

# Décliq

La Lettre des métiers de bouche en Limousin

n° 22 - Août 2009



## Actualités



Une nouvelle fiche technique hygiène basée sur la réglementation dite du paquet hygiène, paraîtra cet été. Pour vous la procurer, contactez Elsa EBRARD au **05 55 79 45 02**



## Au sommaire

### DOSSIER TECHNIQUE

- Nettoyage et Désinfection
- 1<sup>er</sup> janvier 2015 : dernier délai pour la mise en conformité des entreprises afin de permettre l'accessibilité aux personnes handicapées

### Les tendances et évolutions du marché des produits alimentaires

- Les dernières innovations des industriels
- Pains vendus en libre service : préemballés ou non
- L'utilisation des œufs au laboratoire
- Le bio ne connaît pas la crise
- Le consommateur, ses attentes, ses habitudes... ses paradoxes
- Les nouveaux services en alimentaire : bilan de l'étude effectuée en 2008 dans le cadre du Contrat de Progrès des Métiers de Bouche

### formations

- Formation / Action hygiène
- "Comment développer et améliorer ses ventes hors magasin"
- "Les nouvelles tendances du marché - Valorisation et mise en avant des nouveaux produits"



**Votre contact : Elsa EBRARD**  
Tél. : 05 55 79 45 02  
Courriel : e.ebrard@crma-limousin.fr

Directeur de la publication :  
**Jean-Claude PIERRE**

Responsables de la rédaction :  
**Claude BARRIÈRE, Elsa EBRARD**

Un document de la **CHAMBRE RÉGIONALE DE MÉTIERS 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



# DOSSIER technique

## Le Nettoyage et la Désinfection

**OBJECTIF : Limiter la contamination indirecte par les matériels ou les locaux**

### Locaux utilisés pour les denrées alimentaires

#### Réglementation\* :

« Les produits de nettoyage et de désinfection ne doivent pas être entreposés dans des zones où les denrées alimentaires sont manipulées. »

« Là où cela est nécessaire, des dispositifs adéquats pour le nettoyage, la désinfection et l'entreposage des outils et équipements de travail doivent être prévus. Ces dispositifs doivent être fabriqués dans des matériaux résistant à la corrosion, être faciles à nettoyer et disposer d'une alimentation adéquate en eau chaude et froide. »

#### Recommandations :

Les produits chimiques doivent être clairement identifiés et d'usage alimentaire. Ils doivent être mis à l'écart des locaux de fabrication ou de vente : les ranger par exemple dans un placard fermé ou à l'extérieur des locaux de fabrication, à l'écart des denrées, de façon à éviter tout risque d'intoxication ou d'altération des aliments par contact et odeur. Pendant leur utilisation, il est impératif de protéger les denrées.

#### Les locaux, matériels et équipements ne doivent pas constituer une source de contamination des aliments :

- Entretenir les zones à l'aplomb des postes de travail (état des peintures, des carrelages, des étagères, des joints...).
- Faire en sorte que les locaux et le matériel soient toujours propres.
- Assurer un nettoyage et une désinfection efficaces en utilisant des produits adaptés, une méthode adaptée (ex. : TACT – veiller à la température du bain, en associant une action mécanique, en respectant la concentration du produit adéquat et en respectant le temps d'action préétabli), un matériel adapté et en parfait état d'entretien (ex : lavette, brosse, balai brosse), une périodicité régulière de l'action de nettoyage et de désinfection.

#### Il est conseillé de mettre en place et appliquer un plan de nettoyage et désinfection. Une affiche peut aussi être réalisée, qui reprend :

- Étapes d'un nettoyage et d'une désinfection efficaces.
- Respect du mode d'emploi des produits (fiches techniques).
- Type de surfaces à nettoyer et désinfecter.
- Fréquences de nettoyage et désinfection.
- Précautions d'utilisation.

#### Il est également recommandé de nommer un responsable chargé du suivi et de l'évaluation de l'efficacité de cette opération, qui veillera plus particulièrement :

- À la bonne réalisation du nettoyage et de la désinfection.
- À l'état et à la disponibilité de l'équipement nécessaire.
- À la propreté des matériels avant la reprise du travail.
- Au contrôle de l'efficacité du nettoyage et de la désinfection, contrôle visuel et/ou par des analyses de surfaces (par un laboratoire ou en interne à l'aide de lames de surfaces).

### Évacuation des déchets et entretien des poubelles

#### Réglementation\* :

« Les déchets alimentaires, sous-produits non comestibles et autres déchets doivent être retirés aussi vite que possible des locaux où se trouvent des denrées alimentaires, de façon à éviter qu'ils ne s'accumulent.

