

DIFFUSION IMMEDIATE**TOMRA FOOD publie un nouveau Livre Blanc à destination des conditionneurs de pommes de terre fraîches**

La publication, gratuite et téléchargeable, analyse les défis de la profession en période de COVID-19

Louvain, Belgique, le 24 août 2020 – TOMRA Food sort un Livre Blanc à destination des conditionneurs de pommes de terre fraîches, confrontés à des défis opérationnels nouveaux en période de COVID-19. Cette publication de 19 pages, téléchargeable gratuitement sur le site web de TOMRA, présente une analyse et des recommandations valables à court et moyen termes.

L'étude s'ouvre sur la disparité des situations que connaissent les acteurs de la filière avec le COVID-19. Alors que de nombreux producteurs et transformateurs de pommes de terre ont souffert d'un effondrement des commandes en provenance de la restauration, d'autres ont au contraire vu leurs ventes s'emballer : les ventes au détail de pommes de terre fraîches conditionnées ont été stimulées par le retour aux fourneaux d'une population retenue à domicile par le confinement et le télétravail. Les ventes de pommes de terre en GMS ont ainsi augmenté de 67 % en valeur.

Les consommateurs ont redécouvert l'attrait des pommes de terre fraîches, mais cela va-t-il durer dans « le monde d'après » ? Des enquêtes semblent l'indiquer, une majorité de consommateurs entendent bien continuer à cuisiner davantage à la maison, 63 % des personnes âgées disent qu'elles continueront à se préparer les aliments jugés "réconfortants" qu'elles ont appréciés pendant le confinement. Mais même si cela ne devrait pas être le cas, la consommation mondiale de pommes de terre fraîches sera en hausse : la montée de la classe moyenne dans les pays asiatiques où le riz est l'aliment de base, développe de nouvelles envies, une ouverture vers des modes alimentaires occidentaux.

Répondre à la pression de la demande, augmenter les débits, sont donc les grands défis que de nombreux grossistes ont dû relever pendant la pandémie. Il faut pouvoir satisfaire les commandes passées par les clients de la grande distribution au risque, sinon, de se faire de-référencer au profit de fournisseurs qui savent gérer de gros volumes.

La hausse de la demande représente a priori une belle opportunité pour trouver de nouveaux débouchés. Pourtant, certains conditionneurs n'ont pas l'organisation, les technologies ou le personnel pour suivre la cadence.

Les difficultés pour recruter et fidéliser la main-d'œuvre sont permanentes depuis des années, et elles n'ont fait que s'intensifier avec la pandémie. Ce type de travail n'est plus assez attractif. Dans les pays développés, la plupart des travailleurs non qualifiés préfèrent la sécurité d'un emploi permanent à des contrats saisonniers ; dans les pays en développement, les travailleurs manuels trouvent aujourd'hui d'autres types d'emplois jugés plus intéressants. De nombreuses entreprises d'emballage font donc appel à des travailleurs étrangers temporaires, mais en raison des restrictions de voyage liées à la pandémie, ce réservoir de main-d'œuvre s'est tari brutalement.

Un autre défi lié à la main-d'œuvre est la crainte des risques sanitaires comme on l'a vu dans des usines agro-alimentaires américaines et européennes. Sur les chaînes de conditionnement où s'activent des ouvriers pour retirer les pommes de terre de mauvaise qualité, la distanciation sociale est compliquée à mettre en place.

Un autre défi, accru par la pandémie, est le besoin de flexibilité opérationnelle. Les supermarchés lancent régulièrement des opérations promotionnelles choc sur les pommes de terre fraîches, ce qui fait fluctuer les commandes d'une semaine sur l'autre : les unités de conditionnement doivent pouvoir passer d'un type de pomme de terre à l'autre, ou d'une spécification à l'autre, dans des délais très courts.

L'e-book de TOMRA revient sur les standards de qualité, aujourd'hui bien ancrés. Ils peuvent concrètement avoir autant d'impact sur la rentabilité d'une exploitation que les fluctuations de l'offre et de la demande.

Un taux d'emballage, en moyenne de 60 à 80 %, signifie que les emballeurs perdent 20 à 40 % des flux de produits entrants. Ces chiffres soulignent la valeur de la récupération des produits. Le Livre Blanc de TOMRA cite en exemple l'emballage des pommes de terre de catégorie 1 dans des sacs transparents : cela peut sembler à première vue une bonne affaire parce que le produit a un prix élevé, mais la rentabilité dépend en fait de la capacité à récupérer les pommes de terre de qualité inférieure sur la chaîne de production pour les vendre comme produit de catégorie 2.

Le nouvel eBook de TOMRA Food conclut en expliquant comment tous ces défis peuvent être résolus grâce aux technologies de tri optique. **Le principal avantage des trieurs optique est la sécurité alimentaire et la qualité constante des produits, grâce à l'élimination des matières étrangères et des pommes de terre non commercialisables. Mais au delà, les trieurs optiques réduisent également la dépendance vis-à-vis du travail manuel, permettent de passer avec souplesse d'un lot de produits à un autre, améliorent le rendement en identifiant les problèmes sur les lignes de traitement, maximisent les rendements** en récupérant les produits qui ne doivent pas être gaspillés et classent avec précision chaque pomme de terre pour s'assurer qu'elle répond aux spécifications requises.

Le livre électronique, intitulé "*Potato Fresh Packers and COVID-19 Challenges*", peut être téléchargée ici : <https://food.tomra.com/potato-ebook/form>

À propos de TOMRA Food

TOMRA Food conçoit et fabrique des trieuses à base de capteurs et des solutions intégrées post-récolte à l'industrie alimentaire, en utilisant les technologies de calibrage, de tri, d'épluchage et d'analyse les plus

avancées au monde. Plus de 8 000 unités sont installées chez des producteurs, emballeurs et transformateurs d'aliments dans le monde entier pour traiter des fruits, noix, légumes, produits à base de pommes de terre, graines et semences, fruits séchés, fruits de mer et viande. La mission de l'entreprise est de permettre à ses clients d'améliorer les rendements, de gagner en efficacité opérationnelle et de sécuriser l'approvisionnement alimentaire. TOMRA Food a déployé ses centres d'excellence, bureaux régionaux et sites de fabrication sur les 5 continents.

Plus d'informations sur TOMRA Food sur : www.tomra.com/food

TOMRA Food appartient au groupe TOMRA, qui s'est créé en 1972 sur une innovation : la conception, fabrication et commercialisation de bornes automatisées de collecte de bouteilles et canettes usagées. Le groupe TOMRA n'a cessé d'innover depuis et de fournir des solutions de pointe pour une productivité optimale des ressources dans deux grands domaines : la récupération (systèmes de récupération automatisés et traitement des matières) et le tri (recyclage des déchets, exploitation minière et tri alimentaire). Aujourd'hui, TOMRA revendique 100 000 installations dans plus de 80 pays, génère 9,3 MD de chiffre d'affaires (NOK) en 2019. Le groupe emploie 4 500 personnes dans le monde. Il est coté à la bourse d'Oslo (OSE: TOM).

Contacts Presse

Agence C3M
Michelle Amiard
Tél. 06 60 97 24 00 michelle@agence-C3M.com
C3M PARIS, 39 rue de la chaussée d'antin, 75009,
PARIS

Marijke Bellemans
Marketing Communications Manager TOMRA
Food, Compac, and BBC Technologies
Research Park Haasrode 1622 – Romeinse straat
20
3001 Leuven, Belgium
T: +32 (0)16 74 28 17 M: +32 (0)476 74 19 18
E: marijke.bellemans@tomra.com
W: www.tomra.com/food