

DécliQ

La lettre des Métiers de Bouche en Limousin

n°27 - Novembre 2011

Actualités

Lancement du site internet !
de l'Artisanat des Métiers de Bouche en Limousin

metiersdebouchelimousin.fr

À cette occasion, DécliQ prend les couleurs du site !
Découvrez tous les services disponibles en page 6.



Au sommaire...

- **DOSSIER TECHNIQUE**
Conditionnement sous vide ou sous atmosphère modifiée
- **Les dernières innovations...**
- **Impact environnemental de la fabrication de vos produits alimentaires**
- **Le label EPV désormais ouvert aux entreprises alimentaires**
- **Les produits locaux sont de nouveau « tendance » !**
- **Lancement du site internet**



Votre contact : Cyrielle FARGES
Tél. : 05 55 79 45 02
Courriel : c.farges@crma-limousin.fr

Directeur de la publication :
Gilbert REBEYROLE

Responsables de la rédaction :
Claude BARRIERE - Cyrielle FARGES

Un document de la **CHAMBRE REGIONALE DE METIERS ET DE L'ARTISANAT DU LIMOUSIN**
14 rue de Belfort CS 71300 87060 Limoges Cedex
Tél. : 05 55 79 45 02 - Fax : 05 55 79 30 29
Courriel : contact@crma-limousin.fr
Web : www.crma-limousin.fr
www.metiersdebouchelimousin.fr



Chambres de Métiers et de l'Artisanat

Région Limousin

DOSSIER TECHNIQUE

Conditionnement sous vide ou sous atmosphère modifiée

L'influence des gaz sur la conservation des aliments

Les gaz présents dans l'air atmosphérique entourant l'aliment influent sur sa conservation. L'azote est considéré comme un gaz inerte qui n'influence pas directement la conservation des aliments.

L'oxygène, par contre, produit plusieurs effets : il stimule la croissance des bactéries aérobies (qui ont besoin d'oxygène pour leur développement) et favorise l'altération microbienne de l'aliment ; il permet aussi les réactions d'oxydation responsables des altérations de saveur des aliments (rancissement des graisses).

Le CO₂, à des concentrations élevées, supérieures à 10%, produit un effet bactériostatique en empêchant la multiplication de certains germes. Il peut donc s'avérer intéressant de modifier l'environnement gazeux afin de réduire les effets « néfastes » et/ou d'augmenter les effets « favorables » des gaz.

Qu'est ce que le conditionnement sous vide ou sous atmosphère modifiée ?

Le **conditionnement sous vide** consiste à mettre un aliment dans un sac ou une barquette plastifiée et à enlever l'air qu'il contient tout en le scellant durablement. Il réalise l'élimination totale de l'air se trouvant entre la denrée et le conditionnement.

Le **conditionnement sous atmosphère modifiée** consiste à emballer les aliments dans un sac ou une barquette plastifiée avec un gaz ou un mélange de gaz présentant certaines propriétés protectrices et réactives. Contrairement au conditionnement sous vide, le coussin de gaz évite d'écraser les produits fragiles ou de rendre difficile la séparation de produits tranchés.

Ces deux techniques permettent, si elles sont réalisées dans de bonnes conditions de :

- maintenir la qualité des produits
- améliorer la conservation en diminuant la recontamination des produits
- rationaliser le travail

Le procédé **ne supprime en aucun cas la contamination initiale de la denrée** ; il importe donc que la qualité microbiologique de la denrée au moment de son conditionnement soit pleinement satisfaisante. En effet, l'absence d'air ralentit la multiplication de certains germes mais cela peut favoriser le développement d'autres germes dont celui du botulisme. Le risque est amplifié si le

conditionnement est mal conduit et le stockage réalisé d'une manière défectueuse. Il est indispensable d'associer le sous vide à un maintien au froid rigoureux (0-4°C).

C'est pourquoi cette technique, qui représente un risque indéniable, doit être réalisée dans des conditions d'hygiène rigoureuses et réservée à des professionnels la maîtrisant parfaitement.

