

communiqué
24 janvier 2011

P
R
E
S
S
E



Les atouts Conserve en RHD

UPPIA 

Service presse
Dominique Goupillon / MSC, A communication
01 42 79 92 18
dominique.goupillon@mscacomunication.com

P

La boîte de conserve, inventée par Nicolas APPERT, dont on a fêté en 2010 le bicentenaire, a révolutionné les modes de consommation. Le marché des produits en conserve est aujourd'hui un marché mature qui se maintient au fil des années à un niveau de consommation élevé ; les innovations des producteurs de métal, des fabricants d'emballages et des conserveurs et le bon rapport qualité/prix des produits expliquent en partie cette situation.

Plus de 10 milliards de repas sont pris hors domicile en France, soit un repas sur 7 ! Des études prospectives laissent présager que la restauration hors domicile devrait représenter la moitié du budget alimentaire des Français à l'horizon 2020, avec une progression des dépenses allouées aux repas pris hors domicile de 2 à 4 %, soit 20 % des repas en dehors de chez soi en 2020... Autant de données significatives qui incitent l'Interprofession à communiquer sur les atouts de la Conserve auprès des professionnels.

La conserve en chiffres : du métal à l'assiette

L'industrie des produits appertisés en boîtes métallique est une filière importante qui regroupe producteurs de métal, fabricants d'emballages métalliques, agriculteurs, conserveurs. Son poids économique

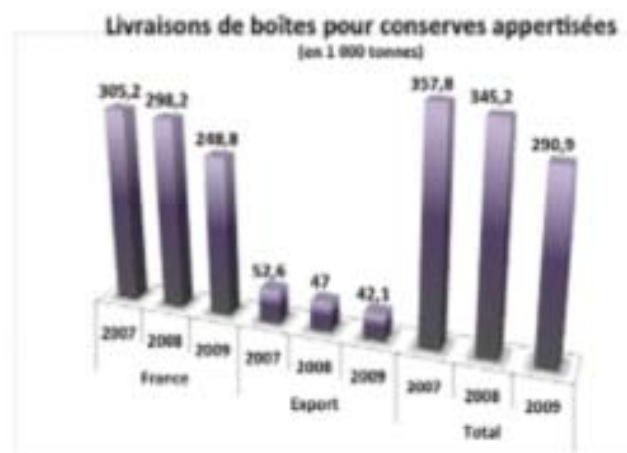
Le métal : acier et aluminium

Dans l'Europe des 27, la production d'acier brute représente, en 2009, 139 millions de tonnes, la France est le 4e producteur européen avec 12 840 000 Tonnes (9,2 % de la production européenne), derrière l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne. L'aluminium, quant à lui, est l'élément métallique le plus abondant au sein de l'écorce terrestre (8%). Sa production mondiale avoisine les 20 millions de tonnes de métal de première fusion et l'Europe représente 24% de cette production.

Le conditionnement : emballage métallique

Le secteur de l'emballage métallique en Europe

- ▶ représente :
 - plus de 200 usines
 - plus de 50.000 salariés
- ▶ approvisionne plus de 20.000 clients
- ▶ produit près de 17% du total des emballages utilisés (Source EMPAC).



Les conserveurs : une activité exportatrice en hausse

Les chiffres clés du secteur en France en 2009 :

- ▶ Production : 2,7 millions de tonnes.
- ▶ Consommation : 3,5 millions de tonnes.
- ▶ Chiffre d'affaires : 4,9 milliards €.
- ▶ Salariés permanents : 35 000.

Une partie importante de la production est exportée (32 % en 2009). 930 000 tonnes ont ainsi été vendues en dehors de nos frontières en 2009 dont 640 000 tonnes en légumes transformés pour lesquels la France est au premier rang européen des producteurs.

La consommation est approvisionnée de manière croissante par des produits importés du fait de la mondialisation des échanges, de la baisse régulière des droits de douane et de la montée en puissance de certaines industries en Asie ou en Amérique du Sud. A noter que l'importation de conserves de fruits exotiques, d'asperges ou encore de poissons est liée à la zone de récolte ou de pêche des matières premières et sont, en quelque sorte, inévitables. Les importations représentent 1,8 millions de tonnes pour un montant de 2,31 milliard d'euros. (Source FIAC)

La consommation à domicile

La conserve tient une place importante dans les assiettes des Français :

- ▶ 95 % des consommateurs interrogés déclarent acheter des produits en conserve
- ▶ 74 % déclarent en acheter régulièrement (au moins une fois par mois).

Les légumes arrivent en tête des produits achetés, suivis des poissons, des plats cuisinés, des pâtés, des fruits, des viandes et foies gras (source U&A - TNS Sofres 2010).

En France, 50 kg sont consommés en moyenne chaque année par habitant. Après une stabilisation des volumes en 2009, le marché repart à la hausse.

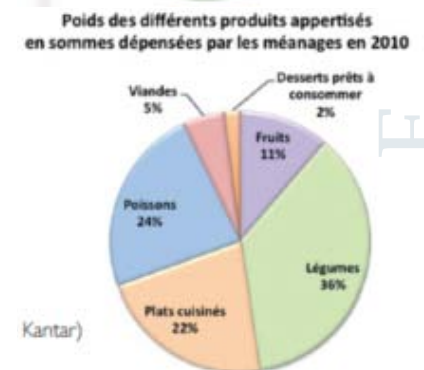
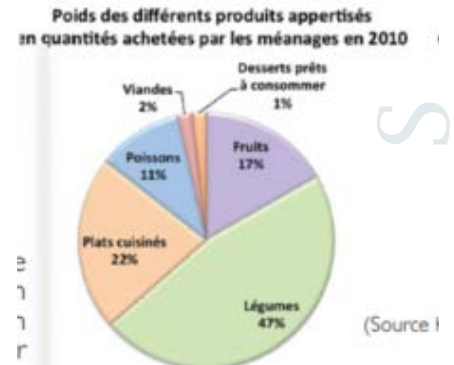
La consommation hors domicile

En restauration :

- ▶ 50% des professionnels interrogés utilisent des produits en conserve tous les jours
- ▶ 85 % d'entre eux en utilisent au moins une fois par semaine.

