

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 48 (1968)
Heft: 4: Le froid

Artikel: L'avenir des produits surgelés en France
Autor: Emmanuel, Roland
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-888032>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

L'avenir des produits surgelés en France

Roland EMMANUEL

Secrétaire général

du Syndicat National des Fabricants

et Importateurs-Exportateurs de Produits Surgelés

AVANT-PROPOS

Le terme « surgelé » (d'origine belge d'ailleurs), fait partie des nombreux néologismes dont s'est enrichie la langue française depuis la fin de la première moitié du siècle. Or, sous peine de confusion, tout vocable, et plus encore tout vocable nouveau, doit parfaitement définir son objet. Une distinction liminaire s'impose donc.

Si l'on se place du point de vue du consommateur, les produits surgelés sont ceux qu'il se procure (ou que lui procurent les entreprises de restauration collective), en vue d'être consommés en l'état. Ces produits sont directement conditionnés par le fabricant, généralement en boitage de détail (pour la consommation ménagère), parfois en gros emballages (pour les collectivités). Ils sont soumis à une réglementation française spécifique (décret du 9 septembre 1964), qui définit non seulement les critères de qualité initiale et de technique d'application des basses températures, mais impose le maintien des produits à une température au plus égale à -18°C jusqu'à remise au consommateur. Les statistiques de consommation (à dominante commerciale) s'appliquent exclusivement aux aliments surgelés tels qu'ils sont définis ci-dessus. Le consommateur averti sait faire la distinction entre ces aliments, qui sont les seuls à bénéficier de la qualification de « surgelés », et les produits « congelés », qui ne sont pas soumis à des règles aussi strictes, tant en ce qui concerne la technique de fabrication que le plafond de température négative au stade de l'entreposage et de la distribution.

Si l'on se place maintenant du point de vue du fabricant, les produits alimentaires initialement traités, en vue de leur conservation, selon les techniques industrielles de la surgélation, peuvent aboutir au consommateur par trois circuits différents :

— ou bien ils sont introduits dans le circuit de distribution en emballages détail, en vue de leur consommation en l'état. Ce sont les « produits surgelés » proprement dits, tels qu'ils ont été définis plus haut;

— ou bien ils sont introduits dans le circuit de distribution en abandonnant volontairement leur qualification de surgelés. Il s'agit surtout de produits dont le rapport prix de vente/volume est relativement faible. Leur présentation au public dans des meubles de vente à -18°C , dont le linéaire est forcément limité, amènerait de façon inacceptable pour le détaillant la rentabilité de ces meubles. C'est le cas général des volailles, du gibier, de certains abats et de certains gros poissons. Ces articles sont vendus soit sous l'appellation « congelés », soit même sous simple réfrigération après décongélation (vente « en frais »), pratique d'ailleurs contestable et que

les pouvoirs publics s'apprennent à réglementer avec précision;

— ou bien enfin, ils parviennent au consommateur après réemploi ou transformation industrielle. Ces produits ont alors le caractère d'une matière première stabilisée à l'état frais, par la technique de surgélation, et entreposée sous -18°C . Ces stocks, tout en régularisant les cours à la production, favorisent l'étalement des programmes de fabrication dans l'industrie de la conserve (légumes, fruits, sardine, thon, etc.), la confiture, l'industrie des jus de fruits, etc. Il s'agit là d'un débouché de la surgélation industrielle qui, en France, se développe d'une façon intéressante.

Les statistiques de fabrication (à dominante industrielle), englobent les trois catégories de produits détaillés ci-dessus.

La suite de cet article ne concerne que les « produits surgelés » proprement dits.

COUP D'ŒIL SUR LA RÉGLEMENTATION FRANÇAISE

Le décret n° 64-949 du 9 septembre 1964, déjà cité, a pour objet de protéger réglementairement, sous peine des sanctions prévues par la loi du 1^{er} août 1905 sur la répression des fraudes, l'appellation de « surgelé » tout au long de la chaîne du froid.

Il impose :

— les qualités intrinsèques de la matière première : *parfait état de fraîcheur et de salubrité*;

— les opérations préliminaires à la surgélation, notamment triage et parage;

— les critères techniques généraux de l'opération de surgélation : obtention « à cœur » d'une température inférieure ou égale à -18°C , *appliquée le plus tôt possible* après la capture, l'abattage ou la préparation. Cette opération doit être conduite de façon à franchir *très rapidement* la zone de température de cristallisation maximum;

— les conditions d'entreposage, de transport et de distribution : maintien *ininterrompu* à une température égale ou inférieure à -18°C jusqu'à remise au consommateur;

— les règles de conditionnement et d'étiquetage : récipients ou emballages parfaitement protecteurs portant en caractères très apparents la mention « surgelé », la dénomination de vente, l'identification du fabricant, la provenance (française ou étrangère), le poids net, le mode d'emploi, la date de surgélation;

— les mesures destinées à éviter toute tromperie de la part du fabricant et tout risque de confusion dans l'esprit de l'acheteur.

