



CIFAP
Rapport d'activité 2017 | 2018



Sommaire

- 4 RENFORCER LA CONFIANCE
- 8 OBSERVER LA SOCIÉTÉ
- 10 COMMUNIQUER EN FAVEUR DU PAIN
- 13 SOUTENIR ET S'IMPLIQUER
- 15 LE CIFAP
L'OBSERVATOIRE DU PAIN, INITIATIVE GLUTEN, L'EPI



Avant-propos

Parmi les sujets qui suscitent des mouvements sociaux et forment des communautés d'intérêt, l'alimentation est encore aujourd'hui un thème très présent. En effet, compte tenu des niveaux moyens de revenus, il ne s'agit plus de satisfaire des besoins élémentaires pour se nourrir, mais de répondre à des préoccupations multiples. L'alimentation est au carrefour des questions de santé, d'environnement et cristallise les angoisses sur l'avenir de la planète.

Dans ce contexte, tous les professionnels, qui concourent à faire de l'alimentation un socle sûr et sain du mode de vie, doivent analyser en permanence les courants qui traversent la société pour les comprendre et engager les actions adéquates afin d'y répondre.

Au cœur de l'alimentation des Français, la consommation du pain focalise toutes les questions relatives à la recherche de naturalité, à la composition nutritionnelle, aux apports en fibres, à l'impact du gluten sur la digestibilité et sur l'occurrence de symptômes tels que l'hypersensibilité.

Dans ce contexte, le Cifap poursuit sa mission. Il approfondit et met à jour les connaissances dans les diverses disciplines scientifiques et techniques concernées et observe les comportements des consommateurs afin de mener les actions d'information et de communication propres à soutenir et à promouvoir la consommation des produits de panification.

Ce rapport d'activité illustre l'étendue et les spécificités de ses travaux.



Bernard Valluis

Président du Cifap (Centre d'information des farines et du pain)
Co-Président de l'Observatoire du pain



Renforcer la confiance

Donner confiance au consommateur en lui apportant des informations étayées et fiables sur les questions relatives à la farine et au pain, telle est l'une des missions prioritaires du Cifap. Pour ce faire, le Cifap s'appuie sur deux comités scientifiques, un dédié à la santé-nutrition et un autre spécialisé sur la problématique du gluten. Des experts accompagnent et orientent les actions menées en matière d'études, que ces études soient initiées par le Cifap lui-même ou qu'il en soit partenaire. Pour documenter son travail, suivre et anticiper les questions à traiter, le Cifap assure également une veille internationale.

↳ L'ACTION DU COMITÉ D'EXPERTS « SANTÉ-NUTRITION »

En 2017/2018, ce comité, composé du Pr Alain Périquet (toxicologue, expert à l'Anses, professeur à l'Université Paul Sabatier à Toulouse), du Dr Patrick Sérog (nutritionniste en médecine libérale et consultant dans une clinique d'enfants obèses) et du Dr Annie Lacuisse-Chabot (endocrinologue et nutritionniste libérale, médecin du sport), a pris une part active aux travaux signés « Observatoire du pain ». Le comité a notamment donné des avis sur l'actualité scientifique et contribué, par exemple, à la rédaction de textes d'information sur les qualités nutritionnelles du pain pour l'activité physique.

Par ailleurs, certains experts s'impliquent personnellement dans la diffusion d'information auprès du grand public. Ainsi, une série de courtes vidéos sur l'importance du plaisir en nutrition a été réalisée avec le Dr Lacuisse-Chabot. Elles sont disponibles sur la chaîne Youtube « NIAP, by Coucou le pain ».



« Légitimées par l'inscription dans la Constitution du principe de précaution en 2005, les peurs alimentaires sont, de nos jours, de plus en plus prégnantes dans l'esprit du consommateur français. Les produits de panification n'échappent pas à ce phénomène : le pain est notamment soumis aux questionnements sur la prise de poids, sur le gluten et sur les additifs. Malgré cela, comme le montrent les études, le pain bénéficie toujours d'un important capital confiance. C'est précisément ce capital que le Cifap s'emploie à consolider et à renforcer par le biais de la diffusion d'informations précises et objectives recueillies auprès d'experts scientifiques. »

Patrick Serog,
Médecin nutritionniste



↳ L'ACTION DU CIFAP SUR LE GLUTEN : INITIATIVE GLUTEN

En quelques années, le gluten est devenu un sujet de société. Sa consommation cristallise l'attention et les débats aussi bien dans le grand public, dans les médias, que chez les professionnels de santé. Lancée en 2015 par le Cifap, Initiative Gluten est née de la volonté d'explorer avec objectivité l'ensemble des thématiques associées au gluten.

Le sujet étant complexe, le champ d'intervention d'Initiative Gluten est très large. La démarche, fondée sur le recensement et l'analyse de l'information existante, ainsi que sur l'examen des comportements alimentaires, permet de répondre à de nombreuses questions. Initiative Gluten contribue ainsi à améliorer et à diffuser les connaissances sur le sujet dans différents domaines : la recherche, l'industrie, la santé.... En partenariat avec l'Association française des intolérants au gluten (AFDIAG), Initiative Gluten organise des échanges avec les publics concernés : consommateurs, scientifiques, professionnels de la filière céréalière...

