

No. 18 / September 2021, Cologne  
#anuga

## Anuga Frozen Food - le rendez-vous international de la profession à Cologne

**La fraîcheur, la santé et la durabilité étant très tendance, les consommateurs apprécient de plus en plus les produits surgelés - Plus de 370 entreprises allemandes et internationales exposent dans le secteur des surgelés**

L'envie qu'ont les consommateurs de manger des produits frais, sains et durables, a été encore plus forte durant la pandémie de Covid-19 - au grand avantage des produits surgelés qui ont pu profiter fortement de cette évolution.

Du 9 au 13 octobre 2021, Anuga Frozen Food sera à nouveau la plateforme d'affaires internationale de toute la profession et donnera un aperçu des derniers développements du secteur d'activité. Anuga, qui a pour thème principal « Transformer », met l'accent sur l'évolution de l'alimentation. Le salon est complété pour la première fois par Anuga @home qui en est l'extension numérique. Accessible du 11 au 13 octobre 2021, la plateforme présente les exposants ainsi que les solutions qu'ils proposent et permet d'entrer en contact et d'échanger avec le monde entier. Plus de 4 000 exposants en tout de plus de 91 pays sont attendus à Cologne, à Anuga.

Agristo, Alfa, Arabatzis, Ardo, Aviko, Boulangerie Neuhauser, erlenbacher, Lutos, Pfalzgraf, Point of Food, Roncadin, Surgital, Stohos, viciunai et Virto sont au nombre des exposants de premier plan qui participent à Anuga Frozen Food. Les entreprises dont la participation est purement numérique sont surtout étrangères. Certaines, toutefois, sont allemandes. C'est le cas du Frostkrone Food Group. Actuellement, selon le relevé provisoire des inscriptions, Anuga Frozen mobilise plus de 370 exposants en tout. D'autres inscriptions sont à prévoir dans les semaines à venir, notamment en rapport avec les participations nationales. D'autres exposants de produits surgelés se présentent en outre aux salons spécialisés Anuga Meat et Anuga Bread & Bakery. L'offre comporte aussi bien du poisson, de la viande, des fruits et des légumes, des plats cuisinés, du pain et des produits boulangers, des crèmes glacées, des pizzas et des produits à base de pommes de terre que des produits destinés à la restauration traditionnelle et collective, vendus de ce fait dans des emballages de grande consommation. Cette année, Anuga accueille également quelques exposants dont l'offre est centrée sur des produits d'origine végétale ou à base de protéines alternatives, comme des substituts de poisson.

### Le marché allemand des surgelés en 2020/2021

En 2020, le volume total des ventes de surgelés a baissé de 4,5 % en Allemagne,



Anuga  
09.10. - 13.10.2021  
www.anuga.com

Your contact:  
Peggy Krause  
Tel.  
+49 221 821-2076  
Fax  
+49 221 821-3544  
e-mail  
p.krause@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
P.O. Box 21 07 60  
50532 Köln  
Germany  
Tel. +49 221 821-0  
Fax +49 221 821-2574  
www.koelnmesse.com

Executive Board:  
Gerald Böse (President and Chief Executive Officer)  
Oliver Frese  
Herbert Marnier

Chairwoman of the Supervisory Board:  
Mayor of the City of Cologne  
Henriette Reker

Headquarters and place of jurisdiction:  
Cologne  
District Court Cologne, HRB 952

passant à 3,660 millions de tonnes (3,833 millions de tonnes en 2019). En recul de 1,8 %, le chiffre d'affaires total a été ramené à 15,081 milliards d'euros (15,361 milliards d'euros en 2019), selon les chiffres de l'Institut allemand des surgelés (Deutsches Tiefkühlinstitut - dti). La hausse de la demande en surgelés et la forte acceptation de ces produits par les consommateurs expliquent l'obtention par les commerces d'alimentation et le secteur des services à domicile de résultats particulièrement performants qui n'ont pu compenser toutefois la forte baisse de ceux obtenus par la restauration hors domicile.

Dans les commerces d'alimentation et le secteur des services à domicile, les surgelés ont enregistré en 2020 une croissance exceptionnelle de 12,1 %, avec un volume de ventes de 2,087 millions de tonnes (2019 : 1,861 million de tonnes), soit un record de commercialisation absolu pour l'ensemble des surgelés. En augmentation de 13,4 %, le chiffre d'affaires réalisé avec des surgelés par les commerces d'alimentation et le secteur des services à domicile a atteint 9,40 milliards d'euros (2019 : 8,29 milliards d'euros), dépassant ainsi pour la première fois la barre des 9 milliards.

