

# DOSSIER DE PRESSE

## **HILCONA** **«POUR FINS GOURMETS»**

Janvier 2003

### **RENSEIGNEMENTS PRESSE**

*Laurence de Boerio*

172 chemin de Gabardie - 31200 Toulouse

Tél. 06 03 10 16 56

E-mail : [deboerio@wanadoo.fr](mailto:deboerio@wanadoo.fr)

*Ce dossier de presse comprend :*

## **HILCONA, UNE ENTREPRISE LEADER**

PRES DE 70 ANS D'EXISTENCE	Page 3
UNE ENTREPRISE FLORISSANTE	Page 4
LA FRANCE, UN MARCHÉ D'AVENIR	Page 6

## **HILCONA, LA FRAICHEUR AVANT TOUT**

PRIORITE AUX PRODUITS FRAIS	Page 8
POUR FINS GOURMETS	Page 9
2 UNITES DE PRODUCTION ULTRA MODERNES	Page 10

## **ANNEXES**

Fiche d'identité et chiffres clés	Page 11
Les principaux produits Hilcona en France	Page 12
Le saviez-vous ?	Page 14

# **HILCONA**

## **UNE ENTREPRISE LEADER**

Acteur majeur du secteur frais alimentaire à préparation rapide et de qualité, la société Hilcona AG occupe sur son marché une position solide. Fabricant de produits frais, surgelés et de longue durée, Hilcona est le 1<sup>er</sup> fournisseur en Suisse et en Allemagne de pâtes fraîches déjà cuisinés et n° 3 sur le marché européen.

### **Près de 70 ans d'expérience**

En 1935, Toni Hilti fonde une entreprise familiale, Scana AG, spécialisée dans la production de conserves de fruits et légumes. La nouvelle société s'installe à Schaan dans la principauté du Liechtenstein, au cœur de l'Europe, entre l'Autriche et la Suisse.

Toni Hilti est le frère du créateur de la célèbre société de fabrication de perceuses, Hilti AG. C'est ainsi que le nom de la famille Hilti est étroitement associé à l'industrialisation et à la prospérité de la principauté du Liechtenstein.

En 1971, l'entrée dans la société de ses fils, Ekkehard et Jürgen, marque le début d'une nouvelle ère. L'entreprise change de raison sociale. Scana AG devient Hilcona AG :

- *Hil* comme Hilti
- *Co* comme *convenience* : commodité, simplicité, facilité
- *Na* comme *nahrungsmittel* : produits alimentaires

Au fil des années, d'autres gammes de produits viennent s'ajouter à la production de conserves de légumes. La décision d'entrée sur le marché du frais est prise dès 1980.

Ekkehard et Jürgen décident alors d'orienter l'entreprise dans trois grands domaines :

- Les produits frais
- Les produits surgelés
- Les produits d'épicerie

Conscient que pour faire accroître l'entreprise il est nécessaire de développer fortement le marché européen, Ekkehard et Jürgen Hilti ouvrent en 1987 une filiale en Allemagne, Hilcona Feinkost GmbH à Stuttgart, suivie, en 1991, de Hilcona France SA à Montélimar.

Aujourd'hui, alors que la famille Hilti détient toujours 100% du capital, Hilcona est l'une des sociétés européennes les plus à la pointe en terme de produits alimentaires à préparation rapide et de qualité.

### **Une entreprise florissante**

Outre le siège social et l'unité de production situés au Liechtenstein à Schaan, Hilcona possède une usine à Orbe dans le canton de Vaud en Suisse ainsi que des filiales en Allemagne et en France.

L'entreprise emploie **920 personnes** pour un **chiffre d'affaires en 2001 de 180 millions d'euros**. Ces 5 dernières années, le chiffre d'affaires d'Hilcona AG a enregistré une progression de 60%.

La plus grande part de ce succès revient au développement réussi des activités de l'entreprise vers l'étranger. Or, si la Suisse demeure le marché «national» prioritaire d'Hilcona, l'Europe est devenu le marché du futur.

Ainsi en Allemagne, l'introduction des produits frais a été couronnée de succès. Depuis 2001, Hilcona est le premier fournisseur de pâtes alimentaires fraîches. En France, Hilcona se situe à la deuxième place (hors MDD).

