

La hausse des prix des matières premières s'intensifie au cours du second trimestre 2011

Conjoncture

La hausse des prix à la production des produits des industries agroalimentaires est de plus en plus intense, en lien avec la fermeté des cours des matières premières. Selon Agreste Conjoncture d'octobre, cette tendance à la hausse s'est amorcée au début 2010. Au deuxième trimestre 2011, les prix se rapprochent du niveau du 2e trimestre 2008, lors de la précédente flambée des prix. Les huiles et graisses végétales et animales et les céréales et produits amylacés augmentent fortement (respectivement +26% et +20% par rapport au 2e trimestre 2010). Entre le 2e trimestre 2010 et le 2e trimestre 2011, le prix des poudres de lait augmente de 16%, celui du beurre de 10%. Le prix des produits laitiers de grande consommation augmente de manière plus modérée (+5% pour les fromages et +4% pour les yaourts). Stimulé par une demande étrangère dynamique, le prix des boissons s'accroît légèrement (+3,7%) ; le prix des vins et du champagne augmente de 8%. De même, les prix à la production des produits à base de poisson, des viandes de volailles et des cafés et thé transformés augmentent par rapport au 2e trimestre 2010, en lien avec la hausse des prix des matières premières. Les prix progressent de manière plus modérée pour l'ensemble « cacao, chocolat et produits de confiserie » (+2%), les plats préparés (+2%) et les aliments homogénéisés et diététiques (+1%).



La D.A. bientôt K.O. ?

Par Laurent Estèbe, Rédacteur en Chef

Ce soir, l'Europe joue peut-être l'une des pages les plus importantes de son histoire. Enrayer la crise de la dette et sauver l'euro ! Une crise qui touche bien sûr toutes les entreprises de nos filières. Mais il en est qui le sont peut-être encore plus que d'autres. Ainsi, les professionnels de la Distribution Automatique semblent être en première ligne. Jean-Marc Nigond, président de la Navsa (Chambre syndicale de la Distribution Automatique) s'en inquiète dans un communiqué paru hier. Il dénonce un contexte économique difficile, entraînant notamment une baisse de la consommation en entreprise. Il indique également que les entreprises de la DA sont « aujourd'hui à un tournant critique de leur activité » face à la hausse structurelle de leurs coûts. La Navsa envisage donc, et pour la première fois depuis 10 ans, une augmentation des prix de vente au distributeur. Comme on peut le constater chaque semaine dans Savours & Co, c'est aussi la flambée des prix des matières premières (café et sucre par exemple), démarrée en 2002, et qui s'est accentuée depuis 2009 (voir ci-dessus), qui touche les entreprises, fabricants, importateurs, fournisseurs de la DA. Les assauts de marchés très instables ont donc eu raison de leurs marges. La DA est elle aussi à un tournant de son histoire, et se retrouve devant une situation intenable. La hausse des prix est donc inéluctable !

Speedburger veut se développer sur le bassin méditerranéen

Restauration Rapide

Speed Burger, réseau en franchise de livraison de burgers « à la française », donne rendez-vous aux candidats à la franchise au salon Top Franchise Méditerranée (Palais de la Bourse de Marseille), les 14 et 15 novembre prochains. Les responsables de l'enseigne seront présents sur le stand n°68. À raison d'une dizaine de nouveaux magasins chaque année, Speed Burger est fidèle à une politique de déploiement maîtrisé. Actuellement, sur les 40 implantations que compte l'enseigne, sept sont installées en région PACA et Languedoc-Roussillon. En effet, Speed Burger s'est déjà implanté à Aix-en-Provence et Marseille, Toulon, Nice, Montpellier, Castelnau et Béziers. Jean-Denis Mouro, directeur des opérations de l'enseigne a dévoilé les objectifs 2012 de Speed Burger : ouvrir 4 magasins supplémentaires sur le bassin méditerranéen. Trois villes stratégiques sont à prendre : Avignon, Nîmes et Perpignan. Marseille, Nice et Toulon disposent chacune du potentiel requis pour accueillir un à deux points de ventes supplémentaires. Speed Burger devrait compter en 2011, 8 restaurants supplémentaires.

France Boissons et les ventes de vin en CHR

Boissons

France Boisson a organisé une table-ronde le 17 octobre dernier sur le thème « Evolution de la consommation en France : impacts et enjeux sur la commercialisation en CHR ». Présidée par Roland de Boissieu, directeur régional Ile de France France Boissons, cette rencontre a démontré qu'il fallait « désacraliser le vin ». Chez « Chai 33 » par exemple, restaurant spécialisé dans la dégustation de vin à Paris, pas de sommelier, réputé trop technique pour la clientèle. « On a cassé la barrière ! ». Le développement des ventes de vin au verre, montre que ce choix est une des solutions de croissance. Mais, tous les professionnels ont été unanimes sur une chose : la notion de plaisir est le levier !

