



**Un événement RHF unique à Packforum :**  
**TASTEMAKERS,**  
**vers un cercle de qualité vertueux**

**Les concepts d'emballage innovants : vecteurs de qualité et de praticité, partie intégrante de votre modèle économique.**

Les 21 et 22 octobre, Packforum®, le centre Clients Permanent de Sealed Air Cryovac, a accueilli 70 représentants de 45 entreprises de production, distribution et équipements du secteur de la restauration hors foyer (RHF), venus d'Europe, d'Afrique, du Moyen-Orient, des Etats-Unis et de Nouvelle Zélande, à l'occasion de cet événement. Par leurs présentations et démonstrations, les conférenciers, les techniciens et les chefs cuisiniers, ont apporté un éclairage nouveau sur les opportunités et les contraintes particulières que rencontrent les différents acteurs intervenant dans la fourniture de repas hors foyer.

A l'issue du séminaire sur les tendances du marché européen de la RHF et de ses différents segments, animé par des experts de l'industrie, les participants se sont détendus au cours d'une « visite-déjeuner ». Celle-ci leur a permis de découvrir comment, dans des secteurs aussi divers que le service à la personne, les distributeurs de plats préparés et de plats surgelés, la restauration aérienne, les sandwiches chauds, et les cafeterias et banquets, les innovations en termes d'emballage peuvent être à l'origine d'expériences de consommation agréable et pratique. Et pour prouver que des concepts de plats préparés de qualité peuvent être inspirés par la grande cuisine, les participants ont tous été invités pour un dîner et des démonstrations dans la toute nouvelle Ecole de Cuisine Alain Ducasse à Paris.

***Les tendances du marché européen du foodservice***

“En Europe, chaque seconde, vingt et un mille repas sont servis hors foyer” a rappelé Peter Backman, le Directeur Général d'Horizons pendant sa présentation d'ouverture. “Les ventes d'aliments et de boissons aux consommateurs s'établissent à 359 milliards d'euros en 2008, soit un chiffre supérieur à celui de l'automobile. Horizons, une société basée en Angleterre et spécialisé dans l'étude de la RHF, a mis en évidence de nombreuses opportunités dans ce secteur et particulièrement dans le cadre d'un redémarrage possible de l'activité économique après 2010.

Bien que chaque nation ait ses habitudes, la tendance vers le "décontracté rapide" et un mode de vie frugal bénéficie à la restauration et aux distributeurs de sandwiches. La plus grande chaîne de restauration rapide européenne, McDonald's, a vendu pour 15 milliards d'euros de nourriture et boisson en 2008, alors que Yum! et Burger King ont réalisé plus de 2 milliards d'euros chacun. Avec le vieillissement de la population, on attend une croissance de la demande de prise en charge des personnes trop âgées pour cuisiner leurs repas elles-mêmes, tandis que les contrôle de coûts devraient conduire les entreprises, les écoles et les hôpitaux à passer des contrats de restauration. Les économies émergentes d'Europe centrale et de l'Est représentent notamment un fort potentiel. Les perspectives semblent moins prometteuses en ce qui concerne les repas pris à l'hôtel et en avion, car les voyageurs ont de plus en plus tendance à s'alimenter à l'aéroport et au restaurant.

La reprise économique pourrait signifier un « retour à la normalité », avec focalisation sur les prix, le besoin fondamental de rentabilité et un souci constant d'innovation. Le nombre de points de vente pourrait être inférieur à son niveau actuel de 2.960.000. De façon générale, les coûts devraient rester stables dans les prochaines années, tandis que les prix de vente devraient augmenter. « Bien qu'il soit possible que nous n'ayons pas vu le pire de la récession, il y a des opportunités à saisir, à un moment où la situation concurrentielle est particulièrement tendue. Maintenant, vous pouvez innover pour construire l'avenir », a conclu Peter Backman.