Il est ainsi indispensable de suivre une formation spécialisée pour le conditionnement sous vide.

Éléments à maîtriser pour assurer un conditionnement dans les règles :

• Cette opération doit être réalisée dans de **bonnes conditions d'hygiène** : à l'abri des courants d'air et des sources de contamination (éloigner des fenêtres ouvertes, des portes, des poubelles...), **à l'écart des sources de chaleur et d'humidité, dans un local ou un emplacement spécifique** suffisamment éloigné des plans de travail. S'il n'y a pas de zone spécifique, réaliser l'opération en dehors des périodes de forte activité, susceptibles de contaminer ou de réchauffer l'atmosphère.

• L'opération doit être effectuée dans un **local facile à nettoyer et désinfecter** et parfaitement entretenu (désinfecter régulièrement le matériel de conditionnement sous vide). **L'hygiène du personnel** doit être irréprochable.

• Le produit conditionné doit être de **bonne qualité et de première fraîcheur**.

• Les sacs doivent être stockés à l'abri des contaminations (armoire, tiroir...) et être adaptés aux produits à conditionner (films imperméables au gaz).

• Il faut vérifier que le conditionnement adhère bien au produit, l'état des soudures, l'absence de cheminées... Sinon il est nécessaire de recommencer immédiatement l'opération.

• Après conditionnement, le produit doit être **placé immédiatement à une température comprise entre 0°C et 4°C et étiqueté** (nature du produit, date de fabrication). Dans le cas d'un produit destiné à être remis au consommateur ou à un intermédiaire, **la date limite de consommation** (DLC) doit être indiquée, assortie de la **température de conservation** recommandée. Il faut respecter les conditions réglementaires d'étiquetage.

Dans le cas d'un produit cuit, il faut impérativement assurer un **refroidissement rapide après la cuisson**. Après refroidissement, il faut assurer le conditionnement le plus rapidement possible ou stocker la denrée protégée au froid positif ($\leq 4^\circ\text{C}$) et la conditionner dans les 24h suivant la fabrication.



La durée de vie du produit dépend donc de plusieurs facteurs : la qualité initiale du produit, la maîtrise de la technique (hygiène des manipulations, température de stockage...) et des performances du matériel (puissance machine, qualité des sacs...).

Une fois le conditionnement ouvert, il faut utiliser le produit dans les plus brefs délais (dans les 24h pour les produits sensibles et dans les 3 jours pour les produits tels que les produits fumés, salés...). La gestion des stocks est importante, il faut respecter la règle du « premier entré, premier sorti » et ne pas reconditionner un produit déconditionné. Pour cela, il est nécessaire d'adapter la taille du conditionnement aux besoins.

Remarque : Le conditionnement sous vide de poissons en vue de leur conservation est à proscrire.



Les dernières innovations...

Les nouveaux produits de l'agro-alimentaire et des artisans, vus pour vous dans les revues professionnelles :

• **La Cigale, nouveau pain qui respecte les recommandations de réduction de sel et riche en fibres** mis au point par le Groupe des Boulangers du Vaucluse, est en vente dans 30 boulangeries du Vaucluse.

Les Nouvelles de la Boulangerie Pâtisserie n°808 - 15/07/11



• **Foie gras à faire soi-même.** Les industriels du foie gras surfent sur la vague du « faire soi-même » : Labeyrie propose un pack terrine foie gras et mélange d'épices (il ne reste plus qu'à malaxer et faire cuire en respectant les consignes de cuisson). Montfort propose « mon foie gras facile » (barquette de 550g) et Delpeyrat, un foie gras éveiné de 400g, un indicateur de cuisson et une terrine.