“ Je considère qu'Initiative Gluten est une démarche à la fois utile et originale. La composition pluridisciplinaire de son comité scientifique permet, à la fois, d'effectuer une veille scientifique large, d'apporter des éclairages de natures diverses sur le gluten et de juger de la fiabilité des informations qui circulent. Pour moi, en tant que présidente de l'AFDIAG, cette vision élargie est importante, elle permet de voir au-delà de l'aspect strictement médical. Elle est également utile aux médecins de notre réseau qui sont notamment en quête de connaissances sur l'hypersensibilité au gluten ou sur les comportements alimentaires. Initiative Gluten contribue au corpus de connaissances dont les informations essentielles sont diffusées sur la plateforme en ligne. Pour les malades cœliaques, cette initiative est importante car ils sont parfois soupçonnés de répondre à un effet de mode ; à tort ! Il faut absolument distinguer l'effet de mode d'une stricte nécessité médicale. Initiative Gluten y contribue sans conteste, tout en ayant l'honnêteté de montrer les limites de sa connaissance. L'AFDIAG et Initiative Gluten ont des intérêts tout à fait convergents : nous sommes dans une démarche de co-construction. Le bilan de ces trois années de travail commun est vraiment positif.

Brigitte Jolivet,
Présidente, Association française
des intolérants au gluten (AFDIAG)

> Un comité d'experts spécialisé

Pierre angulaire du projet, ce comité d'experts permet au Cifap d'aborder le sujet du gluten sous différents aspects (végétal, agricole, médical, sociologique, économique...) et de se tenir informé des dernières avancées dans chaque domaine concerné. Cette année, après avoir clôturé son premier chantier d'investigation, le comité s'est notamment penché sur les questions suivantes :

- l'influence des évolutions variétales et culturelles du blé sur la teneur et les qualités du gluten de blé ;
- l'influence de l'évolution des procédés de panification, au cours du siècle dernier, sur les qualités et la digestibilité du gluten du blé ;
- les avancées, à l'échelle mondiale, de la recherche sur la maladie cœliaque et sur la sensibilité au gluten non-cœliaque (SGNC), appelée aussi hypersensibilité au gluten.



En plaçant un comité d'experts au cœur de son dispositif Initiative Gluten, le Cifap porte haut son exigence d'objectivité et de neutralité : une démarche plus que pertinente dans un contexte général de défiance vis-à-vis des acteurs du secteur privé. Initiative Gluten est aussi le résultat d'un souhait authentique de partage et de transparence qui a su convaincre et rassembler année après année. De par sa nature multidisciplinaire, ce comité crée une dynamique positive, fertile en échanges et partages d'expertises. Ainsi, au fur et à mesure de l'avancée des connaissances, de nouvelles questions émergent, de nouveaux chantiers voient le jour, prouvant toute la richesse et l'intérêt de l'action.

Diane Leroy,
Directrice conseil, agence Protéines



Le comité Initiative Gluten analyse et commente toutes les informations relatives au gluten en lien avec l'alimentation, que ces informations proviennent de publications scientifiques, de la presse ou même des réseaux sociaux. Notre objectif est de pouvoir délivrer une information avérée aux consommateurs. La composition pluridisciplinaire de ce comité permet de croiser les points de vue, d'aller au fond des problèmes, de dépasser les controverses, de rendre compte des éventuelles lacunes, ainsi que d'initier de nouvelles questions. Pour ma part, j'ai été animateur du groupe filière Céréales de l'INRA, à ce titre, je sais que l'approche pluridisciplinaire est riche d'enseignements et nécessaire. Je le constate, de nouveau, au sein du comité Initiative Gluten. En tant que technologue, j'apporte mes connaissances et mon expertise sur la façon dont les céréales sont transformées en vue de l'alimentation humaine. A titre d'exemple, nous avons mené une étude bibliographique visant à établir si la teneur en gluten des blés actuels était, ou non, supérieure à celle des blés du début du siècle dernier. Cette étude a montré que non. Nous échangeons aussi sur les programmes de recherche (en cours) de façon à actualiser en permanence les connaissances sur le gluten.

Joël Abecassis,
Ingénieur agronome spécialiste de la fonctionnalité de produits végétaux, auteur

> Des études ciblées : en 2017/2018, une étude sur la cartographie des recherches relatives à la sensibilité au gluten non-coélique (SGNC)

Certaines pathologies liées à la consommation de gluten, telles que la maladie coélique et l'allergie au gluten, sont de mieux en mieux documentées. En revanche, les causes et la réalité clinique de la SGNC restent encore mal connues. L'objectif de l'étude lancée par Initiative Gluten était de réaliser un état des lieux des équipes travaillant sur ce sujet et de dégager de grandes tendances de recherche, en se concentrant sur le blé.