Avec 45 M€ en 2001, l'**exportation** représente dorénavant **25% du chiffre d'affaires**. Les efforts de développement sont principalement réalisés en Allemagne (PDM pâtes fraîches 2001 : 26% -source Nielsen) mais également en France, Autriche, Angleterre et Bénélux.

Mais la croissance de l'entreprise est également due aux innovations et à la création de nouveaux produits. Une équipe de 35 cuisiniers et technologistes travaille chaque jour à l'élaboration de nouvelles recettes, recettes qui doivent coïncider aux futurs modes et habitudes de consommation. Actuellement, la tendance est à l'achat de produits naturels, faciles d'utilisation, avec une très grande exigence en matière de goût, de valeur nutritive et de fraîcheur.

Enfin, l'accroissement du chiffre d'affaires est également lié aux investissements réalisés ces 5 dernières années :

- La construction de l'usine de pizzas à Orbe (25 M€),
- La mise en place de chaînes de production des sandwichs nouvelle génération ultra frais sans conservateur ni traitement thermique,
- Le rachat d'une société spécialisée dans la livraison quotidienne de produits ultra frais pour les stations service et points relais.

L'entreprise étudie la création à moyen terme d'une nouvelle unité de fabrication frais qui rapprocherait le marché européen de la production.

### **La France, un marché d'avenir**

Devenu leader en Allemagne, Hilcona porte dorénavant ses efforts sur le marché français. Un marché à fort potentiel puisque les produits frais réfrigérés ont affiché en 2001 un taux de croissance global de 11%. 35 000 tonnes de pâtes fraîches ont ainsi été vendues en 2001 en France (source Nielsen), la consommation de pâtes en général étant en moyenne de 6,6kg/an/français (contre 10 kg en Suisse et 30 kg en Italie !).

En France pour l'année 2002, Hilcona réalisera un chiffre d'affaires d'environ 8,4 M€ en progression de 31,3% par rapport à 2001. L'entreprise prévoit un CA pour 2003 de 11 M€. Hilcona est aujourd'hui la **2<sup>ème</sup> marque** du secteur (hors MDD - Marque de Distributeurs) et ambitionne de renforcer cette position en passant sa part de marché à 10% d'ici 3 ans.

Hilcona offre une **gamme complémentaire** aux produits proposés par les autres marques tant au niveau de la **farce** (ricotta/épinards, mozzarella/tomates/basilic, parmesan/basilic...), de la **forme**, du **packaging** (en sachets sous vide) que du **conditionnement** (200 grammes, 500 grammes et 1 kg). Par ailleurs, Hilcona est l'un des seuls fabricants à proposer des **pâtes précuites** qui font gagner du temps de cuisson.

Les produits sont haut de gamme, utilisables au micro-ondes, fabriqués sans conservateurs, ni colorants, ni additif, ni renforçateurs de goûts (MSG).

25 produits différents sont commercialisés en France.

Afin de garantir un maximum de fraîcheur, Hilcona met la priorité sur une livraison ultra rapide : une pâte farcie fabriquée à Schaan arrive un jour plus tard à l'entrepôt frais situé dans la région lyonnaise. De là, la marchandise est livrée A pour B sur les plates-formes des clients nationaux (pas d'entrepôt intermédiaire).

Deux marchés distincts sont livrés :

- La **GMS**, Grandes et Moyennes Surfaces avec la vente de produits frais.  
Responsables : Frédéric et Philippe Vituret, Directeurs Commerciaux France GMS  
Principaux clients : Auchan, Casino, Champion Région Est, Cora, Diapar Géant, Intermarché, Match, Migros, Rond Point, Système U Est
- La **Restauration Hors Foyer** (RHF) avec la vente de pâtes farcies surgelées.  
Responsable : Fabrice Bianchi, Directeur Commercial France RHF  
Principaux clients : Aldis, Agapes, Carigel, Gineys, Prodirect, Relais d'Or Miko, Thiriet, UFS

De part sa proximité avec la Suisse et l'implantation de sa filiale française à Montélimar, Hilcona est particulièrement bien implanté dans l'Est, le Sud-Est et la région parisienne. Spécialité alsacienne en plein développement, les Spätzlis aux œufs 500 grammes sont le produit le plus vendu en France suivis par les Cappellettis parmesan basilic.