• **Camembert bio.** La PME familiale Bons Mayennais & Vaubernier lance sa première référence bio avec son premier camembert bio

fabriqué au lait entier en GMS : le **p'tit bio** et met en avant la production locale, le lait étant collecté à 40 km autour de la fromagerie. Toujours dans le souci de démocratiser le bio au plus grand nombre, le groupe opère un positionnement prix accessible. **PVI 1,99 € les 150 g.** Lsa.fr - 08/09/11

• **Nestlé lance le carré de chocolat en forme de coussin.** Ce changement touchera toute la gamme des tablettes fourrées dès la rentrée, soit les cinq références existantes, plus la nouveauté composée d'un fondant noisette gianduja, mélange de pâte de cacao et de pâte de noisette. Chaque carré ressemble donc à un coussinet qui doit évoquer un sofa confortable et voluptueux. Lsa.fr - 08/09/11



• **PainGril' de Jacquet : le pain à finir de cuire au grille-pain.** Lancement des 1^{ers} pains spéciaux pré-cuits à finir de cuire 2 min au grille-pain. 2 références : nature ou céréales en pack de 4 pains (4 x 65g) avec une DLC de 20 à 25 jours. **PVC : 1,49 €.** RIA n°724 - juin 2011 - Painsjacquet.com

• **Pilpa Dessert lance de nouvelles recettes de bûches 1L pour 2011 :** croquante crème brûlée, framboise nougatine, tendre chocolat madeleine, rocher praliné et douceur pain d'épices. Process n°1284 - sept 2011



• **Nouveau pain « Banette O'Maïs », gage de qualité et de goût.** Un pain qui permet d'allier fondant avec sa mie moelleuse et douce et croquant avec son maïs soufflé qui crépite et croustille auxquelles s'ajoute des graines de tournesol qui renforcent son goût noisette.

Les Nouvelles de la Boulangerie Pâtisserie n°803 - 01/05/11

Impact environnemental de la fabrication de vos produits alimentaires

Alors que la protection de l'environnement est devenu un enjeu majeur et que la demande des consommateurs en terme d'information sur le sujet est croissante (74 % des français veulent connaître l'impact environnemental des produits¹), il est important pour les artisans de s'intéresser à l'impact environnemental de leur production.

Aujourd'hui, les artisans boulangers-pâtisseries disposent d'un outil permettant d'évaluer les impacts de leurs produits sur l'environnement. Cet outil, Bilan Produit Boulangerie-Pâtisserie (BP2) est proposé par l'INBP et son Pôle d'Innovation avec le soutien de l'Ademe. L'artisan peut ainsi obtenir le bilan environnemental de son produit tel qu'il le fabrique et selon la recette qu'il applique mais il peut aussi mesurer les différences en termes d'impacts sur l'environnement s'il décide de changer de recette ou de matériel.

Cet outil est gratuit et accessible en ligne : www.boulpat-environnement.com

Pour clarifier l'information aux consommateurs et développer l'eco-consommation, le Grenelle de l'Environnement a décidé de la mise en place progressive d'un affichage environnemental. Depuis juillet 2011, 168 entreprises (dont 70 de l'alimentaire) testent, pour un an, cet affichage avant de le rendre obligatoire.

L'outil BP2 sera utilisé pour mener l'expérimentation de l'affichage environnemental auprès des boulangers sélectionnés par les CMA et le CNIDEP.

1. Étude annuelle sur la consommation durable de TNS/Ethicity, 2010

La Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat du Limousin propose des diagnostics énergie personnalisés afin de dresser un état des lieux de vos consommations énergétiques, et de vous faire des propositions d'actions de maîtrise de l'énergie.

Contact : Elodie Cesbron - Tél : 05 55 79 45 02

Le label EPV désormais ouvert aux entreprises alimentaires

Les entreprises du secteur alimentaire sont désormais éligibles au label « Entreprise du Patrimoine Vivant » (« label EPV »). Décret n° 2011-1091 du 09/09/11 - JO du 11/09/11.



Ce label a pour objectif de **promouvoir les entreprises détenant un savoir-faire artisanal ou industriel**, qui est rare, renommé ou ancestral, et repose sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité. Le label, attribué pour 5 ans, constitue une marque de reconnaissance officielle qui présente différents avantages pour l'entreprise qui bénéficie ainsi d'une meilleure visibilité dans un réseau, d'un programme de communication globale sur les EPV (participation aux salons, campagnes promotionnelles...), d'avantages fiscaux en matière de crédit d'impôt apprentissage et de crédit d'impôt création.