Le Sirha Genève jouera la carte de la créativité

Salon

Sirha Genève est un concept imaginé et conçu pour répondre aux attentes des professionnels franco-suisse de l'hôtellerie, de la restauration et des métiers de bouche. Alliant l'expérience de Palexpo et du Sirha, le salon dévoilera les nouvelles tendances du secteur aux 12 000 visiteurs attendus. En plus d'une offre complète en produits et matériel, les 200 exposants présents proposeront de nombreuses animations. Le maître mot de cette seconde édition qui se tiendra du 5 au 7 février 2012 à Palexpo, sera la créativité. Ainsi, l'espace Concours du salon accueillera le Bocuse d'Or Suisse, le Trophée Chef et Designer et la première étape du Omnivore World Tour, le premier festival mondial de cuisine.

Un nouveau siège pour General Mills France

Entreprise

Reflétant une croissance continue, General Mills France (Häagen-Dazs, Géant Vert, Old El Paso) vient d'investir son nouveau siège à Vélizy (Yvelines). Les nouveaux bureaux sont situés au sein d'un bâtiment de « Haute qualité environnementale ». « Les nouveaux locaux reflètent les ambitions d'accélération de l'entreprise et de nos marques » explique Olivier Faujour, PDG de General Mills France Benelux, Iberia et Italie. Les postes de travail sont organisés dans des espaces ouverts qui permettent une fluidité de la communication et du partage. Les équipements techniques facilitent l'échange, le transfert de données plus rapide via une augmentation de la vitesse du serveur et du réseau.

Subway® s'installe au cœur du Parc commercial « So Green » de Seclin

Restauration Rapide

Subway®, leader mondial de la restauration rapide en franchise, a inauguré mercredi 19 octobre le 42^e restaurant de la région Nord à Seclin. Cédric Krzyzosiak, multi franchisé Subway® a choisi le parc commercial So Green® de la zone Unexpo pour implanter son second restaurant : 16 000 m² d'espaces verts prédominants et de boutiques consacrées à l'habillement, à l'aménagement de la maison ou encore à l'équipement. Cette génération de centre commercial boisé, sans voitures et plus respectueux de l'environnement inaugure une nouvelle façon de consommer et de faire ses achats dans un cadre paysager. Un atout majeur puisque la clientèle, familiale notamment, bénéficie d'un cadre inédit pour se restaurer entre deux virées shopping ou lors d'une balade dans le parc. La simplicité de l'offre et la flexibilité du concept de restaurant Subway® sont particulièrement bien adaptées à ce type d'implantation périphérique. La fabrication des sandwiches, salades et wraps ne nécessite pas d'installations lourdes et limite les impacts sur l'environnement immédiat du restaurant : pas de friture, pas d'odeur, pas d'extraction de fumée. D'autre part, la taille du restaurant peut s'adapter à toutes sortes de configurations locales. Ces nouvelles zones de chalandises en forte croissance offrent de belles opportunités et représentent un maillon essentiel dans la stratégie globale de développement de Subway®, qui compte s'intégrer de plus à en plus à des projets très porteurs d'urbanisme plus respectueux de l'environnement. Présent en France depuis 2001 Subway® compte 289 établissements répartis sur l'ensemble du territoire. En 2009, pour la 17^e fois en 20 ans, Subway® est classé 1^{er} opportunité de franchise mondiale par un magazine américain spécialisé.

Un Jus de Langoustine rôtie prête à l'emploi avec Joël Rebuchon pour Ariake Pro

Restauration

Ariake Pro présente aux professionnels de la restauration un Jus de Langoustine Rotie, prêt à l'emploi, disponible en poche de 400ml. Composée de 76,3% de langoustine, d'eau, de concentré de tomate, sucre et piment rouge, ce jus est sans exhausteur de goût (glutamate), sans arômes artificiels, sans colorants et sans conservateurs. Une poche, correspond à environ 40 portions. Le jus est à réchauffer au bain marie (5 à 10 min) ou au micro-onde (40 sec. A 800W). A chaud, ce jus de langoustine rôtie valorise les poissons, coquillage, crustacés et peut être utilisé en base de travail pour des jus corsés ou aromatisés, ou encore des sauces crémeuses. A froid ou tièdes, le jus peut se travailler en vinaigrettes ou sauce. Le plus, des recettes exclusives du chef Joël Rebuchon. Le Jus peut se conserver 12 mois dans un endroit sec et frais dans son emballage d'origine et 24h maximum au réfrigérateur après ouverture.