Les résultats montrent qu'au niveau mondial, les 5 pays les plus contributeurs sont l'Italie, les Etats-Unis, le Royaume-Uni, la France et l'Espagne. Les universités de Sheffield (Royaume-Uni) et de Palerme (Italie) ressortent particulièrement par le nombre de publications. Des auteurs affiliés aux universités de Shimane (Japon), Bologne (Italie), aux hôpitaux universitaires de Sahlgrenska (Suède) et du Massachusetts (Etats-Unis), ainsi qu'à l'INRA de Nantes (France) comptent également parmi les principaux auteurs sur la SGNC.

Encore aujourd'hui, les travaux visent à mieux comprendre les mécanismes et les aspects cliniques de ce syndrome. Les équipes de recherche européennes et anglophones explorent des axes relativement similaires, avec, pour les premiers, un focus sur la génétique des blés.

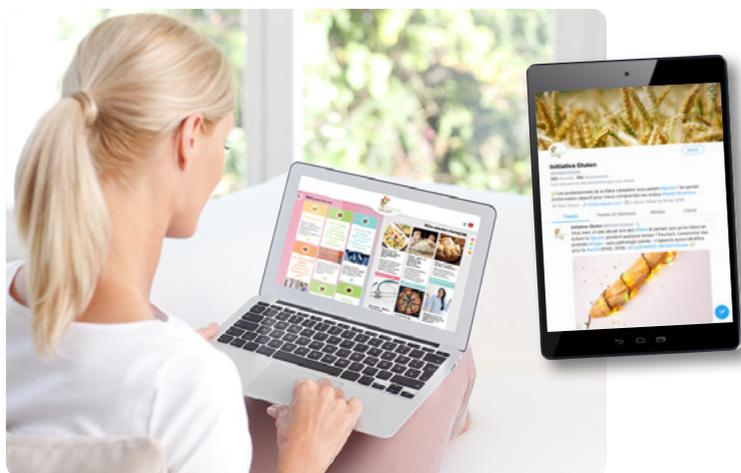


> Des canaux d'information diversifiés : une plateforme en ligne, une newsletter, un compte Twitter

Depuis sa création, Initiative Gluten s'emploie à transmettre la connaissance acquise aux côtés de ses différents partenaires. Aussi, une plateforme web accessible à tous a-t-elle été créée.

A travers cette plateforme, Initiative Gluten tente d'objectiver le débat autour du gluten et de combattre certaines idées reçues. En 2017-18, une quinzaine de nouveaux sujets ont fait l'objet d'articles mis en ligne. Par ailleurs, trois numéros de la newsletter ont été publiés afin d'informer des nouvelles connaissances acquises et de l'avancée des travaux d'Initiative Gluten.

Pour toucher une audience encore plus large, Initiative Gluten est présent sur Twitter depuis février 2016. Avec près de 300 abonnés, le compte fédère une communauté qualifiée. Initiative Gluten diffuse chaque semaine des informations sous forme d'infographies facilement partageables ou de quiz.



3 800 personnes en moyenne ont visité chaque mois la plateforme initiativegluten.com en 2017-2018

Chaque mois, en moyenne :

- 1 tweet @InitiativGluten est vu par plus de 10 000 personnes ;
- plus de 140 personnes se rendent sur @InitiativGluten pour trouver de l'information pertinente sur le gluten.

↳ ÉTUDE SUR LES FIBRES ALIMENTAIRES : PREMIER RÉSULTAT DE CÉRÉFIBRES

Le Cifap a été partenaire du projet Céréfibres dans le cadre des travaux conduits au sein du Pôle d'accessibilité des céréales et produits céréaliers. Ce projet, piloté par Intercéréales, cherchait à quantifier le niveau maximum d'enrichissement possible en fibres acceptable par le consommateur pour 4 produits céréaliers : la baguette (baguette de tradition française et baguette courante), la biscotte, le biscuit goûter fourré pour enfants, le biscuit de petit déjeuner.

Les premiers résultats de cette étude, conduite sur plusieurs mois, ont montré que la réponse dépendait à la fois du type de produit et du type de fibres ajoutées et qu'il était nécessaire d'étudier spécifiquement chaque combinaison produit/fibres. L'ensemble des travaux fera l'objet d'une conférence au 1^{er} semestre 2019.

↳ UNE VEILLE SCIENTIFIQUE, SANITAIRE ET MÉDIA, À L'ÉCHELLE MONDIALE

La veille réalisée par le Cifap couvre un large champ de sources d'informations : la littérature scientifique, la réglementation, les publications techniques et professionnelles d'instances de référence ou encore les médias *on line* et *off line*.

Si cette veille couvre principalement, selon l'actualité, des sujets sur la santé/nutrition et la qualité/sécurité, l'environnement, l'économie, les tendances de consommation et certains événements significatifs font aussi l'objet d'une surveillance particulière.