Si vous êtes intéressé par ce label, contactez le service économique de votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat départementale.



Les produits locaux sont de nouveau «tendance» !

La consommation de produits locaux fait son grand retour en France. Dans un contexte de crise, de baisse du pouvoir d'achat et de crises sanitaires fréquentes, la tendance est au repli sur soi, à l'achat régional, national.

La tendance du « locavorisme » c'est-à-dire à la consommation de produits locaux et de saison répond aux nouvelles attentes des consommateurs de produits de terroirs, de produits authentiques, de qualité et sains. Les labels de qualité et d'origine (AOC, label Rouge, label Agriculture Biologique...) et le lieu de fabrication sont les éléments les plus rassurants sur la qualité des produits devant l'aspect des produits¹.

Le « locavorisme » répond aussi à des préoccupations croissantes de respect de l'environnement (moins de transport, d'emballages...) et à la recherche d'une consommation plus responsable, plus citoyenne (respect du producteur).

Véhiculant une image de qualité et de citoyenneté, l'ancrage local offre donc de belles opportunités pour les différents acteurs de l'alimentaire.

Les distributeurs exploitent le filon du local.

On assiste à un développement de partenariats avec des fournisseurs locaux (agriculteurs, entreprises artisanales...) valorisés à grand renfort de communication (exemple d'« Alliances locales » pour Leclerc), mais aussi grâce à la mise en place d'offres de produits du terroir rassemblés sous des marques (« Direct Producteur » pour Carrefour, Système U propose ses « U de Région Alsace, Bretagne... ») et à la création de rayon « offre régionale ».

Les grands industriels de l'agroalimentaire surfent sans trop de peine sur ces tendances

nouvelles du local et du régional. Ils adaptent facilement le « consommer local » pour en décliner une version « made in France » : Lesieur insiste sur ses approvisionnements 100% français, la biscuiterie Saint-Michel communique sur sa fabrication en « régions »... D'autres tentent de recréer du lien avec l'amont de la filière en donnant un visage à leurs fournisseurs : les portraits d'éleveurs laitiers figurent sur les pots de yaourts de Danone,

Fleury Michon fait poser ses éleveurs de porcs pour ses packagings de jambon...

Mais tous les fabricants alimentaires ne profitent pas de la même manière des tendances de consommation actuelles. **Les TPE et PME peinent à se faire référencer en grandes surfaces** qui génèrent 2/3 des ventes alimentaires.

Certaines y parviennent grâce à un positionnement très qualitatif. Pour répondre à cette problématique, des entreprises se rassemblent sous des marques collectives régionales. Plus d'une vingtaine de marques existent en France de la marque « Produit en Bretagne », « Bravo l'Auvergne »... à la marque « Produit en Limousin » (voir encadré). Ces marques permettent aux entreprises de valoriser le savoir-faire régional et leur assurent une meilleure visibilité. Elles peuvent ainsi frapper aux portes des distributeurs avec un concept clés en main : une offre régionale, une communication, des animations... et un interlocuteur unique.



Dans ce contexte de recherche de lien social, l'image des agriculteurs et des Artisans des Métiers de Bouche progresse. Les consommateurs leur accordent toute leur confiance.

Ce renouveau du local est un bon moyen pour l'artisan de mieux valoriser ses débouchés sur le terroir, en mettant en avant son savoir-faire, son approvisionnement local et sa proximité.

De l'amont des filières agricoles au commerce de détail en passant par les transformateurs, tous ont des intérêts évidents sur le vaste marché du local, du régional, et du made in France.

La marque « **Produit en Limousin** » créée en février 2010 par l'Alia (Association limousine des industries alimentaires) est déjà apposée sur plus de 300 produits fabriqués par 31 entreprises régionales.