Les déchets alimentaires, sous-produits non comestibles et autres déchets doivent être déposés dans des conteneurs dotés d'une fermeture, sauf si les exploitants du secteur alimentaire peuvent prouver à l'autorité compétente que d'autres types de conteneurs ou de systèmes d'évacuation utilisés



conviennent. Ceux-ci doivent être conçus de manière adéquate, être bien entretenus et faciles à nettoyer et, au besoin, à désinfecter.

Des dispositions adéquates doivent être prévues pour l'entreposage et l'élimination des déchets alimentaires, des sous-produits non comestibles et des autres déchets. Les aires de stockage des déchets doivent être conçues et gérées de manière à pouvoir être propres en permanence et, le cas échéant, exemptes d'animaux et de parasites.

Tous les déchets doivent être éliminés de façon hygiénique et dans le respect de l'environnement, conformément à la législation communautaire applicable à cet effet, et ne doivent pas constituer une source de contamination directe ou indirecte. »

#### Recommandations :

- Les poubelles présentes à proximité des postes de travail doivent être réservées à cet usage et maintenues propres.
- Éliminer au fur et à mesure les déchets du poste de travail vers un récipient situé à proximité puis vers les poubelles.
- Utiliser dans le laboratoire une poubelle avec couvercle fonctionnant à pied et sac plastique.
- Stocker les poubelles de voirie dans un local spécifique, réservé à cet effet et fermé, ou à l'extérieur de l'établissement.

### Organismes nuisibles

#### Réglementation\* :

« Des méthodes adéquates doivent être mises au point pour lutter contre les organismes nuisibles. Des méthodes adéquates doivent également être mises au point pour empêcher les animaux domestiques d'avoir accès aux endroits où des aliments sont préparés, traités ou entreposés (ou, lorsque l'autorité compétente l'autorise dans des cas particuliers, pour éviter que cet accès n'entraîne de contamination). »

#### Recommandations :

Si la présence de nuisibles est constatée, traiter en interne ou passer un contrat avec une entreprise de dératisation / désinsectisation.

\* Règlement 852/2004 – Annexe II

#### NB : NETTOYER EN PROTÉGANT L'ENVIRONNEMENT :

Deux signes distinctifs pour les produits d'entretien garantissent un moindre impact environnemental pour une même efficacité : la marque NF environnement et l'éco-label européen, symbolisé par la Fleur. Ces signes officiels distinguent des produits d'entretien mais aussi des peintures, des sacs, des papiers... Voir [www.ecolabels.fr](http://www.ecolabels.fr)

Mais attention, même si ces produits ont un moindre impact sur l'environnement, ils peuvent présenter un risque pour la santé : il est important de lire attentivement l'étiquette et d'avoir la fiche sécurité.

# Les tendances et évolutions

## Les dernières innovations des industriels...

### Les nouveaux produits de l'agro-alimentaire vus pour vous dans les revues professionnelles

- La PME limousine **Arnaud** lance une nouvelle terrine riche en oméga 3 avec de la viande de porc nourri aux graines de lin.
- Une nouvelle offre de plats cuisinés chauds et froids et de desserts pour les 3-9 ans apparaît sur le marché : il s'agit des «**Crocozores**» (offre créative, équilibrée, pratique et ludique). Les **Croco Tapoulets** sont des sucettes de poulet fondantes accompagnées d'un taboulé maison et les **Croco Billes** sont des boules de bœuf aux épices. La date limite de consommation est ultracourte (4j) et l'élaboration se fait sans conservateur ni colorant. Prix = 5 □ pour un plat cuisiné de 170g en moyenne.
- Concernant les glaces, **Unilever** innove toujours plus et lance Love Chocolate (alliance gourmande de trois glaces au chocolat – blanc, noir et au lait) parsemée de copeaux et nappée d'une sauce au cacao ainsi qu'une gaufrette exclusive au bon goût de cacao. La marque Carte d'Or se positionne sur le terrain de la gourmandise et du plaisir avec 3 nouveaux parfums qui se déclinent en format pratique et malin de 2.8 L (contre 5.5 L habituellement) : il s'agit de Choco Coco (chocolat et sauce noix de coco), Choco Orange (chocolat et écorces d'orange) et Choco Noisette (sauce parfum chocolat-noisette et petits éclats de noisette et chocolat).
- **Nestlé**, avec sa marque la Laitière poursuit sa démarche de naturalité avec de nouvelles recettes «sans colorant, ni arômes artificiels» (avec -30% de sucre et +15% de fruits) et un emballage en carton operculé, plus respectueux de l'environnement avec du carton issu de bois certifié FSC.
- **Ethiquable** lance 3 bâtonnets issus du commerce équitable : Sorbet mangue du Pérou enrobage citron vert, Chocolat au cacao de Saint Domingue enrobage chocolat avec inclusions de fèves de cacao et Vanille des Comores enrobage chocolat avec éclats de noix de cajou caramélisées.
- **Saint Siffrein** lance Plaisir de fruits : mini-bouchées de 10g fabriquées avec de la pulpe de fruits et allégées en sucre de 30%, emballées individuellement et conditionnées par 20 dans un sachet à fond plat. 4 recettes différentes sont présentées : figue, pamplemousse, poire et framboise ; PVC = 2.79 □ pour 200g.
- **Senoble** enrichit ses verrines avec 2 nouvelles compositions : fraise-fruits rouges (lit de fraises entières, fromage frais, coulis de framboise et mousse de fromage frais en 2,90g) et coco-citron vert (fromage frais, coulis coco-citron vert et mousse de crème légère en 2,80g). PVC = 2.49 □