→ Sur la thématique « santé/nutrition »

Pour l'année 2017-2018, les sujets les plus traités ont été, d'une part, les pathologies liées à l'alimentation avec de nombreuses études et reprises médias sur les bénéfices des céréales complètes – notamment pour diminuer le risque de cancer colorectal –, d'autre part, le sel – toujours pointé du doigt. La question du gluten, avec la tendance du « sans gluten » est apparue moins importante que par le passé, alors qu'a émergé le sujet des régimes axés sur le végétal.

→ Sur la thématique « qualité/ sécurité »

L'acrylamide a été un sujet très présent en raison notamment d'une nouvelle réglementation sur sa présence dans l'alimentation. Les pesticides, avec la problématique des néonicotinoïdes, du glyphosate et des perturbateurs endocriniens, ont également occupé le devant de la scène.

→ Les autres thématiques importantes de l'année

La thématique « environnement », l'agriculture biologique, les questions de réchauffement climatique et de son impact sur les cultures agricoles ont fait l'objet de beaucoup d'attention dans la presse. Enfin, les Etats généraux de l'Alimentation et les plans de filières ont donné lieu à une importante couverture médiatique.

Observer la société

Le Cifap/Observatoire du pain ne pourrait faire progresser les connaissances sur le pain sans les études scientifiques, sociologiques et économiques qu'il conduit. Ce patrimoine « vivant » de connaissances exige un réexamen régulier afin que l'Observatoire reste la référence pour toutes informations sur le pain.

Après la conduite et la publication des résultats en 2016-2017 de l'enquête du Crédoc sur l'évolution des pratiques alimentaires et de la consommation de pain, l'année 2017-2018 a été marquée par le lancement d'un nouveau projet d'étude : « Le rôle du pain dans l'acquisition des repères alimentaires et sociaux chez les enfants en France ».

Il s'agit d'un thème à la fois :

- **sociétal** et, pour cette raison, de nature à être relayé par les médias et donc à garantir la diffusion des nouvelles connaissances acquises ;
- **affectif et émotionnel** puisqu'il touche les enfants.

L'Observatoire du pain a choisi de traiter ce sujet par une approche sociologique qui allie observations de terrain, mesures quantitatives et enquêtes auprès d'enfants et de pré-adolescents. L'étude est menée sous la direction scientifique de Claude Fischler, sociologue, directeur de recherche au CNRS et spécialiste de l'alimentation humaine. Outre les réponses qui seront apportées sur le rôle du pain dans l'acquisition des repères alimentaires et sociaux chez les enfants, l'étude permettra aussi de mieux comprendre le marché et de mieux appréhender les facteurs qui renforcent ou fragilisent le lien des consommateurs avec le pain.

Les résultats seront connus au printemps 2019 et portés à la connaissance du public via les médias traditionnels et les réseaux sociaux.



“ On constate, grâce aux différentes études – que ce soit l'étude anthropologique réalisée ces dernières années ou les enquêtes régulières du Crédoc –, que la consommation de pain varie selon les tranches d'âge, les moments de la journée, mais aussi selon la façon – collective ou individuelle – dont est pris le repas. Globalement, les jeunes consomment moins de pain que leurs aînés. Naturellement, nous nous interrogeons sur la consommation de demain. Il nous faut donc comprendre comment, aujourd'hui, les enfants s'approprient le pain dans le contexte familial, hors foyer... et comment évolue ce processus avec l'âge. C'est l'objet de l'étude lancée en 2018 par le Cifap et qui sera menée sur 18 mois. Cette analyse sociologique et ethnologique nous permettra d'identifier comment se construisent les repères alimentaires et quelle est la place du pain dans cette construction ; ceci afin d'identifier les leviers qui pourront faire valoir l'intérêt de cet aliment dans le mode de vie contemporain.

Pierre Mermet,
Directeur général, Festival des pains

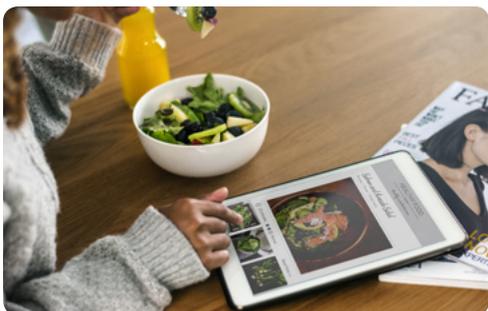
> Le Cifap vigilant sur les nouvelles tendances alimentaires

Si le Cifap initie des travaux visant à mieux connaître les évolutions sociétales qui influencent les comportements alimentaires, il s'enrichit aussi d'enquêtes et d'études qui lui permettent de renforcer son corpus de connaissances.

Parmi les travaux récents, le Cifap/Observatoire du pain s'est particulièrement intéressé à l'étude publiée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation sur les 16 tendances structurelles ou émergentes qui auront un impact probable sur l'évolution des conduites alimentaires et, de fait, sur la place du pain dans l'alimentation.