Dans les trois prochaines années, Hilcona va, outre le lancement de nouveaux produits, développer son équipe commerciale, mener d'importantes opérations terrain et mener d'ici deux ans une campagne publicitaire dans la presse professionnelle et spécialisée.

# **HILCONA**

## **LA FRAICHEUR AVANT TOUT**

Les produits Hilcona –pâtes alimentaires, sauces, soupes, pizzas, légumes ou plats cuisinés- sont fabriqués et portés à basse température, surgelés ou stérilisés conformément aux besoins de la clientèle qu'il s'agisse de ménages individuels, restaurateurs ou grossistes. L'entreprise fait particulièrement attention à ce que chaque produit vendu soit adapté au marché auquel il s'adresse. Ainsi, les habitudes de consommation diffèrent d'un pays à un autre mais également d'une région à une autre.

### **Priorité aux produits frais**

Au cours des 10 dernières années, les priorités de l'entreprise ont été modifiées. Alors qu'en 1990, les conserves de légumes représentaient encore 67% du chiffre d'affaires, cette part s'élève aujourd'hui à seulement 26%.

Les produits frais réfrigérés -pâtes alimentaires, pizzas, plats frais pour bacs réfrigérants, sauces, sandwiches et salades- sont pour leur part devenus le secteur d'activités le plus important avec 57% du chiffre d'affaires (25% pâtes fraîches et 32% autres produits frais).

Enfin, les produits surgelés représentent 17% du chiffre d'affaires .

En 2001, Hilcona a produit et vendu **67 000 tonnes** de marchandises.

L'entreprise qui fabrique depuis 1980 des pâtes farcies fraîches considère ce domaine comme sa compétence de base. Les dirigeants se sont fixés un objectif ambitieux pour l'avenir : Hilcona doit poursuivre sa métamorphose commencée en 1999, c'est à dire le recul de la fourniture de marques commerciales au profit d'un propre label implanté à l'échelle européenne. Ceci réalisé en étroite collaboration avec les distributeurs.



Jürgen Hilti affirme d'ailleurs «*La qualité et l'innovation de nos produits nous ont permis d'être l'un des plus grands spécialistes de pâtes fraîches en Europe. Nous souhaitons imposer Hilcona comme une véritable marque et continuer à développer le marché en proposant de nouvelles recettes*».

Une ambition raisonnable lorsque l'on sait que le marché des pâtes fraîches a connu en Suisse une croissance de plus de 200% ces 6 dernières années alors que le marché des pâtes sèches n'a progressé que de 3%.

### **Pour fins gourmets**

Synonyme de qualité, de fraîcheur, de bon goût et de production respectueuse de l'environnement, le succès d'Hilcona s'explique par des recettes raffinées, réalisés souvent par les plus grands chefs, par des compétences de pointe en matière d'industrialisation et par une fabrication qui conserve la valeur nutritive des ingrédients en portant le moins possible atteinte à leurs qualités naturelles.

Cette réussite découle également de l'utilisation de matières premières de premier plan. Hilcona travaille avec des fournisseurs considérés comme de véritables partenaires. En effet, l'entreprise a décidé d'intégrer ses fournisseurs dans le procédé de fabrication et d'utiliser leurs compétences et savoir-faire.

Hilcona fabrique des produits individualisés et adaptés aux besoins de la clientèle tant au niveau de la recette que de l'emballage. Ainsi, ce sont plus de 100 variétés et garnitures différentes qui sont proposées actuellement.

Enfin, la recherche constante d'innovations et le développement de nouvelles technologies constituent deux aspects essentiels de la philosophie de l'entreprise. L'objectif étant de proposer des solutions idéales en matière de produits alimentaires à préparation rapide (*convenience products*).

Résultats : un gain de temps précieux grâce à des préparations encore plus rapide (2 à 5 minutes), des modes de préparation variés (autocuiseur, casserole, micro-ondes...), des produits sains et de haute qualité qui permettent d'épargner à la ménagère un fastidieux travail de préparation et font de la cuisine un véritable plaisir.