## 1<sup>er</sup> janvier 2015

### Dernier délai pour la mise en conformité des entreprises afin de permettre l'accessibilité aux personnes handicapées

Dans le cadre de la loi du 11 février 2005 qui exprime le principe «d'accès à tout pour tous», les établissements recevant du public (ERP) comme les commerces de proximité et de détail, doivent faire l'objet, au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2015, d'une mise aux normes selon le principe « d'accessibilité généralisée ».

Les entreprises artisanales doivent donc s'organiser pour prévoir et faire réaliser les modifications nécessaires dans les délais impartis. En cas de création de nouveaux établissements, des réponses techniques adaptées doivent être intégrées dès la conception (passages de porte d'une largeur utile d'au moins 0,83 mètre, cheminements intérieurs non glissants, suffisamment larges, et ne comportant pas d'obstacles risquant d'entraver la circulation...). En cas d'impossibilité technique, ou pour des motifs liés à la conservation du patrimoine architectural, ou en cas de conséquences excessives des travaux sur l'activité de l'entreprise, c'est le Préfet du dé-

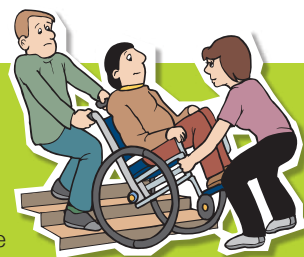
partement qu'il faut contacter pour une demande de dérogation.

Le non-respect de ces dispositions peut entraîner jusqu'à la fermeture de l'établissement.

#### Parmi les autres sanctions prévues par la loi, on note :

- le remboursement des subventions publiques,
- une amende de 45 000 □ pour toute personne responsable de l'exécution des travaux (peine portée à 6 mois d'emprisonnement et 75 000 □ d'amende en cas de récidive).

**Le CNISAM - Centre National d'Innovation Santé Autonomie et Métiers, Service de la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat du Limousin peut vous conseiller dans vos démarches. Vous pouvez le contacter au 05 55 79 45 02.**



## Pains vendus en libre service : préemballés ou non

Source : Option qualité, février 2009, n° 279

La DGCCRF fait le point sur les modalités d'étiquetage applicables aux pains vendus en libre service au rayon boulangerie des grandes et moyennes surfaces. En effet, les pains peuvent être considérés comme des denrées alimentaires préemballées ou présentées en vrac. Si les pains conditionnés par lots de 5 ou de 10 dans un emballage plastique thermoscellé sont fermés avant leur présentation à la vente et en dehors du consommateur, ils répondent bien à la définition de la denrée alimentaire préemballée et doivent comporter toutes les mentions rendues obligatoires pour les denrées alimentaires préemballées (dénomination de vente, liste des ingrédients, nom et adresse du responsable...).

Les pains conditionnés dans des sachets ouverts en vue de leur vente immédiate, peuvent être assimilés à du vrac : leur emballage a comme rôle de protéger la denrée alimentaire pour des raisons d'hygiène ou de présentation et pour en faciliter la manipulation par les consommateurs.

La DGCCRF confirme que les denrées alimentaires présentées sur les lieux de vente au consommateur final et qui ne sont pas préemballées (y compris lorsqu'elles sont ultérieurement emballées à la demande de l'acheteur) ou qui sont préemballées en vue de leur vente immédiate, sont dispensées de l'indication du lot.



