

Vers les métiers de l'agroalimentaire

Compétences=
 Savoirs+Savoir faire+Savoir être



Amont

Aval



environnement

règlementation

process

labels

brevets

communication

marques

sécurité alimentaire

formation

normes

sécurité du personnel

hygiène

traçabilité

conseil

marketing



Licences professionnelles bac+3

- Développement et valorisation des produits de l'élevage
- Techniques en analyse sensorielle (+apprentissage)



Master professionnel Biologie Intégrative et Agrosociences bac+5

- Qualité et environnement en productions animales (+apprentissage)
- Sensoriel et innovation en agroalimentaire



M2 spécialité Sensoriel et innovation en agroalimentaire

1. Septembre-décembre: Alimentation, Analyse sensorielle, Assurance qualité
2. Janvier-mars: Marketing, Formulation, Plans d'expérience, Projet professionnel
3. Avril-septembre: stage en entreprise

60% emplois fin de stage
90% après 6 mois

*Analyse sensorielle, R&D, Marketing,
Assurance qualité, Production, Commerce...*

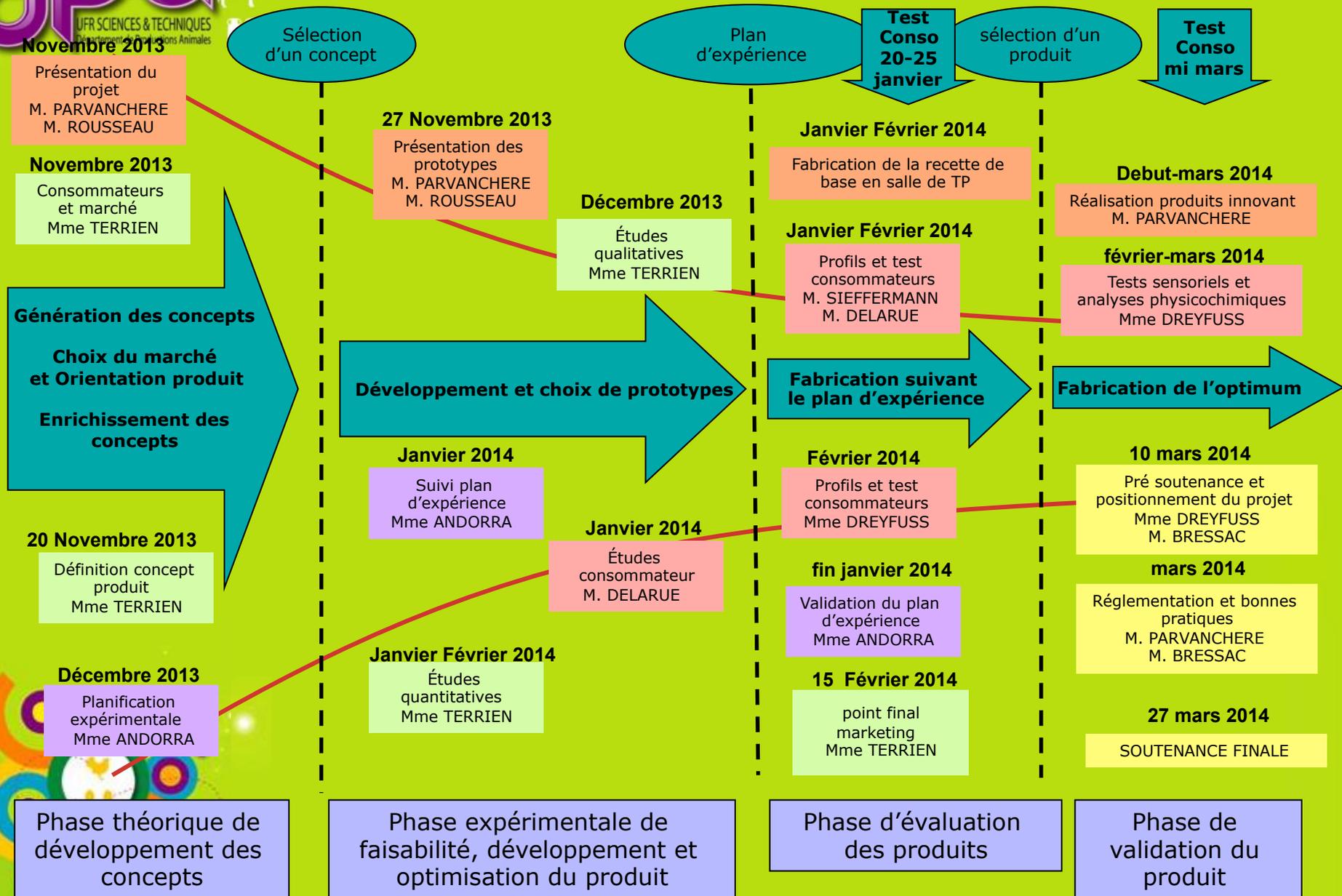


Semestre / UE	Coef.	ECTS	compétences	CM	TD	TP	Durée totale / étudiant
				VHT	VHT	VHT	
1er semestre (S9)							
UE S9 -1 Place de la Nutrition dans l'Elaboration d'un Nouveau Produit	3	6	<i>Physiologie du contrôle du comportement alimentaire - Régulation de la composition corporelle et régulation du bilan d'énergie – Facteurs environnementaux de l'hyperphagie - Facteurs de l'obésité.</i>	25		5	30
UE S9 - 2 Métrologie Sensorielle	5	9	<i>Tests d'évaluation sensorielle : discriminatifs, hédoniques, profil sensoriel, cartographie des préférences, ACP, AFC... Organisation et direction de l'activité d'un panel d'analyse sensorielle (sélection, entraînement).</i>	30		60	90