Toutes ces règles sont applicables aux marchandises importées.

Le décret réglemente également la profession en imposant à tout fabricant, distributeur et grossiste en produits surgelés la déclaration officielle de sa raison sociale, du siège de son établissement et de la nature des produits fabriqués ou commercialisés.

Le décret du 9 septembre 1964, mis au point par les pouvoirs publics *avec la collaboration de l'interprofession*, est un décret-cadre, qui sera complété par de nombreux arrêtés d'application, élaborés dans le même esprit de coopération.

Il illustre la volonté bien établie de part et d'autre de

protéger, dans l'intérêt du consommateur, le haut degré de qualité des produits surgelés, de provenance étrangère comme d'origine française.

ORGANISATION PROFESSIONNELLE

Les professionnels de la chaîne du froid ont pris nettement conscience, dès la fin de la seconde guerre mondiale, de l'intérêt de constituer à l'égard des pouvoirs publics et des organes officiels de la recherche scientifique et technique ce que le langage politico-social appelle un « interlocuteur valable ». C'est ainsi qu'à été créée il y a plus de 22 ans, la « Fédération Interprofessionnelle de la Congélation Ultra Rapide » (F.I.C.U.R.), dont les deux piliers sont le Syndicat national des fabricants et importateurs exportateurs de produits surgelés (1) et le Syndicat national des négociants en produits congelés ultrarapidement, mais qui sert également de trait d'union avec quinze autres organisations professionnelles représentatives, en tout ou partie, des différents maillons de la chaîne du froid alimentaire (armateurs à la pêche, abattoirs de volailles, fabricants de sorbets et crèmes glacées, entreposage et transport frigorifique, constructeurs et importateurs de matériel frigorifique industriel, commercial et ménager, industrie des agents frigorigènes, chaînes de distribution de produits alimentaires, matériaux d'emballage et de conditionnement).

Aux termes de ses statuts, la F.I.C.U.R. a pour objectif général le développement de l'industrie et du commerce des produits surgelés. A cet effet, elle assure :

— la liaison et la coordination permanente entre les groupements adhérents;

— la représentation de ces groupements, pour tout ce qui a trait aux produits surgelés, vis-à-vis tant des pouvoirs publics que de toutes autres organisations professionnelles.

Ses moyens d'action sont essentiellement constitués par quatre commissions permanentes :

— Commission de la recherche technique;

— Commission de la réglementation, de la normalisation et du contrôle;

— Commission de la propagande;

— Commission de la Revue.

La revue professionnelle mensuelle « La Surgélation » est diffusée à de nombreux abonnés, tant à l'étranger qu'en France.

ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION FRANÇAISE

Si l'on constate, sans vaine modestie, que la France occupe une position de pointe dans les domaines de la réglementation et l'organisation professionnelle des produits surgelés, on doit reconnaître avec humilité qu'elle se situe dans un rang très modeste en ce qui concerne la consommation.

On dénombrait en 1967 une centaine d'entreprises procédant soit à titre d'activité principale, soit à titre d'activité annexe, à la fabrication des produits surgelés, soit dans des installations techniques leur appartenant

(1) Nos lecteurs trouveront en page 3 le répertoire des entreprises affiliées à ce Syndicat.

en propre, soit en s'adressant sous forme de prestations de services, à des entrepôts frigorifiques équipés pour la fabrication. Certaines de ces entreprises ne dépassent d'ailleurs pas le stade artisanal.

On compte également environ 25 entreprises dont l'activité est totalement ou partiellement consacrée à l'import-export des produits surgelés (sans compter les fabricants exerçant également une activité dans cette branche).

La consommation des produits surgelés (ménages et collectivités) a légèrement dépassé 49.300 tonnes en 1967, la consommation ménagère n'intervenant que pour 14.000 tonnes. La consommation annuelle par tête d'habitant s'établit donc à environ 0,980 kg. Ce quota apparaît très modeste si on le compare au quota américain (environ 27 kg. par tête) et à la majorité des quotas européens (Suède : environ 9 kg. — Suisse près de 6 kg. — Royaume Uni : environ 4 kg. — R.F.A. : plus de 4 kg.)

La consommation française de produits surgelés marque cependant des progrès qui, s'ils ne sont pas spectaculaires, demeurent encourageants. Le taux de croissance annuel est, en effet, passé de 18 % en 1965 et 1966 à 23 % en 1967. Mais, si l'on enregistre une progression sensible du taux de croissance de la consommation collective, on constate au contraire une diminution continue de celui de la consommation ménagère. Est-ce à dire que la consommation ménagère est en voie d'atteindre son plafond? Cette interprétation serait tout à fait erronée. L'explication est fort simple. Au cours des dernières années, les organismes responsables des collectivités ont attentivement examiné, parfois sous la forme de colloques avec les professionnels, les avantages incontestables de la consommation des produits surgelés (qualité, gain de temps, suppression des déchets, réduction des dépenses de main-d'œuvre). En un mot, ils connaissent maintenant les produits surgelés, et la faveur croissante qu'ils leur accordent est un puissant encouragement pour la profession. Le grand public, au contraire, connaît peu ces produits, ou la connaissance qu'il croit en avoir est faussée par des préjugés ou, parfois hélas, par des essais malencontreux et décevants. C'est pourquoi il est exact que la fraction relativement minime de la masse des consommateurs que constitue la clientèle des produits surgelés approche de son plafond de consommation.

