Leaders internationaux ingrédientistes & équipementiers
- Creuset de tendances (filères vertueuses, bio, clean label, concepts de commercialisation)

Mais « Bouillonnement international » depuis le sursaut qualitatif des années 1980 puis la première coupe du monde de la Boulangerie (Paris 1994)



Tendances de fond

- De multiples substituts du pain (snacking)
- Consommation hors foyer en hausse
- Elargissement des gammes de pains (gain qualitatif)
- Standards internationaux challengés par les pains « locaux »
- Reformulation : Fibres/ baisse du sel/ sans.../ naturalité
- Vers des consommateurs-acteurs de la filière



Marché du sandwich très prospère



Chaîne axée naturalité



Une nouvelle donne concernant les ingrédients usuels

- Farines de blé classique désormais additionnée d'une composante non blé de plus en plus variée
- Discours nutritionnel durablement porteur sur les fibres végétales
- Levures spécifiques pour procédés
- Accélération de la pression « réduction du sel »
- Bannissement de plusieurs type de matières grasses
- Recherche de matières sucrantes alternatives



Levure dédiée à un process réfrigéré Source Lesaffre



Des matières premières inédites

- Engouement inédit dans la recherche d'ingrédients nouveaux inattendus, tendances
- Toute la palette des céréales & pseudos céréales
- Graines portées par un discours nutritionnel (Chia)
- Farines de légumineuses
- Plantes patrimoniales (andines, asiatiques)



Source Agrasys



Le secteur des produits d'addition en pleine mutation

- Grands distributeurs, consommateurs, influenceurs de médias) pressent les fabricants de réduire significativement le nombre d'additifs alimentaires
- Accélération du phénomène suite au succès des applications numériques qui alertent les consommateurs sur la présence d'additifs qualifiés de suspects
- Reformulations : Des avancées significatives (Clean label, Clear label)



Appli Y'a quoi dedans Système U



Application Yuka



Maturité des technologies boulangères

- Réduction des étapes unitaires et recherche d'aspects plus « rustiques »
- Nouvelles génération de machines dites « stress free » permettant de travailler des pâtes très hydratées et fermentées
- Large palette de procédés de fabrication (précuit - cru surgelé - pré-poussé, pousse directe au four)
- Vif intérêt pour les fermentations longues & l'emploi de diverses options de levains



Source : VMI système automatisé de fermentation étagée



Source Bridor

L'industrie boulangère en quête d'agilité

- Après une surenchère de « prix-coûtant et une course au gigantisme (forte concentration)
- Recherche de produits à meilleure marge
- Apparition de segments à haute valeur ajoutée
- Lignes automatiques polyvalentes pour pains premium
- Des viennoiseries industrielles « Bio »



Source : Rheon



Source Mecatherm

Attentes des consommateurs

INTEMPORELLES	EMERGENTES
<p>PRIX Fonction du pouvoir d'achat Facteur de 1 X 4 sur la baguette (Paris)</p>	<p>PLAISIR Goût, ultra-fraicheur, textures originales, ethniques, indulgence, différenciation, artisanal</p>
<p>SECURITE ALIMENTAIRE Évidence + traçabilité avec preuve Emballages avec capteur</p>	<p>NUTRITION / SANTE, bien être Infos nutritionnelles, naturalité, allégé, sans additifs, vegan, personnalisée</p>
<p>PRATICITE Précuits, Mini formats, DLUO, « Click &Go », automates, monétique</p>	<p>ETHIQUE Rétribution équitable producteur, local, alimentation durable, emballages recyclables, procédé ménageant, non gaspillage</p>

Quelques paradoxes : se déclare soucieux du local mais adepte de l'e-commerce, plusieurs configurations de consentement à payer



Pain brioché pour les seniors

- Le pain "G-Nutrition", fabriqué par le laboratoire français Cérélab, est un complément nutritionnel pour lutter contre la dénutrition
- Il vient d'être ajouté à la liste des produits remboursables par la Sécurité sociale.
- ce pain est hyper-énergétique, riche en protéines, en vitamines B12, B9 et B6, en calcium et en sélénium.
- ce pain permet de lutter contre la dénutrition et la fonte musculaire des personnes âgées et/ou des personnes dénutries du fait d'une maladie.



Tensions sur l'attractivité du métier et déficit des structures de formation

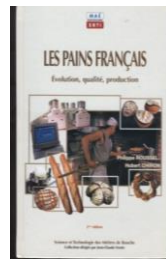
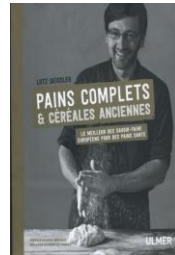
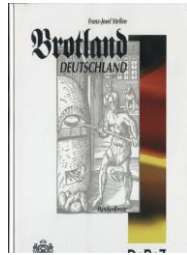
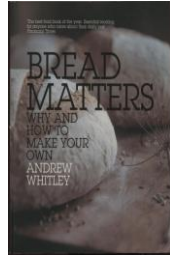
- Déficit préoccupant de personnel qualifié en boulangerie artisanale et industrielle
- Difficulté à fidéliser les employés
- Formations officielles pas forcément en adéquation avec les postes à pourvoir
- Mise en place de formations in situ avec des technologies d'e Learning



CONCLUSION

- Selon les pays : artisans bousculés par l'émergence de chaînes et dans d'autres pays image de l'industrie boulangère très attaquée
- Un produit ne se vend plus sans un discours marketing de plus en plus sophistiqués
- Segmentation du marché provoquée par la multiplication des signes de qualités et filières de production
- Les produits de panification sont portés par un discours très positif sur les bienfaits des fermentations longues
- Période de grande créativité avec apparition de nouveaux acteurs (chefs, fonds d'investissement)

Pour en savoir plus :



 **NEW**
11. 14 JANVIER 2020
PORTE DE VERSAILLES

EUROPAIN PARIS
ENTREPRENDRE EN 
BOULANGERIE PÂTISSERIE