# DU MARCHÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES

## L'utilisation des œufs au laboratoire

Source : Charcuterie et Gastronomie, avril 2009



Les œufs sont utilisés dans de nombreuses préparations pour leurs propriétés fonctionnelles : le blanc est un liant naturel utilisé notamment dans les terrines de viande ou de poisson et possède des propriétés moussantes utilisées en pâtisserie. Le jaune est un émulsifiant et confère aux produits une coloration caractéristique, utilisée pour colorer les pâtes.

Il est important de conserver les œufs à la même température (la coquille de l'œuf est porteuse de germes et une variation importante de température peut conduire à un transfert de bactéries à l'intérieur de l'œuf). Les œufs peuvent donc être conservés en chambre froide ou en réserve. Pour éviter de les décartonner, le carton d'œufs peut être stocké dans un récipient en plastique de taille adaptée.

## Le bio ne connaît pas la crise

Source : Process, Juin 2009 n°1260

Le marché des produits biologiques a augmenté de 25% entre 2007 et 2008 ; 44% des Français en ont consommé en 2008 au moins 1 fois par mois. Les raisons de consommation sont la santé, la qualité et le goût-sécurité. La raison environnementale n'arrive qu'en 4<sup>e</sup> position. Les produits bio les plus consommés sont les fruits et légumes puis viennent les produits laitiers, les produits d'épicerie, le pain et les boissons. Selon l'Agence bio, le marché des produits bio se partage entre les grandes surfaces (42% du marché), les magasins spécialisés en réseau (40%), la vente directe (13%) et les artisans-commerçants (5%).



## Le consommateur, ses attentes, ses habitudes... ses paradoxes

Source : Ria n°701, mai 2009

La crise modifie et renforce certains comportements. L'évolution des modes de vie nous conduit à manger de moins en moins de produits bruts : les nouvelles générations veulent gagner du temps pour les courses, les repas et consacrer plus de temps aux loisirs.

Mais le consommateur a besoin d'être rassuré et de maîtriser ce qu'il mange : d'où la tendance du «fait maison» qui repose sur le soin de soi et de l'autre et sur la tempérance (consommation avec mesure). Le client cherche des circuits de distribution à taille humaine, remplace les produits chers par d'autres plus économiques mais refuse de se passer de produits fondamentaux comme les viandes ou les produits laitiers.

Le faire soi-même s'est aussi développé récemment avec les machines à pain et les appareils à cafés espresso qui constituent des armes anti-crise.

Selon les spécialistes, il n'y a cependant pas de crise de consommation pour l'instant mais davantage un déplacement de la consommation. Si les français se restreignent, cela touchera plus les boissons alcoolisées, les plats préparés puis l'épicerie sèche. Ils diminueront également leurs achats sur les produits aux plus fortes hausses de prix (réelles ou ressenties) comme les biscuits sucrés, les pâtes, le riz et l'ultra frais laitier. De même pour la catégorie «produit cher» comme les allégés, les smoothies, les eaux embouteillées ou les plats cuisinés. En revanche, les aliments à faible prix au kilo progressent comme les conserves de poissons ou de légumes, ou les abats. Les produits plaisir se maintiennent et même pro-

gressent, comme les charcuteries et le chocolat. C'est aussi le cas des produits pratiques comme les fromages prétranchés.

Ces ré-arbitrages touchent également les magasins : alors que le critère de proximité avait fortement progressé en 2007, il passe cette année derrière le critère de prix. Le critère de qualité diminue considérablement depuis 2006 (les français semblent rassurés par le système de sécurité des aliments). Selon eux, la qualité se définit aujourd'hui par le goût antérieur et le prix. L'apparence de l'aliment devient un des critères importants ; l'avantage santé se stabilise. Le pouvoir des marques chute (76% considèrent que les produits des MDD sont d'aussi bonne qualité que les produits de marque). Enfin, ils sont de moins en moins nombreux à être prêts à payer plus cher pour des produits sous signe officiel de qualité, garantie et respect de l'environnement, du bien-être animal et issus du commerce équitable.

En ce qui concerne les achats, les français sont de plus en plus nombreux à vouloir acheter des produits issus de circuits courts (achat à la ferme, directement au producteur sur un marché, par des Amap...).



À affranchir au  
tarif en vigueur

Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat  
14 rue de Belfort  
CS 71 300  
87 060 LIMOGES Cedex



# Formations

## Formation/Action hygiène

La CRMA vous propose une formation sur l'hygiène. L'objectif est d'acquiescer les bases en terme de bonnes pratiques d'hygiène, d'environnement et de sécurité et de savoir quels sont les éléments à mettre en place dans votre entreprise pour répondre à la réglementation en vigueur. Un diagnostic hygiène environnement sécurité en entreprise vous sera proposé suite à cette formation, courant 2010

**Date : 21/09/09, 1 journée en salle, Chambre Régionale de Métiers**

## Comment développer et améliorer ses ventes hors magasin

La CRMA vous propose une formation pour développer vos ventes hors magasin. L'objectif est d'évaluer l'offre possible de vente hors magasin (salon, site Internet...), d'identifier la demande (profil du consommateur...), d'apprendre à y répondre pour développer son activité et de savoir gérer le personnel de vente.