Mais l'appétit des consommateurs pour les produits locaux les éloigne aussi des grandes surfaces. **Les circuits courts et la recherche de proximité reviennent en force** ces dernières années. Des modes de distribution alternatifs se développent sur l'ensemble du territoire (coopératives, AMAP, vente à la ferme, marchés de producteurs...) répondant aux attentes des consommateurs pour la recherche de proximité et de relation avec le fabricant/producteur.

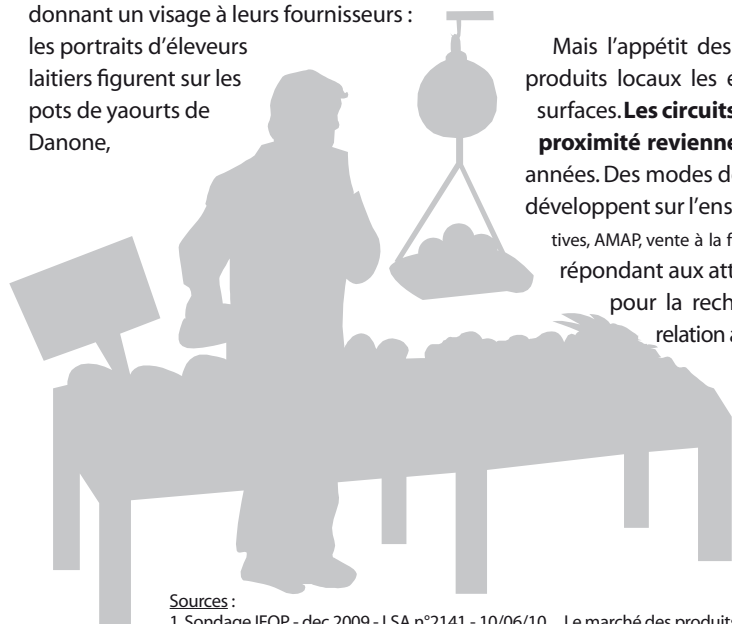
Jugés marginaux dans les années 80, ils semblent aujourd'hui confirmer une tendance de fond.

Toutefois, la crédibilité et la légitimité des grosses structures (dans les industries agroalimentaires comme la distribution) commencent à être remises en cause. Comment en effet asseoir sa légitimité sur le plan local dans l'alimentaire quand on est une multinationale ? Quelle crédibilité pour un hypermarché qui propose à la fois des produits de saison et des fraises en hiver ?

La flambée des matières premières va mécaniquement pousser les prix à la hausse. Jusqu'où le consommateur est-il prêt à accepter de payer plus cher une offre « régionale » ? En d'autres termes, cet engouement pour le local et le régional résistera-t-il aux arbitrages des consommateurs ?

Sources :

1. Sondage IFOP - dec 2009 - LSA n°2141 - 10/06/10 Le marché des produits régionaux - Xerfi - dec 2010 LSA n°2155 - 21/10/10 LSA n°2164 - 13/01/11 LSA n°2176 - 07/04/11



Le dispositif de financement de la formation continue des chefs d'entreprises artisanales

Vos formations prises en charge jusqu'à 100 % !

Bénéficiaires:

**Chefs d'entreprises non salariés
Conjoints collaborateurs ou associés,
Futurs artisans (stagiaires SPI),
Élus des CMA.**

Formations prioritaires

1: Les formations en lien direct avec les actions économiques inscrites dans des programmes de développement sectoriels, thématiques ou territoriaux (DCT, Contrat de Progrès, autres programmes....)

Plafond: 40€/heure /stagiaire

2: Les formations relatives au développement de l'entreprise: gestion de l'entreprise, techniques d'information et de communication, commercial, GRH, innovation, environnement...

Plafond: 35€/heure/stagiaire

3: Les formations accompagnant à titre individuel un projet économique, dûment explicité et justifié, et correspondant à une phase clé de la vie de l'entreprise (développement, transmission...)