Horreto attend le résultat de l'appel d'offre de la Gare de Lyon

Tout le monde retient son souffle dans l'attente des résultats de l'appel d'offres de la plateforme jaune de La Gare de Lyon à Paris. C'est notamment le cas pour Horreto, dont la candidature a été retenue. L'entreprise a achevé cette année une réorganisation complète avec l'émergence de deux pôles majeurs : l'un voué à la restauration commerciale sous contrat, son métier d'origine, et l'autre dédié au développement de l'activité Traiteur Organisateur de Réception (TOR). Avec toujours comme créneau principal le haut de gamme. A suivre !

Komodo, une nouvelle gamme d'assiettes festives pour la restauration rapide et la VAE

Equipement

Les restaurations rapides et à emporter vont passer à l'heure des fêtes de fin d'année. Mais sur un marché en constante évolution et de plus en plus concurrentiel, voici une bonne nouvelle pour les professionnels qui veulent se démarquer avec Comatec. Le fabricant de vaisselle haut de gamme à usage unique, présente en effet Komodo, une nouvelle gamme d'assiettes en fibre de canne biodégradable aux formes très valorisantes pour les fêtes. Chaque assiette peut recevoir un couvercle transparent en RPET (recyclé et recyclable). Komodo est une gamme idéale pour la VAE, et se décline en quatre dimensions (90x90, 180x90, 180x180 et 270x90).



Une journée spéciale « Handicap » pour Flo

Restauration

Pour marquer son engagement dans l'intégration du handicap, le Groupe Flo, organise la première journée nationale de sensibilisation au Handicap ce jeudi 20 octobre 2011 dans les restaurants du Groupe. L'opportunité pour plus de 300 travailleurs handicapés de découvrir les métiers de la restauration, de susciter des vocations et de créer des envies dans plus de 170 restaurants sélectionnés à cet effet sur toute la France. Une initiative unique dans le secteur de la restauration. Un à deux travailleurs handicapés par restaurant partageront le quotidien de professionnels le temps d'un service. En cuisine et en salle, ils auront une journée entière pour s'immerger dans les métiers de la restauration.

Sodebo enrichit sa gamme des Pastabox avec de nouvelles recettes originales

Snacking/ GMS

Ce sont plus de 27 millions de Pastabox qui ont été vendues depuis leur lancement... Mais pour Sodebo, pas question de s'endormir sur ses lauriers. La marque leader propose de nouvelles recettes mais aussi de nouveaux formats destinés aux hommes et une nouvelle collection « Wanted » en édition limitée. Et une fois n'est pas coutume, honneur aux hommes avec 4 recettes dans un format de 400 grammes (le format classique étant de 300g). Les « XTREM » sont cuisinées avec de nouvelles pâtes fraîches appelées Radiatori et plus de viande. « XTREM », ce sont quatre recettes incontournables : Radiatori Carbonara, Radiatori bolognaise, Radiatori fromages italiens et Radiatori jambon champignon à la crème. PVC conseillé à 3,70 euros.

Une nouvelle collection fait également son apparition, « Wanted ». Sodebo lance cette Edition Limitée originale avec des recettes audacieuses. A commencer par les Fagottini aux fromages italiens et sauce tomate pimentée. Le pack annonce la couleur avec ses piments recherchés pour flagrant délire ! Et oui, de quoi pimenter le déjeuner. Puis les Fusilli Wanted, garnies de « jambon cru sur paroles » et d'asperges vertes « jugées redoutables » affichées pointes en l'air sur le pack. PVC conseillé à 3,40 euros.

Enfin, Sodebo a concocté trois nouvelles recettes de tortellini, qui sont la référence de la gamme Pastabox. Tout d'abord la Tortellini Bœuf sauce Bolognaise (tortellini frais farcies avec viande de bœuf et sauce bolognaise), la Tortellini Jambon sauce Carbonara (tortellini frais farcis avec du jambon cuit et du jambon speck) et la Tortellini Fromages Italiens sauce Parmesan (tortellini frais farcis avec de la ricotta, de la mozzarella et du grana padano, accompagnés par une sauce au parmesan et à la crème fraîche relevée d'oignons). PVC conseillé 3,20 euros.



