

En bref

EN LIGNE

Une mine d'or pédagogique

Conçu par deux professeurs, le site Internet www.technoresto.org met en ligne une kyrielle de documents (téléchargeables gratuitement au format html ou pdf) aussi utiles aux enseignants qu'aux étudiants : cours sur le matériel, l'hygiène, les produits et le service, fiches produits, fiches techniques, fiches de déroulement de séances de travaux pratiques, documents administratifs, dossiers thématiques, illustrations, etc. Vous êtes invités à partager vos connaissances en proposant vos propres documents.

PRODUITS EN DANGER

Euro-Toques monte à Bruxelles

Convaincus de la nécessité « d'agir pour ne pas subir », les chefs d'Euro-Toques, fervents militants pour la défense de la qualité et du patrimoine culinaire européen, se donnent rendez-vous au Parlement européen le 19 avril prochain. Pour sensibiliser les parlementaires, ils organisent différents buffets représentant chaque pays et les produits de leur patrimoine culinaire considérés « en danger ».

DU 27 MAI AU 5 JUIN

Semaine Fraich'attitude

Aprifel, l'Agence des fruits et légumes frais, lance du 27 mai au 5 juin la « Semaine fraich'attitude », campagne de sensibilisation nationale sur les bienfaits des fruits et légumes. Journées portes ouvertes chez les producteurs, animations, menu « Carte blanche Fraich'attitude », etc. À cette occasion, Aprifel met à la disposition de ses partenaires des outils pédagogiques et des kits d'information. L'idée : organiser des actions de proximité pour faire changer les comportements alimentaires.

Pour en savoir plus : www.semainefraichattitude.fr

DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS ET CONCEPTS

Food Development, un outil d'aide à l'innovation

Crée en avril 2004 par Vincent Lafaye, la jeune société Food Development basée à Nantes (44) s'est spécialisée dans l'innovation et le développement de produits et de concepts pour l'industrie alimentaire, la restauration commerciale et les cuisines centrales de taille significative.

Apporter un regard extérieur aux entreprises

« Notre ambition est d'apporter des compétences sur des missions ponctuelles, avec un regard extérieur, dans des entreprises ne disposant pas en interne de ressources en recherche et développement », explique le directeur.

Avec un bagage d'ingénieur agroalimentaire, renforcé d'un 3^e cycle de gestion et d'une formation d'apprenti de cuisine, V. Lafaye a, par exemple, récemment participé à la mise au point d'un nouveau concept de restauration commerciale en animant une équipe multidisciplinaire (designer, architecte, etc.) : élaboration du cahier des charges, recherche sur la marque et design intérieur, conception de la carte, choix des produits, mode de production, etc.

La prestation peut prendre des formes multiples. Pour les cuisines centrales, Food Development intervient en s'inspirant des méthodes de l'industrie alimentaire. « Il s'agit d'une équation universelle à résoudre au cas par cas, qui s'énonce toujours de la même façon, décrit-il. Quel ratio doit adopter un établissement, entre l'achat et la production d'aliments élaborés, pour générer de la valeur ajoutée ? ou encore : quel compromis doit-il accepter en fonction de son outil de production et des compétences dont il dispose ? »



► **Vincent Lafaye**, créateur et directeur de Food Development. « Notre mission : agir pour accélérer le développement de l'entreprise. »



Plus concrètement, V. Lafaye commence par classer les différents produits par famille. Ensuite, il analyse la valeur ajoutée de chacune d'elle en tenant compte de la main-d'œuvre, de l'emballage, des investissements, du rendement à l'assiette et de sa maîtrise. Enfin, il conclut, chiffres à l'appui, en démontrant s'il est plus pertinent d'acheter les produits à l'industrie agroalimentaire ou de les fabriquer en cuisine. Autre niveau d'expertise assuré par la société nan-

taise : celui de l'organisation du travail et de l'optimisation de l'ordonnancement de la production. Là, il s'agit d'avancer des solutions pour limiter le nombre de fabrications par jour en revoyant les plans de fabrication en fonction des plans de menu, de la durée de vie des produits, etc.

Un développeur sur le terrain

V. Lafaye insiste pour préciser que Food Development n'est pas un cabinet conseil, mais un développeur. « Nous injectons de la matière grise, mais nous travaillons aussi au cœur de l'entreprise, sur le terrain, et sommes en mesure de mettre au point des produits. » Le « développeur » dispose en effet de 700 m², dans la halle technologique de l'Enitaa de Nantes pour faire des essais et même produire des pré-séries.

EVELYNE COHEN MAUREL

Pour en savoir plus : www.food-development.fr

repères

La démarche, le métier

- **Observer et proposer** des évolutions de l'existant.
- **Rechercher**, évaluer et concevoir des formules de restauration et de snack,
- **Choisir** des produits, établir des fiches techniques, organiser la production en cuisine.