Trois tendances émergent fortement :

- **L'alimentation « santé et bien-être »** qui recouvre les démarches, adoptées par une partie des consommateurs, visant à préserver leur santé ou à améliorer leurs performances et leur apparence physique (recherche d'aliments sans allergène, quête d'une alimentation fonctionnelle – c'est-à-dire à base d'aliments enrichis à fonction nutritive ciblée – et engouement pour les possibilités liées aux avancées nutriginomiques).
- **Le digital au service de l'alimentation** qui se traduit par le développement de nouvelles pratiques d'achat visant la praticité et le gain de temps, la progression de l'alimentation connectée à partir de l'utilisation de données personnelles et, enfin, la multiplication des réseaux sociaux et des sites prescripteurs. Cette tendance est favorisée par la mobilité croissante des personnes, l'individualisation et la réduction du temps consacré à l'alimentation.



- **L'alimentation durable** qui est issue de mouvements sociétaux forts, qu'il s'agisse de la prise en compte de plus en plus forte de l'environnement ou des préoccupations des individus concernant leur santé ou concernant une rémunération plus juste des acteurs de la filière agricole. Dans ce contexte, sont plébiscités les produits respectueux de l'environnement, les aliments peu emballés – ou dont les emballages sont recyclables ou biodégradables –, une alimentation « plus naturelle » – moins carnée et intégrant plus de protéines végétales –, le développement du commerce équitable et local, ainsi que les nouvelles pratiques de consommation collaborative.

« Le pain est un produit toujours très apprécié, mais on l'oublie ! C'est le paradoxe que mettent en évidence les enquêtes consommateurs. En tant que professionnels de la filière – blé-farine-pain –, nous ne l'avons pas suffisamment valorisé, sûrs pendant longtemps que le pain était un aliment incontournable. Le Cifap/Observatoire du pain est né de la prise de conscience qu'il fallait défendre le pain. C'est ce qui est fait depuis plusieurs années maintenant. Le Cifap fédère la filière autour de notre produit fini et permet de communiquer sur le pain avec la force du collectif et une crédibilité acquise auprès des experts sur lesquels il s'appuie. Tous les acteurs de la filière ont besoin et bénéficient de cette communication globale menée à l'échelle nationale. Cette démarche collective permet une prise de parole cohérente de toute la filière et assure une forte crédibilité aux messages, maximisant ainsi leur impact pour la défense de ce beau produit qu'est le pain.

Olivier Deseine,
Directeur commercial, Moulins de Brasseuil

« Le monde a changé, la consommation est devenue aléatoire, l'univers de la distribution a changé également. Pour nous adapter en permanence, il nous faut désormais comprendre les raisons d'achat de pain, mais également celles du non-achat ; comprendre les besoins du consommateur en général mais aussi ceux du « shopper »... Bref, il nous faut constituer des panels solides pour nos métiers. Nous sommes trop démunis en termes de datas. Au-delà des études réalisées par telle ou telle marque, nous avons besoin de centraliser des données et des connaissances d'ensemble, à l'échelle nationale. C'est le rôle du Cifap que d'initier, de renforcer les études et les panels qui nous donneront accès à ces données, ainsi que de centraliser, traiter et diffuser les connaissances acquises auprès des professionnels. La structuration de ce type de connaissances est essentielle pour la filière. Ce rôle me semble aujourd'hui fondamental et il le sera plus encore dans les années à venir.

Philippe Cavagna,
Directeur exécutif, Banette

Communiquer en faveur du pain

A l'appui des données scientifiques, le Cifap/Observatoire du pain diffuse de l'information auprès de publics variés : décideurs, leaders d'opinion, jeunes générations et des consommateurs en général. Cette information traite des raisons de consommer du pain en termes de qualité mais aussi de valeurs. Elle traite également de la filière « pain » et de son engagement en faveur de la qualité et de la variété des produits. Elle fournit des arguments de nature à entretenir la confiance des consommateurs.

→ UNE COMMUNICATION DIGITALE FRÉQUENTE ET DIFFÉRENCIÉE

L'Observatoire du pain saisit toutes les occasions pour parler et faire parler du pain, via les principaux réseaux sociaux.

Chaque média social répond à des intentions spécifiques :

- **sur Facebook**, l'Observatoire du pain entretient un lien avec une communauté importante d'artisans boulangers ;
- **sur Twitter**, il diffuse des informations destinées aux journalistes et aux leaders d'opinion ;
- **sur YouTube**, la chaîne « NIAP by Coucou ! Le Pain », s'adresse aux jeunes générations à travers des contenus spécifiques.

L'année 2017-2018 a vu croître les communautés de ces différents réseaux. Cette progression s'est faite sans publicité, de façon « organique ».



Le pain joue un rôle fondamental dans notre identité culinaire. Il est un élément central de notre alimentation, un élément fondé sur le partage et l'accessibilité. Et puis, le pain c'est la fermentation et la fermentation c'est la vie !