UE S9 - 3 Typologie des Consommateurs	1	2	<i>Approches qualitative et quantitative et dérivées du comportement des consommateurs – Sociologie du goût et de l'alimentation.</i>	25	5		30
UE S9 - 4 Démarche Qualité – Législation – Réglementation*	3	6	<i>Mise en place d'une politique de qualité – Attentes des consommateurs – Certification – Accréditation – Droit de la propriété intellectuelle – Droit du travail.</i>	25	15		40
UE S9 - 5 Veille Scientifique et Technique	1	3	<i>Méthodologie – Recherches et Etudes Bibliographiques – Préparation d'une Publication</i>		15		15
UE S9 - 6 Gestion de Projet ; organisation des Entreprises	2	4	<i>Gestion prévisionnelle – Conduite de Projet – Gestion de la production – Création ou reprise d'une entreprise.</i>	20	15		35
Total S9	15	30		125	50	65	240
2ème semestre (S10)							
UE S10 -1 Conception Sensorielle d'un Nouveau Produit	5	10	<i>Etude en grandeur réelle de la production d'un nouveau produit (stratégie, recherche d'information, cahier des charges, aspects réglementaires, plans expérimentaux, emballage, conditionnement, étiquetage, législation, code EAN).</i>	25	40	50	115
UE S10 - 2 Réalisation d'un Nouveau Produit	5	10	<i>Fabrication en laboratoire, - Essais pilotes – Adéquation entre projet et réalisation – Entraînement du panel – profil sensoriel – Préférence mapping – Optimisation – Validation.</i>		10	85	95
UE S10 - 3 Stage 6 mois	5	10					
Total S10	15	30		25	50	135	210
Total Année (M2)	31	60		150	100	200	450