Les boissons auto-chauffantes de Nutripause

Snacking

Nutripause, marque commerciale de Copadis, lance des boissons auto-chauffantes qui répondent aux attentes des personnes actives en quête d'une boisson chaude de qualité proposée dans un conditionnement fonctionnel et respectueux de l'environnement. A tout moment et en tout lieu ! Pause déjeuner ou café, au bureau, sur un chantier, un séminaire, une convention, un salon... à l'hôtel, en station-service, au cinéma. Ou encore à l'occasion d'un événement sportif ou culturel, en pique-nique ou en promenade, dans les bagages, au golf, à la pêche, en randonnée. Bref une solution simple et rapide pour avoir une boisson chaude en toute situation. Les boissons auto-chauffantes Nutripause sont destinées aux univers Snacking de tous les réseaux, circuits de distribution jusqu'à la D.A. Dans la proximité, elles sont présentes sur les comptoirs caisses des magasins dans des Coffrets spécifiques « Découverte ».



Un livre pour André Barreteau, (La Mie Câline)

André Barreteau, fondateur de « La Mie Câline », président de la FEBPF (Fédération des industriels de la Boulangerie-Pâtisserie françaises) jusqu'en juin dernier, a trouvé le temps de tremper sa plume dans l'encrier pour restituer dans un ouvrage de 200 pages les valeurs, les ambitions et les rêves qui l'avait motivé dans son parcours de manager, en narrant ses réussites comme ses échecs. Dans son livre, André Barreteau, donne le moyen pour celles et ceux qui veulent se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise, de réussir sans trébucher ni regretter leur choix sans jamais livrer de recettes toutes faites ou éprouvées. Pour commander l'ouvrage : www.lamiecaline.com

Les nouvelles mini quenelles Saint Jean

GMS

Saint Jean enrichit sa gamme en proposant des mini quenelles à poêler nature. A base d'œufs frais et de semoule de blé dur, ces mini quenelles sont croustillantes à l'extérieur et fondantes à l'intérieur, idéales en salade ou apéritif. Prêtes en 5 min à la poêle, elle sont disponible en GMS à un prix de vente conseillé de 1,80 à 1,95 euros.



Le nouveau procédé de transformation de viande Osmofood© a séduit l'armée américaine

Snacking

La SRC (Structure de recherche sous contrat qui apporte son appui et ses services aux professionnels de l'aval de la filière viande) et ADIV (Association des Structures de Recherche sous Contrat qui fédère une trentaine de structures privées de R&D réparties sur tout le territoire français) ont développé un procédé industriel en continu utilisant la technologie OsmoFood© dans le but d'élaborer des produits séchés à base de viandes de toutes espèces. L'ADIV a signé le 21 avril 2011 un contrat avec l'US Army pour mettre au point cette nouvelle technologie permettant d'élaborer des produits à base de viandes, stables à température ambiante et nutritionnellement optimisés, qui seront consommés par les soldats américains lors d'opérations. Ce projet a fait l'objet au cours de l'année 2010 d'études de faisabilité avec la fabrication de différents échantillons à base de viandes de bœuf, de porc et de volaille, de poisson et de mix de viandes et de légumes ou de viandes et de fruits. Les produits élaborés par cette technologie ont fait l'objet de tests de vieillissement et de tests de dégustation auprès des soldats sur les lieux d'intervention. « Les résultats sont très satisfaisants avec notamment des intentions de re-consommation de la part des soldats qui avoisinaient les 95% quelle que soit leur culture d'origine » précise Alain Peyron, Délégué général opérationnel de l'ADIV. La technologie OsmoFood© développée est un procédé unique et sécurisé reposant sur deux principes : la déshydratation des viandes et une alimentation en continu du produit. Le procédé s'applique à tous types de viandes. Sur le plan nutritionnel, les produits présentent des teneurs en sel et en matière grasse deux fois inférieures à ceux des produits traditionnels de référence » explique Alain Peyron. De plus, le procédé mis au point offre une grande souplesse d'investissement, de fonctionnement et de capacité, tout en garantissant une sécurité sanitaire optimisée afin de répondre aux exigences des consommateurs. Les travaux de recherche permettent d'introduire sur le marché mondial un procédé de fabrication permettant de concevoir des snacks à base de viandes déshydratées.

Zoom sur...

- Perspectives de croissance modestes en restauration à l'horizon 2013.
- La nutrition-santé passage obligé pour la RHF.
- La mue du « Fast Food » vers le « Fast Good » est bien engagée.

