



VITRINE RÉFRIGÉRÉE

Ergonomie, esthétique, économie, hygiène, NE CHOISISSEZ PLUS !

Pour garantir leurs qualités hygiéniques, nutritionnelles et organoleptiques, les denrées alimentaires doivent être maintenues à une température constante. La vitrine réfrigérée est un équipement incontournable doté de multiples atouts adaptés aux évolutions du métier.

Isabelle Flayeux

Le respect de la chaîne du froid est une obligation adressée à tous les exploitants du secteur alimentaire, conformément aux réglementations françaises et européennes. Soumis à des contrôles de la Direction départementale de la protection des populations (DDPP), ils peuvent faire l'objet de sanctions en cas d'infraction. Éviter une rupture de la chaîne du froid, et par là même un risque d'intoxication alimentaire au consommateur, suppose des équipements de conservation adaptés. « Le respect des normes en vigueur en termes de réfrigération est fondamental. Tous les produits de charcuterie, notamment les non stables, nécessitent une attention particulière, présente Bernard Sautel, directeur du Groupe Seda, distributeur de mobiliers frigorifiques et équipements de magasins à Cheval-Blanc (84). Partant de ce prérequis, nous commercialisons des vitrines réfrigérées avec la classification 3M1 pour les charcutiers-traiteurs, identifiée par un pictogramme dans nos catalogues. » À Saint-Yrieix-sur-Charente (16), YD Création, concep-

teur et fabricant de vitrines réfrigérées, fait également du respect de la chaîne du froid une de ses priorités. « Notre objectif premier est de garantir une certaine température de manière à assurer une parfaite conservation des denrées présentées, précise Didier Moraud, gérant et commercial de l'entreprise, avant d'évoquer un second point essentiel. Pour autant, une vitrine réfrigérée devient de surcroît un outil de vente. Les clients qui entrent dans la boutique ont besoin d'avoir une vision facile et aisée des produits. L'idée est de mettre en valeur dans le magasin ce qui est fabriqué en laboratoire. Il faut donc concevoir une vitrine la plus esthétique possible, qui fasse du froid et avec une surface d'exposition ni trop haute, ni trop basse, ni trop profonde. »

Faciliter le travail et les économies

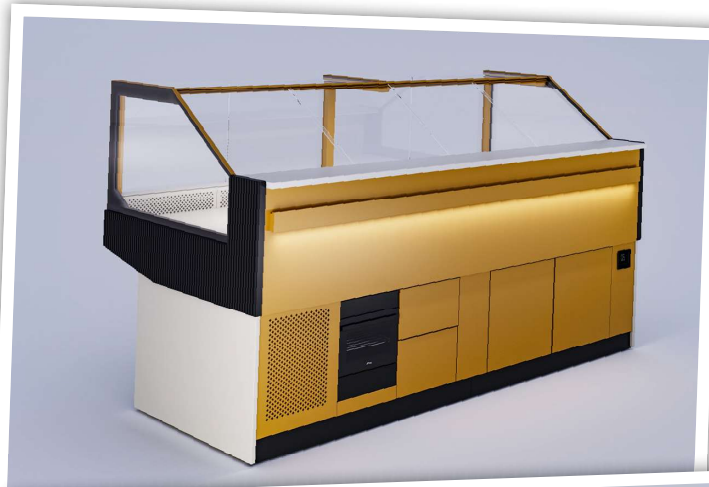
Au-delà de la qualité du froid et du visuel clientèle, les fabricants se focalisent sur d'autres critères. « Notre réflexion et nos innovations tournent autour de l'ergonomie et de la facilité de nettoyage. Une

