

Dominique Anract, Président de la Confédération nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française : « Les consommateurs font de plus en plus attention à leur santé et sont assez sensibles à la quantité de sel contenue dans le pain. »

infos@tension
La Lettre d'information de la FRHTA
novembre 2021



Dominique Anract
Président de la Confédération nationale de la Boulangerie Pâtisserie Française



L'INVITÉ : Dominique Anract

Président de la Confédération nationale de la Boulangerie Pâtisserie Française



Les quantités de sel ont été réduites selon les recommandations, quelles ont été les conséquences sur la qualité du pain ?

SI l'Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments (AFSSA) avait émis en 2002 un avis pour baisser les teneurs en sel des pains de 25% sur 5 ans. Puis, le deuxième Programme National Nutrition Santé (PNNS) a fait des recommandations en 2006 pour réduire la teneur en sel du pain afin qu'elle soit au plus de 18g/kg de farine. Cette diminution permettait de ramener l'apport en sel quotidien de 9 à 5 g par jour et par personne.

Il a fallu un peu de temps pour faire appliquer ces recommandations car la profession est atomisée : il y a 33 000 boulangers et il a été compliqué de joindre tout le monde. De plus, certains boulangers ne souhaitent pas changer leur recette, ou les clients leur reprochaient un manque de goût. Nous avons donc réalisé une campagne d'information, utilisé les réseaux sociaux qui en étaient à leurs débuts, communiqué lors de réunions, de foires, d'expos, de fêtes du pain et de concours (où l'on a imposé 18g de sel/kg de farine dans la baguette), ainsi que dans les écoles: quand les apprentis sont formés à 18 g, ils le respectent ensuite toute leur vie.

En 2017, nous étions encore à 19 ou 20 g en moyenne. On a relancé à nouveau une campagne sur le sel à l'issue de laquelle une centaine de boulangeries a été testée au hasard pendant un an. Si l'on est encore au-dessus de 18 g, alors il y aura vraisemblablement une loi applicable à tous les professionnels.

Du côté des clients, on sait qu'ils font de plus en plus attention à leur santé et leur palais se «dessale», ils ont mis en place une sorte d'autorégulation et sont assez sensibles à la quantité de sel.

D'ailleurs, le nouveau PNNS recommande que l'on passe de 18 g à 16 g dans 3 ans. Or, dans le pain, le sel est capital: pour le goût, la coloration, la fermentation... on ne peut pas le supprimer !

Pour descendre à 17-16 g, il faut compenser avec des levains ou autres pour relever le goût mais tout le monde n'est pas capable de le faire, ni ne souhaite mettre du levain dans sa baguette qui donne un goût un peu acide, ce qui ne plaît pas à tout le monde. Les consommateurs sont habitués au goût du pain relevé avec un peu de sel, qui a aussi un impact sur la coloration et l'aspect. Mais nous avons aussi le devoir d'informer et d'expliquer au client qu'on agit pour sa santé en recherchant un produit sain. On peut même l'éduquer petit à petit : par exemple, en descendant d'1 g tous les 6 mois.

Lorsque nous aurons réduits le sel de tous les pains à 18g/kg de farine, on aura déjà gagné une bataille. La prochaine étape sera de

descendre à 17g. Nous savons d'ailleurs que la baguette de «tradition» est beaucoup plus hydratée que la baguette normale, ce qui permet d'avoir moins de sel dedans. On est plutôt à 17g, donc pas loin de la perfection pour la santé. De plus, des tests réalisés par le Laboratoire d'Essais des Matières et Produits Alimentaires (LEMPA) ont démontré que dans une baguette bien cuite, le sel s'évapore et part avec l'humidité, elle est donc encore moins salée !

Vous avez lancé une grande action de prévention de l'HTA auprès du personnel des entreprises des boulangeries pâtisseries, quel souvenir gardez-vous de votre collaboration avec la FRHTA ?

Ces actions de prévention me tiennent particulièrement à cœur car elles sont très importantes.

Les boulangers et les salariés sont des gens qui travaillent de nuit, ou le dimanche, ils ont peu de temps à consacrer à leur santé. Ils peuvent le faire le dimanche après-midi ou pendant une demi-heure après avoir mis une fournée au four... ce n'est pas durant ces moments qu'ils peuvent aller voir un médecin.

Cette campagne, dont la mise en place a été décidée par les partenaires sociaux de la profession, appelée Brioch-Diab, menée avec la Fondation de Recherche sur l'Hypertension artérielle (FRHTA), la Fondation de l'AP-HP, Medialane et avec le soutien d'AG2R LA MONDIALE, a été lancée grâce aux réseaux sociaux et grâce au numérique. Les artisans boulangers pâtisseries ont pu échanger, entrer en contact avec des professionnels de la santé, on leur a envoyé une tablette et un tensiomètre. C'est formidable: le personnel des boulangeries pâtisseries a enfin la possibilité de prendre soin de sa santé au moment où il le peut!

Par ailleurs, il y a un suivi : plus de 120 000 personnes travaillent en boulangerie artisanale plus les exploitants et on a réussi avec la FRHTA à intéresser les gens à leur santé. Non seulement, on dépiste une hypertension artérielle mais en plus on leur apporte des solutions, avec tous les services d'information.

D'ailleurs cette action a été extrêmement bien perçue: ils sont contactés individuellement, avec des échanges, un coup de fil avec une infirmière ou des professionnels de santé, qui leur expliquent, qui prennent le temps de s'occuper d'eux. Il faudrait que celles et ceux qui ne se sont pas encore connecté(e)s le fassent parce que c'est une grande chance dans notre métier!

Pour en savoir plus sur la campagne Brioch-Diab