Le cliché international du Français le plus souvent à se baguette sous le bras, comme l'accessoire dévot de celui qui ne veut pas réussir... mais on oublie que le pain est un génial objet de design. Aussi intelligent qu'une pomme, le pain peut porter des valeurs, transmettre un packaging nécessaire. La croûte est l'emballage de la mie, tout se mange et il ne reste rien ! Pas de boîte, pas de couvercle, pas de serviette, pas de déchets à part quelques miettes. Soyons fiers de la porter sous le bras !



Un boulanger de la région travaille un pain au curry remarquable. Un Comté de 14 ou 20 mois s'accordera à merveille avec les pointes épicées du pain, avec en prime, une belle longueur en bouche !

→ DES CONTENUS RICHES ET DIVERSIFIÉS

> Des formats courts : les focus

Les focus de l'Observatoire du pain sont des contenus en format court déclinés en 10 vignettes traitant de grandes thématiques liées au pain : sport, nutrition, consommation, etc. Ils s'appuient sur les résultats des études, sondages et enquêtes menés par l'Observatoire du pain et les valorisent grâce à un traitement didactique. En un coup d'œil, chaque vignette donne une information essentielle sur le pain.

Cette année, les focus produits ont contribué à combattre des idées reçues sur le pain, à valoriser le savoir-faire boulanger et à faire mieux connaître aux Français les pains de leurs régions...

- *Le pain et les Français... au régime !*
- *Comment fait-on le pain ?*
- *Les Français et leur pain en 10 points-clés*
- *La composition nutritionnelle des pains français*
- *Une filière au service du pain*
- *Le Tour de France en 10 pains*



NIAP

by COUCOU ! LE PAIN

> De nouvelles vidéos sur NIAP

La vidéo est le moyen privilégié pour toucher les publics jeunes. Plusieurs productions ont été mises en ligne

Les fans du pain ont pu découvrir sur NIAP :

- *Et vous, comment aimez-vous le pain au petit-déjeuner ?*, une vidéo réalisée afin de valoriser l'étude sociologique conduite avec le cabinet Occurrence sur la place du pain dans le petit-déjeuner des Français ;



- *Bread's not dead – La revanche du pain jeté*, une parodie des meilleurs films d'horreur qui incite à agir contre le gaspillage alimentaire.



- Une série d'interviews avec le Dr Annie Lacuisse-Chabot, médecin endocrinologue, diabétologue et nutritionniste, qui rappelle que le pain est un allié quotidien de l'équilibre alimentaire. Le message est clair : pourquoi se priver d'un aliment si bénéfique y compris, et surtout, lorsque l'on a décidé d'être attentif à son équilibre alimentaire ?

Ces films, aux tons différents les uns des autres – les uns sont informatifs, les autres plutôt loufoques – répondent à la vocation de cette chaîne créée par l'Observatoire du pain voici près de 4 ans. Sa finalité est de renforcer la « présence à l'esprit » du pain auprès des jeunes adultes, à travers des contenus didactiques et souvent distrayants produits dans les codes de cette génération.

→ NIAP, c'est quoi ?

« NIAP by Coucou ! Le pain » permet de s'informer, sous de très nombreux angles, sur cet aliment au cœur de l'alimentation des Français. À travers des sketches, des mini-fictions, des « tutos » ou encore des interviews, on s'informe sur le fonctionnement d'une filière, sur les métiers qui la composent et sur les différentes manières de consommer le pain aujourd'hui. Si certaines séquences, comme « Va chercher le pain ! » de Jimmy Labeau, comptabilisent près d'un million de vues, d'autres productions plus « didactiques » rencontrent aussi leur public. En termes de nombre de vues, toutes sont en progression.

Début 2018, le cap des 3 millions de vues a été franchi, avec une moyenne de 3 000 vues/jour.

“ On a longtemps considéré le pain comme un produit indétrônable. Pourtant, sa consommation a fortement baissé au cours des dernières décennies. Les jeunes en mangent beaucoup moins que leurs aînés et les jeunes parents n'en donnent pas toujours à leurs enfants. Il s'avère nécessaire de renouveler l'image du pain, d'en faire un produit actuel. Pour cela, les réseaux sociaux sont des canaux de communication sur lesquels nous devons parler du pain. Ceci permet de toucher un maximum de personnes, tout en segmentant les messages en fonction des publics : jeunes, grand public, leaders d'opinion... Grâce à Twitter, Facebook, YouTube nous contribuons à renforcer le lien affectif, sensible des consommateurs envers le pain en jouant sur les émotions, les récits, la production d'informations inédites. Bien sûr, il est difficile de mesurer l'impact réel de ce type de communication, mais ce qui est certain c'est que les réseaux sociaux assurent au pain une visibilité de nature à redonner une jeunesse à cet aliment ancestral.

Vincent Fouché,
Directeur général des Moulins Fouché

> Des interviews documentées relayées sur le site Internet

Les interviews réalisées dans le cadre du magazine de l'Observatoire du pain permettent de recueillir des informations et connaissances de première main sur l'alimentation, la consommation, les tendances de société, la production de farine, la fabrication du pain auprès de scientifiques, d'experts et de professionnels de la filière. Ces contenus, richement documentés, sont également publiés sur le site Internet de l'Observatoire du pain.