vitrine doit être fonctionnelle car les professionnels s'en servent toute la journée, notamment pour y prendre des produits. Nous adaptons nos solutions selon les habitudes de travail de chacun », explique Didier Moraud. Un constat partagé par Bernard Sautel dont les équipements tiennent compte du confort de travail autant que de la taille de l'espace de présentation. « Disponible à l'automne, la nouvelle gamme Max améliore l'ergonomie grâce à une zone d'exposition plus haute et donc proche de l'opérateur qui a moins à se baisser. Les activités de service, de préparation et de nettoyage sont plus confortables. La tablette de travail est surélevée, la taille de la population française étant en progression. » La consommation énergétique est également au centre des préoccupations des professionnels du froid depuis quelques années et plus encore aujourd'hui. Le directeur du Groupe Seda souligne ainsi que « la vitrine MAX sera livrée de série avec un système de coulissant arrière. La production de froid est par ailleurs inversée pour tendre vers l'économie d'énergie. Souffler de l'air vers l'arrière évite le phénomène de condensation et de buée sur la vitre de façade et limite le recours à des ventilateurs antibuée. » Sur le sujet, le gérant de YD Création confie : « La meilleure énergie est celle qu'on ne gaspille pas. Nous privilégions l'installation de fermetures quand c'est possible et sans que cela devienne une barrière à la vente. D'autres professionnels préfèrent les rideaux qu'ils ferment à la pause méridienne afin d'éviter les déperditions. Nous choisissons également des ventilateurs et des éclairages de qualité et moins énergivores, tout en suivant les évolutions au niveau du gaz réfrigérant. »

Allier le fonctionnel à l'esthétisme

Distributeur depuis près de 50 ans, le groupe Seda commercialise des vitrines réfrigérées simples, au design cubique, et personnalisables. « À l'écoute des porteurs de projet, nous avons fait évoluer nos gammes sur des standards customisables. La famille MAX reste dans cette logique avec 7 longueurs, de 625 à 3750 mm, et 6 éléments angulaires. Elle offre un choix de près de 30 couleurs, des matériaux inchangés et un intérieur de cuve inox. Les vitres restent droites et s'ouvrent soit à la française, c'est-à-dire que les glaces frontales pivotent latéralement et la partie supérieure se relève à la verticale, soit ensemble avec deux vitres prises dans le même profil. » De son côté, YD Création dispose d'une équipe pluridisciplinaire en interne pour la fabrication sur mesure et travaille avec des installateurs, des architectes et des décorateurs qui pensent le magasin dans sa globalité. « Nous ne sommes pas des artistes de la couleur mais des artistes de la technique, parfaitement au fait du métier et des besoins de nos clients. Je fais souvent le comparatif avec le bijoutier qui expose ses créations derrière une belle vitrine en verre, sur une surface étudiée et avec un éclairage adéquat. Pour autant, l'aspect esthétique et design ne suffit pas. Une vitrine doit être belle mais reste un outil de travail et nous veillons à ce qu'il soit adapté à un usage quotidien. Grâce à une diversité de matériaux, de coloris et de formes, la conception de vitrines réfrigérées est presque sans limite et si nous n'avons pas les compétences en interne, nous faisons appel à un de nos sous-traitants. Le verre est une protection hygiénique et nous disposons de solutions d'ouverture très innovantes. »

www.ydcreation.com
www.groupeveda.com



Obtenir des aides

Les entreprises de moins de 50 salariés peuvent bénéficier de solutions pour protéger la santé de leur équipe et préserver leur activité. Vous pouvez percevoir une subvention nationale ou régionale dans le cadre de la mise en place d'actions pour réduire l'exposition des travailleurs à des risques fréquents et importants tels que les troubles musculosquelettiques (TMS). « Ces aides aux entreprises ont pour but de participer financièrement à l'achat d'équipement de prévention, de prestations de formation ou d'évaluation des risques », précise l'Assurance maladie. Ainsi, les artisans désireux d'investir dans une nouvelle vitrine, plus ergonomique, pourront obtenir une aide de la Carsat grâce à la nouvelle convention nationale d'objectifs signée pour 4 ans par la CNCT avec la Cnam. Pour cela, il suffit d'établir un contrat de prévention qui définit à la fois les objectifs sur lesquels vous vous engagez en matière de prévention des risques ainsi que les aides, en particulier financières, que votre caisse peut vous apporter.

Pour en savoir plus, rapprochez-vous de la CNCT.