<i>Mathieu</i>	Développement de l'activité perception sensorielle et conception de RCP sensolab
<i>Edeline</i>	Qualifications sensorielles et analytique et road map senso
<i>Kevin</i>	Développement de nouveaux produits en pâtisserie conventionnelle, biologique et nutritionnelle
<i>Marie-Sophie</i>	Harmonisation des pratiques sensorielles des sites Aroma Performance
<i>Amandine</i>	Mise en place d'un panel expert
<i>Aurore</i>	Rédiger des dossiers supports aux travaux R & D et/ou réalisés au laboratoire et mener en parallèle un dossier de développement
<i>Guillaume</i>	Panel Leader Analyse Sensorielle Pôle Plante
<i>Alexis</i>	Mise en place d'une méthodologie pour évaluer les farines de blé
<i>Aurélie</i>	Création de bases de données panel Adrianor sur fizz (questionnaires, mapping,...)
<i>Charles</i>	Analyse sensorielle dans la parfumerie
<i>Elodie</i>	Formation d'un panel expert
<i>Thomas</i>	Etude de la typicité des pains à base de levains naturels complexes
<i>Noriane</i>	Recrutement, sélection et formation de nouveaux experts sensoriels et analyse de leurs performances
<i>Margaux</i>	Préparation du site à la mise en place du Food Defense
<i>Typhanie</i>	Mise en place et suivi d'études visant à améliorer la compréhension des produits cosmétiques par les consommateurs
<i>Anne-Claire</i>	Mise en place d'une cellule d'évaluation sensorielle adaptée aux produits de IVème gamme
<i>Céline</i>	Etude sur le vieillissement de pot à base d'œufs de caille + Etude sur des moyens de maîtrise de l'intégrité intestinale de la caille en élevage
<i>Georgia</i>	Formulation d'une gamme de produits à base de légumes destinée à l'étude de l'évolution alimentaire de jeunes enfants
<i>Youcef</i>	Gestion d'un projet en laboratoire d'analyses sensorielles
<i>Lucile</i>	Développement d'une gamme de produits innovants
<i>Johanne</i>	Participation à la mise en place d'un panel expert







Pâtisserie des Flandres fait craquer les Etats-Unis

L'entreprise du Nord a développé une gamme de crackers tartinables bien adaptés aux modes de consommation outre-Atlantique.

Créée il y a dix-sept ans à Ruinghem-lès, près de Lille, dans le Nord, Pâtisserie des Flandres propose une gamme de gaufres, gaufres-fourrées, gaufrettes pour l'apéritif et spécialités régionales. Après sa participation à différents salons professionnels, l'entreprise a été amenée à adapter son offre. «Aux Etats-Unis, les crackers sont souvent consommés avec du fromage ou de la charcuterie. Nous avons décidé de travailler nos recettes afin d'offrir des produits avec une aromatisation plus douce, une texture moins friable qui facilite le tartinage», explique Benoît Rousseau, gérant de la PME.

Les «Crispy French Crackers» sont ainsi déclinés en trois saveurs: ail-fines/herbes romain, pavot-poivre. Les produits ont été présentés aux Fancy

Food Show de New York, en juin dernier, et un importateur pourrait prochainement les commercialiser. «Nous comptons vendre 100.000 unités par an d'ici à deux ans.

L'export est un enjeu stratégique pour notre PME et nous avons déjà fait évoluer nos produits pour les rendre exportables en choisissant des recettes avec des D.U.O. suffisamment longues», précise encore Benoît Rousseau.

Derrière rebondissement l'entreprise a décidé de décliner le cracker américain en version française à l'occasion du Sial. «La réussite de cette innovation sur les marchés export, associée au développement sur le marché national, permettra l'entreprise à investir dans une nouvelle ligne de fabrication dans les douze mois», conclut-il. **U.G.**



Benoît Rousseau, gérant de Pâtisserie des Flandres, a présenté au jury des RIA Globes la gamme de crackers pour le marché nord-américain.



REPÈRES

- CA et IZ
- Effectif : 30 salariés
- Part à l'international : 5% fin 2013, 13% fin juin 2014

38 | L'Économiste 2014 RIA 0°360