> Deux numéros du magazine de l'Observatoire du pain

Dans l'année, deux magazines de l'Observatoire du pain ont été publiés. Médecins, anthropologues, sociologues, agriculteurs, meuniers, boulangers, spécialistes de la consommation ont contribué à la richesse des contenus en accordant des interviews détaillées à l'équipe de rédaction. Les pratiques alimentaires, les tendances de consommation, les secrets de fabrication de la farine, le travail en filière, la nutrition à travers les époques sont parmi les sujets abordés dans les numéros parus cette année.

→ Extrait

A propos de la place du pain dans le contexte émergent d'une alimentation plus végétale, extrait de l'interview d'Eric Birlouez, ingénieur agronome, sociologue et auteur.

Dans l'opinion, le pain n'est pas spontanément associé au végétal. Cependant, la tendance du végétal lui sera favorable si le pain répond aux attentes des consommateurs. C'est déjà le cas en ce qui concerne le goût, via notamment la segmentation de l'offre et la recherche d'authenticité avec, par exemple, le pain de tradition française, le « retour » du levain,... Le pain doit aussi répondre au besoin des consommateurs de savoir ce qu'ils mangent. Les labels, les démarches de qualité et de traçabilité, sont sur ce point des éléments d'information et de réassurance. De façon plus globale, les boulangers doivent « faire-savoir ». Par exemple, les boulangeries doivent mettre plus en évidence les atouts des circuits courts dont elles relèvent. On ne le sait pas toujours, mais le pain est le plus souvent fabriqué avec des farines issues de blés cultivés à quelques kilomètres de la boulangerie.



« Mieux faire connaître le pain, c'est indirectement combattre les idées reçues et rétablir certaines vérités. Le Cifap, le fait de différentes façons et auprès de différents publics : campagnes médias, interviews de personnalités, événements, présence sur les réseaux sociaux (Twitter, Youtube, site Internet...). Les thématiques sont diverses : le pain bien sûr, qui est le produit fini, mais aussi les étapes en amont, du champ de blé, au travail de la pâte en boulangerie, en passant par le moulin. De cette façon, à travers le pain, c'est une information beaucoup plus large sur l'ensemble de la filière qui est diffusée. J'ai en tête trois exemples d'opérations récentes qui portaient, de façon spécifique, sur la filière : une vidéo tournée par un blogueur dans un moulin, une maquette dynamique de moulin présentée au dernier salon de l'agriculture ainsi qu'un article sur le jeu des différents acteurs de la filière blé paru dans le magazine de l'Observatoire du pain. Aujourd'hui le faire-savoir est essentiel pour notre filière « blé-farine-pain ».

Anne Hervieu-Collaye,
Responsable marketing, Axiane Meunerie

« Rarement le besoin d'informations précises et fiables sur le pain ne s'est autant fait ressentir. Chaque jour, on écrit ou on parle du pain dans les médias : nutrition, plaisir, consommation, santé, qualité, marché... créant ainsi des débats. L'Observatoire du pain peut aider chacun à se faire un avis éclairé. Il dispose d'un patrimoine exceptionnel d'études sociologiques et scientifiques. Ces données, parfois complexes, doivent être simplifiées – sans être dénaturées – et portées à la connaissance des différents publics via leurs canaux d'information de prédilection. C'est une partie de la mission quotidienne confiée à Opinion Valley. Ainsi, l'Observatoire du pain est présent sur Twitter pour les leaders d'opinion, sur Facebook et YouTube pour les publics plus jeunes, sur Internet et auprès des médias, le tout dans la durée et avec persévérance car, comme chacun sait, la répétition est la base de la pédagogie !

Vincent Manesse,
Directeur, agence Opinion Valley

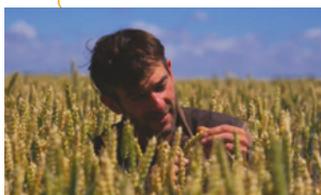
Soutenir et s'impliquer

> Le Cifap, toujours partenaire de Passion Céréales au Salon International de l'Agriculture (SIA)

Cette année, nombreux ont été les visiteurs à découvrir le fonctionnement d'un moulin grâce à une maquette animée de grande dimension présentée, pour la première fois, au salon l'agriculture. A toute heure, les visiteurs ont également pu assister à la fabrication de baguettes de tradition française et de pains du monde grâce au « fournil des céréales ». Blé tendre, blé dur, orge, maïs, riz et autres cultures étaient présentées dans ce vaste espace de 900 m² dédié au végétal. De nombreux échanges ont eu lieu entre le public, les boulangers, les meuniers et les agriculteurs. Des lieux, plus confidentiels, ont aussi permis d'accueillir les personnalités officielles, au premier rang desquelles Emmanuel Macron, Edouard Philippe, Bruno Lemaire, Stéphane Travert, Cédric Vilani, l'ambassadrice des Etats-Unis, Daphné Burki...