En raison du Covid-19, la restauration hors domicile a enregistré un recul sans précédent de ses résultats : du fait des différentes phases de confinement qui se sont succédé depuis mars 2020, la « gagnante permanente » des années passées a accusé pour la première fois de sévères contre-performances sur les différents segments. Les ventes ont fléchi de 20,3 % et été ramenées à 1,573 million de tonnes (1,973 million de tonnes en 2019). En 2020, la restauration hors domicile a obtenu, avec les surgelés, un chiffre d'affaires de 5,68 milliards d'euros, en baisse de 19,6 % (7,07 milliards d'euros en 2019). Toutes les catégories de surgelés ont enregistré un recul à deux chiffres.

Le secteur des surgelés qui, en Allemagne, est gâté par le succès, a subi dans l'ensemble une baisse substantielle, due uniquement à la fermeture des restaurants durant les confinements successifs en lien avec la pandémie.

Conséquence de la crise traversée par la restauration, la consommation de surgelés par habitant a également chuté en 2020 de 2,1 kg, passant à 44,8 kg (46,9 kg en 2019). Il s'agit d'une régression spectaculaire et sans précédent, s'écartant de manière inhabituelle de la tendance qui l'a emporté ces 30 dernières années.

### Thèmes et tendances

La pratique de la cuisine et les comportements alimentaires ont considérablement évolué en Allemagne durant la pandémie de coronavirus. C'est ce que montre l'enquête représentative « TK-TRENDBAROMETER », menée auprès des consommateurs par l'Institut d'études de marché INNOFACT AG, à la demande de l'Institut allemand des surgelés (dti).

La fraîcheur des produits (92 %), une alimentation saine (81 %) et des ingrédients naturels (81 %) sont les trois aspects les plus importants du point de vue des consommateurs. Pendant la crise sanitaire, l'alimentation saine et la fraîcheur des produits ont gagné en importance pour au moins un quart des répondants. Les

produits végétariens (22 %) et véganes (15 %), qui font l'objet d'un taux d'approbation bien plus faible, sont bien moins importants qu'on ne le croyait. Les consommateurs et les consommatrices ont à ce sujet une attitude « non dogmatique » : toutefois, 49 %, soit près de la moitié, soulignent vouloir réduire leur consommation de viande et ils sont même 58 % à se proposer d'en faire autant avec leur consommation de sucre.

41 % des personnes interrogées ont confirmé avoir elles-mêmes cuisiné plus souvent des produits frais durant la pandémie de coronavirus. Environ un tiers (31 %) a commandé plus souvent des plats à emporter. Un bon quart (26 %) a eu plus souvent recours à des services de livraison. L'utilisation des surgelés a également évolué de manière positive : 19 % des personnes interrogées ont elles-mêmes cuisiné plus souvent des surgelés. Les plats préparés avec des surgelés ont gagné en popularité auprès de 14 % des sondés.

Comme le montre l'évolution du marché depuis des années, les surgelés sont depuis toujours très appréciés en Allemagne où ils ont une très grande importance. Ils surgelés sont devenus indissociables de l'alimentation actuelle et contribuent plutôt à « changer la donne » au profit d'une alimentation saine et durable. Pratiquement tous les ménages (98 %) achètent et utilisent des surgelés - même en temps « normal ». La proportion de « grands consommateurs », c'est-à-dire de personnes utilisant des surgelés au moins une ou plusieurs fois par mois jusqu'à plusieurs fois par semaine, n'a cessé d'augmenter : elle est actuellement de 78 %. Les groupes de produits les plus appréciés sont les légumes/herbes aromatiques (77 %), le poisson (69 %), les produits à base de pommes de terre (65 %), les pizzas (60 %) et les petits pains (48 %).

### Les surgelés sur le plan international

Selon Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, le marché mondial des surgelés représentait 291,8 milliards de dollars en 2019 et devrait se chiffrer à 404,8 milliards de dollars d'ici à 2027, avec un taux de croissance annuel cumulé (CAGR) de 4,2 % de 2020 à 2027. Le marché européen des surgelés devrait atteindre 124,1 milliards de dollars d'ici 2027.

### Événements pour la profession dans le cadre d'Anuga

Partenaire d'Anuga Frozen Food et d'Anuga Culinary Concepts, le **dti** est à nouveau présent au salon où il occupe un stand dans le **hall 4.2, B11/C10**, celui-ci servant traditionnellement de point de contact apprécié de tous les membres, invités et professionnels qui s'intéressent aux surgelés.. La profession allemande y rencontre des invités du monde entier avec qui elle se livre à des échanges dans le « lounge des surgelés ».

### TIEFKÜHL-STAR NIGHT 2021

Dans le cadre du programme d'animation d'Anuga, le **dti** décernera le 11 octobre 2021, à partir de 18h00, les TIEFKÜHL STARS, avec la revue spécialisée

Lebensmittelpraxis et Koelnmesse. Des invités et représentants du commerce et de l'industrie mais surtout les équipes finalistes d'enseignes de la distribution sont attendus à la TIEFKÜHL-STAR-NIGHT. Dans son exposé, le Dr. Tobias Wachinger, Senior Partner chez McKinsey à Munich, se penchera sur « La crise et les nouveaux consommateurs : le lifestyle et l'orientation en matière de prix seront les tendances de 2021 ». Nous nous réjouissons à la perspective de partager des moments riches en émotions et de revoir les acteurs de la filière à Cologne !