Ils les emploient principalement pour les entrées (89% très souvent ou souvent) ou pour accompagner les plats (87%), surtout dans la restauration collective.

La cuisine d'assemblage est de mise, puisque les conserves sont le plus souvent mélangées à des produits frais dans une préparation culinaire.



Diversité

Avec une gamme très large, les produits en conserve en boîte métallique offrent aux chefs de cuisine, restaurateurs, conseillers culinaires, responsables de restauration ... une multitude de recettes pour des menus équilibrés avec un excellent rapport qualité/prix et une sécurité alimentaire garantie. La boîte de conserve a su évoluer au fil des années et s'adapter aux exigences des professionnels. Ses différents types et formats leur permettent une utilisation au plus près de la demande.

Nutrition

La diversité de la conserve offre des avantages nutritionnels reconnus. Vitamines, Oméga 3, sels minéraux sont présents dans la conserve et permettent de maintenir un engagement nutritionnel qui n'est pas toujours facile à suivre. Or, les enjeux posés à la restauration collective doivent être pris en compte par les chefs. Mais les allégations santé risquent d'être de plus en plus contrôlées. La conserve apporte non seulement des solutions vérifiées mais aussi faciles à mettre en œuvre

Praticité

Les conserves appertisées sont prêtes à l'emploi : elles facilitent la gestion du temps hommes à la préparation des menus. Les gains en consommation d'énergie sont significatifs et impactent sur la gestion financière des établissements de restauration

Les gammes de produits sont adaptées au mode de production culinaire centralisé en liaison froide.

Avec une DLUO courte (de 2 à 5 ans) et sans contrainte de stockage, la conserve en boîte métal facilite les politiques d'achat et la gestion des stocks des professionnels de la restauration.



“Eco-citoyenneté”

Depuis quelques années, les enseignes de restauration commerciale multiplient les communications environnementales :

- ▶ Mc Donald's et son unité "verte" de Beaugrenelle (Paris),
- ▶ Quick et son Institut organisé autour des 3 volets, nutrition, environnement et ressources humaines,

Pour la restauration collective publique, le Grenelle de l'environnement prévoit 20% de produits bio dans la composition des repas en 2012 ...

Ces données montrent que le développement durable est au coeur des préoccupations de la restauration hors domicile et les approvisionnements y jouent un rôle majeur (produit et conditionnement). Dans ce contexte, la Conserve a toute légitimité pour revendiquer une place de choix. Elle permet aux cuisiniers de réaliser simplement et rapidement une assiette composée, un hors-d'oeuvre, un plat chaud... en limitant les dépenses d'énergie (nul besoin de rallumer le piano, nul besoin de stocker au froid, etc.).

La conserve est 100% recyclable. Le taux de recyclage des emballages métalliques en France est de 68 % pour l'acier et d'environ 48 % pour l'aluminium.

Par ailleurs, Les aliments en conserve sont simples à transporter, à stocker, car ils ne nécessitent pas de chaîne du froid. Ce qui limite de manière très significative leur consommation d'énergie !



Selon une étude réalisée à la demande de l'UPPIA, en 2009, par le cabinet MICA, auprès des professionnels, la conserve en boîte métallique en restauration jouit d'une bonne image en termes de :

- ▶ praticité,
- ▶ économie,
- ▶ mode de conservation.

La connaissance de ses atouts environnementaux, notamment sa recyclabilité, s'ancre progressivement dans les esprits, ce qui est un point important notamment en restauration collective avec la prise en compte croissante de cet aspect dans les politiques d'achat.

En revanche, les conclusions de l'étude montre qu'il s'avère opportun de renforcer l'information sur les qualités des produits en conserve tant gustatives que nutritionnelles, puisque ces éléments restent les 2 points qui s'affichent en retrait dans les critères de perception et d'image de la conserve et constituent dans certains cas des freins à l'achat.

Forte de ces conclusions, l'UPPIA poursuit ses actions collectives en faveur de la Conserve pour valoriser, mieux faire connaître et informer sur ses atouts.



Tous les acteurs du secteur pourront découvrir en 2011 une campagne de publicité dans la presse professionnelle, initiée en avril 2010, mettant en avant les atouts majeurs de la conserve, une campagne conçue en résonance avec la campagne télévisée.

En hors media, l'UPPIA développe des outils d'information mis à la disposition des professionnels :

- ▶ le Guide de la conserve en restauration, qui en 32 pages recense des informations dédiées au process, à la législation, aux règles d'utilisation et propose des idées recettes.
- ▶ le site internet www.laconserve.com, relooké au 1er trimestre 2011, avec sa rubrique dédiée aux professionnels de la restauration
- ▶ des communications en cuisines centrales et animations en restauration scolaire (mars 2011)

Afin d'approcher et de faire découvrir les produits appertisés aux collégiens, lycéens et étudiants en hôtellerie et restauration - les professionnels de demain - l'UPPIA, en partenariat avec l'Education Nationale, développe des supports et des actions à la fois pédagogiques et impliquantes :

- ▶ le Concours des Jeunes Toques de l'appertisé
- ▶ un DVD pédagogique dont une déclinaison web verra le jour en 2011
- ▶ ...