L'axe nutrition-santé, enjeu crucial pour la RHF à l'horizon 2013

Selon les experts de Xerfi, le marché de la restauration hors foyer sera sous pression jusqu'en 2013. Face aux menaces sur le pouvoir d'achat (inflation, tensions sur les salaires), les Français procéderont à des arbitrages défavorables aux dépenses de restauration. La restauration commerciale (rapide et traditionnelle) pâtira ainsi des sorties plus limitées des consommateurs au restaurant. Néanmoins, la croissance de l'activité se poursuivra mais sur un rythme moins soutenu. Selon les prévisions des experts de Xerfi, la hausse de l'activité (en volume) sera de 1,5% pour le segment traditionnel et de 2,5% pour le segment rapide en 2013. Si la restauration collective opère sur des marchés (enseignement et santé-social) peu sensibles à la conjoncture, les négociations avec ses clients resteront tendues. Dans son scénario exclusif à l'horizon 2013, Xerfi analyse aussi l'environnement économique de la restauration.

Le « nutritionnellement correct » à la loupe

Les groupes de restauration collective et commerciale, comme l'ensemble de la filière alimentaire, ne peuvent plus négliger la tendance au « nutritionnellement correct ». Ils doivent en effet s'adapter à la nouvelle donne réglementaire émanant de la multiplication des initiatives des pouvoirs publics en faveur de la nutrition et de la santé : Programme national nutrition santé (PNNS), plan

obésité, etc. Les opérateurs de la RHF doivent également répondre aux attentes des consommateurs, en quête de produits sains et bons. Le lien entre alimentation et santé est en effet de mieux en mieux établi par les Français, une tendance qui offre des perspectives aux industriels agroalimentaires et aux acteurs de la RHF.

L'axe nutrition-santé entre opportunités et contraintes

Compte tenu du contexte économique, des attentes des consommateurs et des évolutions réglementaires, les groupes de restauration sont contraints de revoir leur positionnement. Xerfi a analysé dans cette étude les enjeux et les orientations stratégiques des spécialistes de la RHF par rapport à l'axe nutrition-santé à travers plusieurs études de cas. Il en ressort que les groupes de la restauration collective revisitent leurs recettes (moins de sel, de sucre, de matière grasse) et développent des programmes dédiés à certaines populations pour se conformer à une réglementation plus contraignante. Les acteurs de la restauration commerciale de leur côté, surfent sur la tendance. La mue du fast food vers le fast good est bien engagée comme en témoigne le foisonnement de concepts liés au fast food sain. Avec les salades, les sandwiches sans matière grasse mais aussi les fruits et légumes, les nouvelles enseignes (Cojean, Green is

Better, Exki...) proposent une offre alimentaire équilibrée et plus onéreuse en moyenne que celle de la restauration rapide classique. Mais avec l'abondance de l'offre, différencier les concepts devient plus difficile. Sans oublier les contre-offensives des acteurs « traditionnels » de la restauration rapide qui n'ont pas tardé avec, par exemple, le concept de bar à salades de McDonald's en test depuis fin 2009. Dans la restauration traditionnelle, les avancées en matière de nutrition sont plus timides, voire quasi inexistantes. Pourtant, quelques initiatives émergent à l'image de la cafétéria de Cora avec son programme « Savourez l'équilibre » lancé en 2009.

IAA et grossistes RHF adaptent leur offre

Business units spécialisées dans le foodservice et grossistes en RHF ne peuvent pas non plus faire l'économie de la dimension nutritionnelle pour élaborer leurs produits. Au-delà de leur nécessaire adaptation aux textes en vigueur et aux attentes des consommateurs, les majors du secteur vont même jusqu'à offrir des services sur mesure aux restaurateurs. Il s'agit alors de menus type respectant l'équilibre nutritionnel, voire du développement de logiciels d'aide à la composition de menus à l'intention notamment des acteurs de la restauration collective. C'est le cas du logiciel e-Quilibre du grossiste Transgourmet.

Chaque semaine l'info professionnelle de vos filières

Bulletin d'Abonnement

Abonnement aux 2 newsletters, soit 60 parutions par an. Envoi en fichier pdf.

- Abonnement 6 mois à 40 € au lieu de 50 € (Hors Promo)
- Abonnement 1 an à 70 € au lieu de 100 € (Hors Promo)
- Abonnement supplémentaire 1 an à 50 € l'unité au lieu de 70 € (Hors Promo)

Nom/Last Name : _____

Prénom/ First Name _____

Société/Firm : _____

Adresse : _____

Ville/City : _____ Code Postal : _____

Pays/Country : _____ E-mail : _____

Signature :

**Abonnement
1 an...
60 parutions !**

*Règlement par chèque libellé à l'ordre de :
E. Laurent Estèbe*

*Retournez votre Bulletin d'Abonnement accompagné
de votre règlement à :
LAURENT ESTEBE EVENT
26, rue Claude Decaen – 75012 Paris*

*Pour tout renseignement n'hésitez à nous contacter à
l'adresse e-mail suivante : savoursandco@yahoo.com*