### **International Frozen Food Network**

Dans le cadre d'Anuga @home, le dti annoncera également la couleur, en tant que porte-voix du secteur des surgelés. Il est prévu d'organiser pour la première fois une table ronde internationale avec l'« International Frozen Food Network » qui regroupe des syndicats professionnels de fabricants de surgelés des États-Unis, de Grande-Bretagne, de France, d'Italie, des Pays-Bas, d'Autriche et d'Allemagne. Le débat, qui a pour thème « A Fresh Look at Healthy & Sustainable Frozen Foods » (Un regard neuf sur les surgelés sains et durables), sera animé par John Saulnier, Frozen Food Biz.

### **Table ronde sur les surgelés**

Avec la revue spécialisée Lebensmittelpraxis, le dti assure la tenue d'une autre table ronde, visible sur Anuga @home. Animé par Andrea Kurtz (Lebensmittelpraxis), un débat sur les tendances et les défis actuels pour le secteur des surgelés réunira comme intervenants de hauts représentants du commerce et de l'industrie des surgelés.

### **Congrès sur le développement durable**

Le dti apporte son soutien à Anuga et au Centre pour la gestion durable de l'entreprise (Center for Sustainable Management), Université de Witten/Herdecke, pour la tenue de la conférence intitulée « ŒUVRER ENSEMBLE POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE - en ayant toute la chaîne à l'esprit », le 13 octobre 2021, de 11h00 à 14h00. Les avantages économiques de la gestion durable au niveau de l'entreprise et du produit y seront mis en évidence.

Anuga Frozen Food 2021 contribuera à faciliter les échanges d'affaires internationaux dans le secteur des surgelés et mettra tout en œuvre pour offrir une grande qualité d'accueil aux exposants et aux invités. Au nom de toute la filière allemande des surgelés, le dti procédera à des mises en relief particulières et insistera sur les avantages offerts par l'offre de surgelés.

### **Koelnmesse - Global Competence in Food and FoodTec:**

Koelnmesse joue un rôle de premier plan à l'échelon international dans la tenue de salons dédiés à l'alimentation et de manifestations consacrées à la transformation de denrées alimentaires et de boissons. Anuga de même que le Salon international de la confiserie (ISM) et Anuga FoodTec se sont imposés comme des références mondiales. A Cologne mais aussi sur d'autres marchés en pleine croissance à travers le monde, comme par exemple ceux du Brésil, de Chine, de Colombie, d'Inde, d'Italie, du

Japon, de Thaïlande et des Emirats arabes unis, Koelnmesse organise et assure le déroulement de salons de l'agroalimentaire et de la technologie alimentaire aux contenus différents, qui mettent l'accent sur certains aspects des choses. Le fait d'opérer dans le monde entier permet à Koelnmesse de proposer à sa clientèle, sur différents marchés, des manifestations sur mesure garantissant le déploiement d'une activité internationale qui s'inscrit dans la durée.

Plus d'informations: [www.koelnmesse.com/current-dates/all-trade-fairs/#1](http://www.koelnmesse.com/current-dates/all-trade-fairs/#1)

**Les prochains salons:**

Anuga - The leading trade fair for the global food industry, Cologne 09.10. - 13.10.2021

ISM - The world's largest trade fair for sweets and snacks, Cologne 30.01. - 02.02.2022

ProSweets Cologne - The international supplier fair for the sweets and snacks industry, Cologne 30.01. - 02.02.2022

**Remarque à l'attention des rédactions :**

Des photos de Anuga sont disponibles sur la base iconographique de Koelnmesse, site [www.anuga.com/imagedatabase](http://www.anuga.com/imagedatabase)

Complément d'information : [www.anuga.com/Pressinformation](http://www.anuga.com/Pressinformation)

En cas de reproduction, merci de nous adresser un justificatif.

**Anuga sur le Web Social:**

<https://www.facebook.com/anugacologne>

<https://www.instagram.com/anugacologne/>

<https://www.linkedin.com/company/anugashowcase>

<https://twitter.com/anugacologne>

**Pour plus d'informations veuillez vous adresser à:**

Peggy Krause

Communications Manager

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Cologne

Germany

Tel.: +49 221 821 2076

Fax: +49 221 821 3544

E-Mail: [p.krause@koelnmesse.de](mailto:p.krause@koelnmesse.de)

[www.koelnmesse.com](http://www.koelnmesse.com)

Vous recevez cette information en tant que destinataire des communiqués de presse de Koelnmesse. Si vous ne souhaitez pas recevoir notre service, veuillez répondre à cet e-mail avec l'objet "unsubscribe" (se désabonner).