### **Deux unités de production ultra modernes**

Hilcona possède deux unités de production :

- A Schaan (Liechtenstein) sont fabriqués les pâtes fraîches, les produits d'épicerie, les surgelés et les salades composées
- A Orbe dans le canton de Vaud en Suisse (terminée en juillet 1999), Hilcona produit les pizzas fraîches et les sandwichs.

Chez Hilcona, qualité et hygiène vont de pair. Chacune des opérations de production est soumise à de sévères contrôles de qualité.

Consécration des efforts menés, Hilcona est certifié **ISO 9000** et **ISO 9002**. L'entreprise a également obtenu le **BRC/HACCP** (British Retail Consortium), certification par la grande distribution anglaise confirmée par la grande distribution française.

## **Fiche d'identité et chiffres clés**

<b>Raison sociale</b>	Hilcona AG
<b>Siège social</b>	Bendererstrasse 21, FL-9494 Schaan – Liechtenstein
<b>Siège en France</b>	Hilcona France SARL - F-26200 Montélimar Tél. 04 75 01 76 99 – Fax : 04 75 53 72 56
<b>Unités de production</b>	Hilcona à Schaan (Liechtenstein) : fabrication des pâtes fraîches, épicerie, surgelés Hilcona Gourmets SA à Orbe (Suisse) : fabrication de pizzas fraîches et sandwichs
<b>Création</b>	1935
<b>Chiffre d'affaires</b>	2001 : 180 M€ pour le groupe
<b>Exportation</b>	45 M€ soit 25% du CA 2001
<b>Quelques chiffres</b>	67 000 tonnes de produits vendus en 2001 N° 3 sur le marché européen de la pâte fraîche
<b>Effectif</b>	920 personnes
<b>Principaux clients</b>	Grandes et Moyennes Surfaces : Auchan, Casino, Champion Région Est, Cora, Diapar Géant, Intermarché, Match, Migros, Rond Point, Système U Est Restauration Hors Foyer : Aldis, Agapes, Carigel, Gineys, Prodirest, Relais d'Or Miko, Thiriet, UFS
<b>Dirigeants</b>	Jürgen Hilti, Président Directeur Général Peter Luder, Directeur Marketing & Vente en Suisse et en France Frédéric et Philippe Vituret, Directeurs Commerciaux France Grandes et Moyennes Surfaces Fabrice Bianchi, Directeur Commercial France Restauration Hors Foyer

## Les produits Hilcona en France

### Pâtes fraîches vendues dans la GMS (Grandes et Moyennes surfaces)

#### **Gamme Raviolo**

*Raviolo à la mozzarella, tomates et basilic*  
*Raviolo au fromage ail et fines herbes*  
*Raviolo au gorgonzola*  
*Raviolo 4 saisons*

Cuisson 2 minutes  
Pour 1/2 personnes  
Poids : 200 g  
Prix de vente conseillé : 2,50 €

#### **Gamme farcie**

*Ravioli aux épinards*  
*Tortelloni à la viande*  
*Tortelloni aux fromages*  
*Tortelloni à la ricotta et aux épinards*  
*Cappelletti au fromage frais, ail et ciboulette (nouveau produit)*  
*Cappelletti au jambon et fromage*  
*Cappelletti au parmesan et au basilic*

Cuisson 2 minutes  
Pour 3/4 personnes  
Poids : 500 g  
Prix de vente conseillé : entre 3,60 € et 4,25 € suivant le produit

#### **Gamme non farcie**

*Gnocchi*  
*Gnocchetti (nouveau produit)*  
*Spätzli aux œufs*  
*Spätzli aux légumes*  
*Tagliatelle aux œufs*

Pour 3/4 personnes  
Poids : 500 g  
Prix de vente conseillé : entre 2,40 € et 2,95 € suivant le produit

#### **Gamme 1 kg**

*Tortelloni aux fromages*  
*Tortelloni à la viande*  
*Tortelloni à la ricotta et aux épinards (nouveau produit)*  
*Cappelletti au parmesan et au basilic*  
*Gnocchi*  
*Spätzli aux œufs*  
*Tagliatelle aux œufs*