**Date : courant octobre, 1/2 journée**

## Les nouvelles tendances du marché - Valorisation et mise en avant des nouveaux produits

La CRMA vous propose une formation sur les nouvelles tendances du marché, la valorisation et la mise en avant de nouveaux produits. L'objectif est de sensibiliser à l'étude de marché (identifier les opportunités et les menaces du marché...), appréhender les nouvelles tendances, apprendre à concevoir de nouveaux produits (produit et service associé) et savoir gérer son personnel de production et de vente pour fabriquer et vendre ces nouveaux produits.

**Date : courant octobre, 1/2 journée**

## Les nouveaux services en alimentaire :

**bilan de l'étude effectuée en 2008 dans le cadre du Contrat de Progrès des Métiers de Bouche**

Le bureau d'études JB Conseil a fait une étude consommateurs en 2008 pour la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat concernant les nouveaux services en alimentaire.

- Les conclusions principales sont :
- Parmi les services proposés par les artisans, le relationnel (convivialité, conseils...) est le critère le plus important pour le consommateur. Suivent le produit et la livraison. Le critère de prix n'arrive qu'après même si le consommateur en saisit les opportunités (promotions, paiement par chèque déjeuner...).
  - La notion de proximité est particulièrement importante, notamment dans sa dimension proximité humaine (repérage des habitudes, des goûts du consommateur, services proposés...).
  - La qualité d'un produit artisanal est davantage liée selon le client, à une notion de « proximité » et non à un label.
  - le consommateur recherche surtout des produits et un service liés au plaisir (goût, gastronomie, plaisir de la table...) et à l'originalité dans la mesure où le repas est souvent considéré comme répétitif.
- Suite à cette étude, des actions seront proposées aux artisans des métiers de bouche du Limousin.

**→ Pour vous inscrire à l'une de ces 3 formations, merci de renvoyer le coupon réponse rempli avant le 31 août 2009**

### Coupon réponse (à renvoyer avant le 31/08)

Entreprise .....

Nom, prénom .....

Activité .....

Coordonnées (adresse et téléphone) .....

.....

.....

.....

Qualité du stagiaire (chef d'entreprise, conjoint collaborateur...) .....

.....

#### Je souhaite participer à :

- la formation/action Hygiène
- la formation «comment développer et améliorer ses ventes hors magasin»
- la formation «les nouvelles tendances du marché – Valorisation et mise en avant de nouveaux produits»

# Le dispositif de financement de la Formation Continue des Artisans

**Vos formations prises en charge jusqu'à 100 % !**

**Bénéficiaires:**  
**Chefs d'entreprises non salariés**  
**Conjoints collaborateurs, associés,**  
**auxiliaires familiaux**

## **Priorités de formation:**

- Formations diplômantes, qualifiantes: BM, BMS, ADEA, GEA, ...
- Formations liées au développement et la gestion de l'entreprise,
- Formations visant à accroître le développement personnel pour la performance de l'entreprise,
- Formations en faveur des créateurs repreneurs
- Formations des élus Chambres de Métiers et de l'Artisanat.

## **Modalités de prise en charge:**

- 100% des dépenses moins les autres ressources éventuelles,
- Plafonnée à 40 euros de l'heure stagiaire,
- Fixée à 100 euros pour les créateurs repreneurs ayant suivi le Stage de Préparation à l'Installation (SPI) et qui s'installent dans les 6 mois suivant la fin du stage,
- Plafonnée à 40 heures/an/stagiaire pour les formations liées au développement personnel,
- Exclusion des formations fournisseurs,
- Exclusion des formations individuelles liées à l'informatique et/ou comptabilité de base,
- 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) :

Métiers et Services: 01 45 23 48 58

Alimentation et bâtiment: 01 49 70 85 70

## **Comment procéder ?**

La demande de financement doit être:

- faite par l'organisme de formation que vous avez choisi pour réaliser votre formation,
- transmise avant le début de la formation à :

Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat du Limousin  
Financement de la Formation Continue  
14 rue de Belfort - CS 71 300  
87 060 LIMOGES  
Tel : 05.55.79.45.02  
Email: [contact@crma-limousin.fr](mailto:contact@crma-limousin.fr)

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