L'information éducative de la grande masse des consommateurs reste à entreprendre. C'est une action indispensable, que l'organisation interprofessionnelle de la surgélation souhaite depuis longtemps mener à bien. Les moyens d'information de masse sont bien connus : il s'agit avant tout de la télévision et de la radio. Le financement d'une importante campagne de propagande radio-télévisée posait depuis longtemps des problèmes qui sont maintenant sur le point d'être résolus, et l'on peut espérer que dans quelques mois la bonne parole atteindra la majorité des foyers français.

Une propagande bien conduite éveillera dans la masse des consommateurs les motivations d'achat encore en sommeil. Alors pourra se développer, avec les meilleures chances de succès, la publicité de marques.

PERSPECTIVES D'AVENIR

A partir de son médiocre niveau actuel, la consommation française de produits surgelés doit obligatoirement se développer : ce développement est inscrit dans l'évolution de la « société de consommation » en dépit de

traditions alimentaires et culinaires sans doute plus fortement enracinées en France que dans la plupart des autres pays industrialisés.

Bien entendu, seule la convergence des efforts permettra d'atteindre, dans le minimum de temps, un objectif raisonnable que l'on peut évaluer au quadruplement de la consommation actuelle (soit 3,5 kg à 4 kg par tête d'habitant) dans un délai de 5 ans.

Il est très encourageant de constater que les pouvoirs publics et la profession agissent à cette fin dans un esprit de parfaite coopération.

Du côté des pouvoirs publics, l'action s'exerce dans un triple domaine :

— recherche scientifique et technique, notamment par le canal d'organismes spécialisés dépendant du Centre National de la Recherche Scientifique (C.N.R.S.) et de la Délégation Générale à la Recherche Scientifique et Technique (D.G.R.S.T.) : Station expérimentale du froid de Meudon - Bellevue, Centre National d'Études Techniques et de Recherches Technologiques sur l'Agriculture, les Forêts et l'Équipement Rural (CERAFER) à Anthony, etc.;

— économique, par le canal de services spécialisés du Ministère de l'Agriculture et du Secrétariat de la Marine Marchande (Direction des Pêches Maritimes), et du Commissariat Général au Plan (groupe « froid »);

— commercial, notamment par le canal de la Société pour l'Expansion des Ventes des Produits Agricoles et Alimentaires (SOPEXA), et d'un service spécialisé du Centre National du Commerce Extérieur (C.N.C.E.) agissant en liaison avec le réseau des attachés commerciaux près les ambassades de France à l'étranger.

En outre, un agent spécialisé du Service de la Répression des Fraudes, rémunéré par l'organisation professionnelle, exerce une action permanente de contrôle de la fabrication et à l'importation doublée par un patient effort d'information et d'éducation des détaillants pour l'application correcte du décret du 9 septembre 1964, en vue de la protection de la qualité des produits surgelés.

Les professionnels, de leur côté, qui consentent l'important effort financier d'information évoqué plus haut, cherchent sans relâche à concilier l'élévation de la qualité et la compétitivité des prix de vente. Dans cette optique, ils s'appliquent à améliorer la structure de la profession par la voie, sinon de fusions et de concentrations, mais au moins d'accord de fabrication et de distribution, dont plusieurs ont été conclus au cours des deux dernières années.

La bonne santé de la profession s'est manifestée à l'occasion du Salon International de l'Alimentation (S.I.A.L. 1968) (Paris, Palais des Expositions de la Défense, 27 octobre - 4 novembre 1968), où les stands de la surgélation occupaient une superficie de plus de 800 m².

Qu'il soit permis, à cette occasion, d'évoquer les cordiales relations nouées entre les organismes français de la surgélation et les organismes suisses qualifiés (Chambre de Commerce Suisse en France, Institut Suisse de la Surgélation). Nous ne doutons pas qu'elles soient de nature à développer de très souhaitables échanges commerciaux entre les deux nations.

Le pays où naquit, il y a cent ans, Charles TELLIER surnommé le « Père du Froid » et qui fut l'inventeur de la conservation des denrées alimentaires par le froid artificiel, ne se doit-il pas non seulement de populariser la consommation intérieure des produits surgelés, mais encore de distribuer largement hors de ses frontières, les denrées et les spécialités qui ont fait le renom de la gastronomie française ?