#### ***Un service repas à l'hôtel 24 heures sur 24***

Hieu A. To, le Directeur de la restauration de l'Hôtel Raphaël à Paris et Président de l'Association française des Directeurs de restauration hôtelière, a évoqué le défi consistant à proposer à tout moment dans les hôtels des repas de qualité. La restauration représente environ 30% du chiffre d'affaires des hôtels en France, et le seul service en chambre, 12% à 15%. Le repas en chambre le plus vendu reste le classique sandwich-club « poulet et bacon », ce qui n'exclut pas, parfois, quelques demandes excentriques. « Les clients sont toujours pressés, ils veulent tout, tout de suite. Maintenir une qualité constante est difficile, et un mauvais petit déjeuner, avant de partir, laisse une impression désagréable ». Les réclamations concernant le service en chambre sont fréquentes, d'autant plus que l'entrée du personnel dans la chambre est ressentie comme une intrusion dans l'espace privé des clients.

Hieu A. To considère qu'une nourriture de qualité est un puissant facteur de différenciation pour les hôtels. Il a assuré aux participants que, dans l'hôtellerie, de nombreux Chefs sont à l'affût de techniques innovantes pour proposer variété et qualité constante à leurs clients.

#### ***Le sandwich : un repas pour le 21<sup>ème</sup> siècle***

Les sandwiches sont un succès mondial, a déclaré Udo Baumann, Vice-président d'Electrolux Professionnel. En fait, ils sont « le marché le plus florissant du monde ». Les gens ont moins de temps et d'argent à dépenser pour leurs repas. Dans des villes comme Amsterdam et Stockholm, plus de la moitié de la population est célibataire. « Ils vivent dans les cafés! » a remarqué Udo Baumann. Et pourtant ils sont toujours pressés. « Les études montrent que les clients s'en vont s'ils doivent faire la queue plus de trois minutes.

Qu'est ce qui fait un sandwich à succès ? Il doit être facile à manger et avoir une apparence et un goût délicieux. Etre bon pour la santé est un avantage, mais parfois les consommateurs fuient les offres « santé » au profit de leur nourriture favorite (comme les frites à faible teneur en matières grasses). Le poulet en garniture est ce qui marche le mieux, suivi du fromage, du jambon, des œufs, et du poisson bien plus qu'on ne pourrait s'y attendre. Le prix de vente moyen d'un sandwich est de € 2,45 et ce prix baisse. "Ce que vous devez vraiment faire," a recommandé Udo Baumann, « c'est changer un snack bas prix en un sandwich-déjeuner - ce qui signifie qu'il faut le réchauffer ».

Malgré la mondialisation, la nourriture a une dimension culturelle et chaque marché est différent. L'Allemagne n'a pas de statistiques officielles sur le sandwich, mais le potentiel est énorme avec 17488 points de vente potentiels – depuis les coffee shops jusqu'aux stations-service. La France est le marché d'Europe à plus forte croissance, bondissant de 11% en 2008 pour atteindre 4 milliards €. Et c'est le seul pays où les clients veulent s'asseoir pour consommer ! Le marché britannique du sandwich représente environ 2,2 milliards € / an et croît à un taux de 5%. De plus, les voyageurs grignotent de plus en plus de sandwiches sur les vols à bas prix.

Dietmar Többen, le Directeur Général d'Empy System Food GmbH, est un exemple vivant du succès du sandwich. Quand il a lancé son premier tortilla frais et surgelé il ya trois ans, les clients en Allemagne étaient perplexes et réticents. Mais l'originalité, la préparation, la manipulation facile et les bonnes conditions microbiologiques dans le temps ont attiré l'attention. Désormais, les 24 recettes d'Empy sont un véritable succès auprès des compagnies aériennes ainsi que de l'armée allemande, où elles sont servies dans 70% des cantines. Airbus a installé 180 distributeurs qui proposent des sandwiches Empy à ses 10.000 salariés en Allemagne.

"Le marché a changé : les décideurs cherchent la commodité", a témoigné Dietmar Többen. Les consommateurs, par exemple, apprécient les barquettes de Cryovac® qui vont au four et qu'on peut manipuler à mains nues. "À 210° Celsius! Je ne sais toujours pas comment ça marche, mais ça marche !" Et le grill rapide Electrolux qui fait un panini doré en 50 secondes est également très apprécié.

#### ***Distribuer la nourriture aux hôtels, restaurants et traiteurs***

«Le segment HoReCa a des besoins complètement différents de ceux des magasins détaillants», a déclaré Jens Nielsen, le chef de Metro Cash & Carry HoReCa Select range. Ils se moquent des étiquettes fantaisistes, mais veulent la fraîcheur et la qualité. "Et ils veulent un service 24h/24!"