Plafond: 45€ /heure/stagiaire

4: Les formations diplômantes,

Plafond: 35€/heure/stagiaire (y compris VAE et bilan de compétences)

Autres formations éligibles

• Les Stages de Préparation à l'Installation (SPI) dans le cadre du décret n°2008-1051 du 10/10/08,

Plafond :100 €

• Les formations de culture générale et de développement personnel limitées à 40 heures/an/stagiaire.

Plafond: 25€/heure/stagiaire

• Les formations des élus des CMA

• Les formations liées à une reconversion professionnelle

Précisions :

• Les formations individuelles comptable et/ou informatique, exclusivement sur site, correspondant à des applications basiques ne sont pas prises en charge,

• Les formations dispensées suite à l'acquisition d'un produit ou d'un matériel ne sont, en principe, pas prises en charge,

• Pas de prise en charge des frais de déplacement et d'hébergement.

**Les formations techniques ne sont pas éligibles. S'adresser au:
FAFCEA (Fonds d'Assurance Formation des Chefs d'Entreprises Artisanales) :
12,14 rue Beffroy 92200 Neuilly S/ Seine - Tél: 01 41 43 15 30**

Comment procéder ?

- Un dossier* de prise en charge financière est complété par l'organisme de formation choisi par le stagiaire pour réaliser la formation, ou par le stagiaire directement
- Le dossier est transmis avant le début de la formation pour instruction à la:

**Chambre Régionale de Métiers
et de l'Artisanat du Limousin
Conseil de la Formation
14 rue de Belfort - CS 71300
87060 LIMOGES Cedex
Tel : 05.55.79.45.02
Email: contact@crma-limousin.fr
Site: www.crma-limousin.fr**

* Dossier et règlement d'attribution des aides disponibles à la CRMA Limousin et sur le site.

**Les ressources de ce dispositif
sont constituées par vos
contributions,
alors n'hésitez pas à les
utiliser pour vous former !**

Nouveau !

Lancement du site internet

pour les Artisans des Métiers de Bouche en Limousin

Le site internet de l'Artisanat des Métiers de Bouche en Limousin est en ligne. Il a été créé spécifiquement pour vous afin de réaliser la promotion des métiers de bouche et de mettre à votre disposition des outils très concrets. Découvrez ce qu'il peut vous apporter en vous connectant à l'adresse suivante :

metiersdebouchelimousin.fr

Des dossiers techniques sur la réglementation, la commercialisation, les ressources humaines...

Des propositions de formations diplômantes et de formations courtes (stages)

Des actions réalisées collectivement comme la création de nouveaux produits, des propositions de services...

Des présentations d'organisations professionnelles

Des actualités...



Un annuaire d'artisans vous permet de présenter votre entreprise, vos produits phares... Vous pouvez ainsi promouvoir votre entreprise auprès du grand public, créer un lien direct avec votre site internet...

Inscrivez-vous gratuitement sur l'espace pro, et créez votre page en quelques minutes!

Besoin d'aide ? Contactez Cyrielle Farges au 05 55 79 45 02

EURL DUBOIS NICOLAS



Nicolas DUBOIS

Boucher Charcutier Traiteur

Boucher de père en fils, Nicolas a su mettre en avant les savoirs du métier, c'est pourquoi depuis l'âge de 16 ans il développe son savoir-faire. Toute sa charcuterie est faite maison, sa viande ne provient que des élevages du Limousin c'est pourquoi vous trouverez chez lui de la viande de très bonne qualité. Ayant gagné plusieurs concours pour sa charcuterie d'exception, il a choisi de mettre quelques produits phares en avant mais n'hésitez pas à venir découvrir ses produits en magasin.

PRODUITS PHARES



EURL DUBOIS Nicolas
9 Rue Alfred Grand - 23 000 Guéret
Tel : 0555520483



La présente opération est cofinancée par la Région Limousin

Décliq

une publication de la **CHAMBRE REGIONALE DE METIERS ET DE L'ARTISANAT DU LIMOUSIN**