> EPI (Espace pain information) : des informations actualisées sur le pain et la filière



L'EPI possède deux sites Internet, un à destination du grand public – www.espace-pain-info.com – et un autre à destination des enfants – www.copain.fr –. Leur objectif est de mieux faire connaître la filière.



En 2017-2018, ces sites ont été enrichis et optimisés avec des actualités, des jeux et diverses animations dont un puzzle fonctionnant sur ordinateur, tablette et téléphone. Afin d'accroître encore son fond documentaire et d'accentuer la communication par l'image, l'EPI a réalisé, en partenariat avec Passion Céréales, des films « portraits » sur les métiers de céréalier, meunier et boulanger. 7 films sont nés de ces belles rencontres, 7 portraits cinématographiques de professionnels de cette filière portent un regard authentique sur ces hommes et femmes de l'ombre.



Ces films sont diffusés sur l'ensemble des supports et sites des partenaires concernés (EPI, co-pain, chaîne YouTube, Passion Céréales, Observatoire du pain, réseaux sociaux,...).

« Toutes les formes de communication via Internet, que ce soit les sites et les différents réseaux sociaux, sont incontournables en tant que première source d'information pour le grand public. C'est pourquoi, il est essentiel pour l'EPI de renforcer ce type d'actions. D'ailleurs, au cours de cette année, la majorité des actions menées l'ont été au travers des sites Internet www.espace-pain.info et www.co-pains.fr. Au-delà, de l'actualisation, des optimisations techniques, du référencement, nous avons développé de nouveaux contenus dont des nouvelles vidéos sur les hommes de la filière « blé, farine, pain », au travers de témoignages de céréaliers, de meuniers et de boulangers.

Visionnez ces vidéos, elles vous donneront envie de manger du pain !

Jean-Marie Jaudon,
Directeur conseil, agence Equitable

> Fête du pain : Baguette en scène

La 23^e édition de la Fête du Pain s'est déroulée cette année sur le thème « Baguettes en scène ! », l'occasion de rappeler au grand public que la baguette est un produit de qualité à forte valeur ajoutée.

Au total, 6 communiqués de presse et un dossier de presse ont été adressés aux journalistes. Une conférence de presse, ainsi qu'un événement de lancement ont été organisés.

Le bilan des retombées médias de la Fête du Pain et du Concours national de la meilleure baguette de tradition française 2018 est très positif avec un total de 1 255 retombées (contre 372 en 2017) : 30 passages à la télévision, 105 passages à la radio, 750 articles de presse et 370 articles Internet.

> Le Congrès national de la boulangerie

« Univers Boulangerie » a fait peau neuve en 2018, pour devenir désormais « le Congrès national de la Boulangerie Pâtisserie Française ». Cette édition, qui s'est déroulée au Palais des Congrès de la Porte Maillot à Paris les 23 et 24 septembre, avait pour thème « Valorisons notre savoir-faire ».



CIFAP

L'OBSERVATOIRE DU PAIN, INITIATIVE GLUTEN, L'EPI

LE CIFAP (Centre d'information des farines et du pain) est une association Loi 1901 dont l'objet social est la promotion du pain et de l'aval de la filière « blé, farine, pain ».

Le Cifap est financé, sur la base d'un programme d'actions, par une dotation budgétaire provenant de la CVO (cotisation volontaire obligatoire) prélevée par Intercéréales, appliquée aux farines et aux céréales. Le Cifap est copropriétaire avec la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française (CNBPF) des marques « Observatoire du pain », « Espace pain information » et « Le pain ».



CONTACT CIFAP :

Valérie Mousquès-Cami
Secrétaire générale
Tél. : 01 43 59 45 12
v.mousquescami@glaboetie.org

L'OBSERVATOIRE DU PAIN

La marque Observatoire du pain est créée en 2006 par le Cifap et la CNBPF (Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française) comme signature des actions en faveur de la promotion du pain et, plus spécifiquement, dans le domaine de l'alimentation et de la nutrition.

Ses missions s'articulent autour de trois axes :

- le recensement et l'analyse des informations scientifiques disponibles sur le pain ;
- la participation à des travaux et études scientifiques pour répondre aux nouveaux enjeux alimentaires ;
- l'information et la sensibilisation sur le pain et l'alimentation.

INITIATIVE GLUTEN

Initiative Gluten, créée par le Cifap en 2015, est la signature des actions visant à informer et développer les connaissances sur le gluten.

Les travaux d'Initiative Gluten sont consultables sur le site www.initiativegluten.fr

L'EPI – ESPACE PAIN INFORMATION

La marque EPI (Espace pain information) est créée en 1992 par le Cifap et la CNBPF. L'EPI, centre de documentation et d'information, a pour vocation d'informer le grand public, les journalistes et les enseignants sur tous les aspects de la filière « blé, farine, pain ».

~~~~~

# CIFAP

CENTRE D'INFORMATION DES FARINES ET DU PAIN

~~~~~

www.observatoiredupain.fr

www.initiativegluten.com

www.espace-pain-info.com