Metro Cash & Carry a développé une gamme de marques propres, ciblant plus particulièrement ce segment. Chaque marque propose des solutions complètes pour garantir le succès dans les hôtels, les restaurants ou traiteurs en offrant un avantage prix significatif par rapport aux grandes marques. Grâce à des formats adaptés et à l'emballage, les produits sont pratiques et restent frais plus longtemps.

«L'emballage fait partie de notre marque et de nos concepts produits», a ajouté Jens Nielsen. «Nous travaillons constamment avec Sealed Air Cryovac pour créer des solutions qui profitent à nos clients ». Les emballages transparents ou à fenêtre, les paquets portions, les emballages refermables et facilement manipulables sont, pour les professionnels, les facteurs clés de la popularité des produits. « Et tous nos emballages doivent être réduits au minimum et recyclables. Il est certain que sans des partenaires comme Sealed Air Cryovac, nous ne pourrions rien faire ».

#### ***L'emballage est un élément déterminant pour l'activité foodservice***

Fabrice Roy, Directeur Exécutif global de Sealed Air pour les plats cuisinés, constate, dans la RHF, de nombreux succès liés à l'emballage. Celui-ci joue un rôle clé dans la conservation, le transport, la traçabilité, la résistance à la chaleur, le respect de l'environnement, la surgélation, la manutention, l'hygiène et l'information. "Bien sûr, chaque segment a des besoins différents et a des vues différentes sur la qualité, la durée de conservation, les économies, le choix, la commodité, le poids, le vrac et les portions, la praticité d'emploi."

Plutôt que de théoriser, Fabrice Roy a invité les participants à voir, en conditions réelles, dans les six zones de démonstration de Packforum spécialement conçues pour l'événement Tastemakers, comment se font la préparation des aliments, leur emballage et leur service.

### Service en chambre : des repas de qualité 24h/24

Fabrice Roy a résumé la vision Sealed Air Cryovac pour le service en chambre: «Les Chefs devraient être autorisés à se concentrer sur la créativité et la qualité des recettes, et non sur la fabrication des repas ». De nombreuses recettes de qualité conditionnées en skin sous-vide Cryovac ® Simple Steps® peuvent être réchauffées en quelques minutes au micro-ondes.

### Distributeurs de plats cuisinés : des aliments chauds n'importe où, à toute heure

Un repas de qualité à partir d'un distributeur ? Le modèle de la société Jofemar, exposé à Tastemakers, comprend un micro-ondes ainsi qu'un réfrigérateur pour conserver les plats préparés, emballés en Simple Steps ®. Les acheteurs viennent faire leur choix à partir de photos alléchantes et - hop - leur repas est servi dans un paquet en forme d'assiette. Le contrôle de stock et le remplissage sont faciles. Cette solution est idéale pour les compagnies ferroviaires, les stations service, les supermarchés, les petits hôtels, etc. De la même façon, des plats surgelés appétissants emballés avec Cryovac Simple Steps® ont été présentés dans le nouveau distributeur "Wurlitzer" de la Société allemande Frosta, prêts à être réchauffés dans les micro-ondes placés à côté. Une solution idéale pour les petites cantines de bureau.

### Restauration aérienne : la sécurité et le confort à bord

Les plateaux Cryovac n'Oven® sont davantage qu'une révolution pour la restauration : réchauffés à 200° C, ils restent froids au toucher. Les stewards peuvent les manipuler sans gants. Ils sont également 30% plus légers que les plateaux CPET - une fonctionnalité particulièrement utile en vol. En outre, ils ne sont pas friables, de sorte qu'ils répondent aux exigences les plus strictes de sécurité aérienne.

### Sandwichs chauds pour une génération en mouvement

Préférez-vous votre sandwich froid, mou et fade, ou chaud, croquant, son fromage fondant et ses arômes appétissants ? Le nouveau grill pour panini d'Electrolux, exposé sur le stand Emphy à Tastemakers, apporte une valeur ajoutée aux sandwichs, en décuplant le plaisir de manger. Il permet une large gamme de sandwichs fabriqués jusqu'à 60 % plus rapidement qu'auparavant, avec des cycles allant de 30 à 59 secondes.