Pour 6/7 personnes  
Poids : 1 kg  
Prix de vente conseillé : entre 4,20 € et 4,80 € suivant le produit de la gamme non farcis et entre 6,30 € et 7,50 € pour les farcis

**Gnocchi farcis**      *Gnocchi farcis aux tomates, mozzarella et basilic*  
*Gnocchi farcis à la ricotta et au basilic*  
*Gnocchi farcis au gorgonzola (nouveau produit)*  
Pour 2/3 personnes  
Cuisson 3 minutes  
Poids : 400 g  
Prix de vente conseillé : 3,65 €

### **Pâtes surgelées vendues en RHF (Rayons Hors Foyer)**

**Gamme Standard**      *Ravioli rucola (roquette)*  
*Ravioli pesto*  
*Ravioli épinards*  
*Ravioli viande*  
*Cappelletti gorgonzola*  
*Cappelletti saumon*  
*Cappelletti champignons*  
*Tortelloni ricotta-épinards*  
*Tortelloni viande*  
*Tortelloni tricolore viande*  
*Tortelloni tricolore fromage*  
Cuisson 3 minutes  
Poids : par 2 paquets de 2 kg

*Gnocchi*  
*Gnocchi aux épinards*  
*Spätzli aux œufs*  
*Spätzli aux épinards*  
Cuisson 3 minutes  
Poids : par 2 paquets de 2,5 kg

**Gamme Pasta Fina**      *Agnolotti champignons*  
*Raviolo 5 fromages*  
*Tortelli au saumon*  
*Tortelli ricotta-épinards*  
*Tortelli provençale (herbes-fromage)*  
*Tortelli tomates-mozzarella*  
*Tortelli 4 saisons*  
Cuisson 3 minutes  
Poids : par 2 paquets de 2 kg

## Le saviez-vous ?

### ***Les pâtes rendent heureux !***

Les scientifiques ont confirmé ce que les amateurs de pâtes savaient depuis longtemps. L'acide aminé tryptophane que l'on trouve par exemple dans les œufs joue un rôle important dans notre organisme. Il incite notre cerveau à produire de la sérotonine, substance dans notre cœur facteur de bonne humeur. Pour faire parvenir un maximum de tryptophane à notre cerveau, il nous faut des hydrates de carbone, éléments contenus en grande quantité dans les pâtes fraîches.

Une explication compliquée pour un fait très simple : les pâtes rendent heureux !

### ***Que contiennent les pâtes ?***

Dans la fabrication des pâtes, plus le blé est dur, meilleure est leur qualité. Toutes les pâtes de la gamme Hilcona sont fabriquées avec du blé dur de toute première qualité, de l'eau et des œufs.

Les œufs proviennent de poules élevées au sol.

Conformément à la loi, les pâtes sont fabriquées à partir d'ingrédients naturels : ainsi, les pâtes vertes Hilcona sont colorées avec des épinards, les rouges avec des tomates et les jaunes avec du safran.

### ***Est-il vrai que les pâtes font grossir ?***

Non.

Ce ne sont pas les pâtes qui font grossir mais les accompagnements et sauces, souvent riches en calories. Les pâtes elles-mêmes sont excellentes pour la santé et assurent l'apport en vitamines B1, magnésium et féculents complexes.

### ***Une assiette de pâtes fraîches est une véritable source d'énergie***

qui permet :

- d'abattre des arbres pendant 1 h !
- de pousser une charrette pendant 2 h !
- d'embrasser pendant 2,5 h !
- d'éplucher des pommes de terre pendant 3 h !
- de cirer des chaussures pendant 4,5 h !
- de jouer du piano pendant 5 h !
- de prendre un bain de soleil pendant 8 h !

### ***Etre en pleine forme grâce à une bonne alimentation***

Le sport permet à beaucoup de personnes de compenser une vie trop sédentaire. Excellent pour la santé, il renforce le cœur, la circulation et le système immunitaire et prévient même l'ostéoporose. Ceux qui font du sport doivent surveiller la qualité de leurs aliments et boissons pour être en forme. Les sportifs privilégient les féculents complexes et produits riches en substances nutritives qui sont source d'énergie. Les pâtes appartiennent à ces sources d'énergie.