### Des plats préparés de qualité pour les cafétérias et les banquets

Toutes sortes de plats appétissants sont maintenant disponibles dans l'emballage sous-vide skin Cryovac Simple Steps® - en portion unitaire, Gastronomique ou demi-Gastronomique. Stockés réfrigérés ou surgelés, ils sont réchauffables en quelques minutes au micro-ondes ou dans des fours combi comme le nouveau Electrolux Air-O-Speed. C'est la voie de l'avenir pour les points de vente en quête de qualité, de commodité et de rentabilité.

## **La Grande Cuisine facilitée**

Afin de démontrer que la qualité est présente « de la recette à l'assiette », l'équipe Tastemakers a travaillé en collaboration avec les chefs d'ADFC (Alain Ducasse Formation et conseil), qui ont conçu et préparé toutes les recettes réfrigérées présentées dans Cryovac Simple Steps® et les barquettes pour compagnies aériennes Cryovac® OFT.

Les participants à Tastemakers ont été invités à dîner à l'École de Cuisine Alain Ducasse au centre de Paris. Dans les quatre cuisines ultra modernes de l'école, ils ont vu l'innovation en marche lorsque les jeunes chefs ont recréé pour eux quatre des recettes conditionnées et testées au cours de la journée. Chacun a pu participer à la cuisson de délicieux poissons, de légumes, et de grands desserts (fondant au chocolat et tarte façon Tatin).

Douze étudiants du lycée hôtelier de Saint-Quentin-en-Yvelines ont expérimenté les conditions réelles de travail en contribuant aux recettes, au dressage des plats et au service, tant à Packforum que dans les locaux d'ADFC ou à l'école de cuisine Alain Ducasse.

## **La partie technique du plaisir...**

Le 22 Octobre, les participants à Tastemakers ont été invités à revenir à Packforum, pour assister au volet technique de l'événement expliquant comment fonctionnent les concepts d'emballage découverts la veille et les avantages qu'ils apportent dans des situations diverses. Les solutions d'emballage Cryovac Simple Steps®, n'Oven®, CRYOVAC BDF® ont été présentées et expliquées par Sidi Chouikhi, Directeur Technique Global de Sealed Air pour les plats cuisinés. Cette présentation a été suivie de démonstrations de conditionnement dans le hall équipements de Packforum.

## **Note à la rédaction**

Cryovac Packaging et Cryovac Food Solutions sont des business units de Sealed Air et des leaders mondiaux de matériaux, d'emballages souples et rigides innovants, de systèmes et services, pour une large gamme d'applications alimentaires. En 2006, Sealed Air a été élue meilleure entreprise d'emballage par les champions du secteur listés dans le célèbre classement Fortune 1 000.

Avec plus de 3 000 employés dans cette partie du monde, Sealed Air Cryovac en Europe, au Proche-Orient et en Afrique (EMEA) dispose de sites de production en France (Arc-en-Barrois et Epernon), en Allemagne (Norderstedt), au Royaume-Uni (St. Neots et Poole), en Italie (Passirana di Rho), en Espagne (Buñol), en Russie (Volgograd), en Pologne (Ozarow), en Hongrie (Újhartyán), en Turquie (Istanbul), en Afrique du Sud (Spartan) et au Botswana (Lobatse). Le site italien comprend également le Centre Technique de l'Emballage de Sealed Air Cryovac EMEA. Le Centre de Systèmes Clients pour l'EMEA est situé à Root, en Suisse. Packforum®, le centre-client permanent de Sealed Air Cryovac EMEA, est situé à Roissy Charles de Gaulle près de Paris, en France.

Sealed Air se consacre entièrement à améliorer sa performance environnementale et vise l'excellence en matière de sécurité et d'environnement, tout en produisant des emballages alimentaires plastiques toujours plus performants. La société s'est engagée activement dans la réduction à la source et dans l'utilisation optimale des ressources par le recyclage ou la réutilisation des déchets industriels, ou en récupérant l'énergie par une incinération appropriée.

Le site Internet de Sealed Air EMEA se trouve à [www.sealedair-emea.com](http://www.sealedair-emea.com).