



→ **Framboise** Grossiste, Maroc, sous-abri, barq. 125 g **20,00 €/kg** = Min de Nantes, le 10/01 (<https://www.reussir.fr/lesmar>

[VOIR \(/LESMARCHES/TOUT-INDUSTRIEL-DE-LALIMENTAIRE-DEVRAIT-SINTERESSER-AU-FOOD-SERVICE\)](#)

[EDIT \(/LESMARCHES/NODE/99867/EDIT\)](#)

[DELETE \(/LESMARCHES/NODE/99867/DELETE\)](#)

[RÉVISIONS \(/LESMARCHES/NODE/99867/REVISIONS\)](#)

[Accueil \(/lesmarches/\)](#) /

[Les acteurs de l'agroalimentaire \(/lesmarches/actu/les-acteurs-de-lagroalimentaire?overridden_route_name=entity.taxonomy_term.canonical&base_route_name=entity.taxonomy_term.canonical&page_manager_page=page_liste&page_manager_page_variant=page_liste-panels_variant-0&page_manager_page_variant_weight=-100\)](#) /

[Restauration \(/lesmarches/restauration?overridden_route_name=entity.taxonomy_term.canonical&base_route_name=entity.taxonomy_term.canonical&page_manager_page=page_liste&page_manager_page_variant=page_liste-panels_variant-0&page_manager_page_variant_weight=-100\)](#) /

« Tout industriel de l'alimentaire devrait s'intéresser au
[\(/lesmarches/tout-industriel-de-lalimentaire-devrait-...](#)

« Tout industriel de l'alimentaire devrait s'intéresser au Food Service »

Le président de l'association des fournisseurs de la restauration dit pourquoi et comment les industriels peuvent s'investir dans des circuits porteurs et en évolution.

 Publié le 22 décembre 2023 - Par Sylvie Carriat ([/lesmarches/auteur/sylvie-carriat](#))





Michel Sanson, président le Geco Food Service depuis juin 2023, promeut une nouvelle feuille de route pour les fournisseurs de la restauration.

© Geco Food Service

Michel Sanson préside depuis juin 2023 le **Geco Food Service** [🔗](https://www.reussir.fr/lesmarches/restauration), l'association des fournisseurs de la **restauration** (<https://www.reussir.fr/lesmarches/restauration>) **hors domicile**. Il tire son expérience de trente-cinq ans dans ces circuits, à travers Bestfoods, Pomona ou encore la branche Sodiaal Professionnel qu'il a dirigée.



Qu'est-ce qui doit motiver les acteurs de l'agroalimentaire à développer une activité dédiée à la restauration ?

Michel Sanson : En principe, tout industriel devrait veiller à la diversité de ses activités avec comme triptyque le **hors-domicile/l'export/le retail**, et saisir l'opportunité métier du **Food Service**. Nous insistons pour que les PME/ETI et les groupes agroalimentaires fournisseurs aient une personne ou une organisation qui s'occupe spécifiquement du marché du Food Service [🔗](#). Les leviers de développement, les clients et aussi les produits ne sont pas les mêmes que pour la grande distribution.



Lire aussi : Sirha 2023 : l'agroalimentaire replace la restauration au cœur de sa stratégie [🔗](#)



Le marché de la restauration hors domicile est-il assez porteur ?

M. S. : La période post-covid a montré l'attachement des Français à leurs restaurants. Le snacking s'est d'ailleurs fortement développé pendant les confinements. Il faut désormais considérer avec intérêt le **snacking à la française**. Pour ce qui est de la **restauration collective en entreprise**, qui n'a pas retrouvé son niveau d'avant covid, les acteurs concernés ont été malmenés et ont fait preuve de résilience. Aujourd'hui, ils semblent bénéficier d'un certain retour au bureau et mettent en avant la qualité de leurs produits et l'attractivité de leurs prix.



Qu'apporte le Geco Food Service aux fournisseurs adhérents ?

M. S. : Nous sommes la seule association d'industriels fournisseurs dédiée 100% Food Service. Le Geco Food Service est un accélérateur de business et un décrypteur de tendances au bénéfice de ses membres, qui sont issus d'entreprises de **produits alimentaires** et aussi d'**équipements, de services et d'hygiène**. Il éclaire ses adhérents sur les défis d'aujourd'hui et de demain via des études comme l'impact de la **digitalisation en restauration commerciale**, l'évolution de la restauration à horizon 2030 ou encore l'objectivation des **critères d'achat post-covid**. Le Geco est avant tout une communauté diverse d'acteurs complémentaires. Nous organisons des rencontres clients et proposons tout un programme de formations. Je précise que le Geco Food Service vient d'être **certifié Qualiopi**, preuve de son professionnalisme. Pour bâtir notre nouvelle feuille de route, nous avons organisé, à l'automne dernier un séminaire avec notre comité exécutif pour définir ensemble nos objectifs et nos actions à venir. La mission de notre collectif d'entreprises adhérentes est de construire avec tous les acteurs de la filière une restauration hors domicile toujours plus innovante, agile et **responsable**.

Que veut dire « innovation » dans le Food Service ?

M. S. : L'**innovation** est au cœur du Food Service. Elle répond aux défis de la restauration et elle s'inscrit dans les tendances de consommation. Tous les industriels fournisseurs que nous sommes sont concernés, des produits alimentaires, à l'hygiène en passant par les services, les équipements et les emballages. Ces différents métiers sont représentés dans nos groupes de travail. L'innovation est spécifique dans la restauration. Dans ces marchés du BtoB, il faut au moins trois à cinq ans pour installer durablement un nouveau produit, le temps de convaincre nos professionnels de faire évoluer leurs usages. Pour optimiser leur **retour sur investissements de l'innovation produit**, les industriels ont intérêt à se demander dans quelle mesure une innovation en restauration va profiter aux autres segments, le commerce de détail et l'export. C'est la politique du plus grand dénominateur commun.



De quelle manière les fournisseurs de la restauration doivent exercer leur responsabilité à l'égard de la société ?

M. S. : Depuis une vingtaine d'années déjà, nos entreprises sont confrontées aux enjeux de société comme le **changement climatique**, la préservation de nos ressources énergétiques, le **vieillessement de la population** ou encore la **nutrition**. Ces cinq dernières années, il y a eu une accélération des actions concrètes pour répondre à ces enjeux. Mais pour répondre aux enjeux climatiques, énergétiques et sociétaux, nos entreprises sont dans une **phase d'investissement** qui aura un impact sur l'évolution de nos **coûts de production** dès 2024 et surtout dans les années qui viennent.



Des sujets d'actualité qui vous préoccupent ?

M. S. : Deux sujets en particulier. La **REP emballage** (NDLR Responsabilité élargie au producteur) qui entre en vigueur au 1er janvier 2024 pour les emballages de produits destinés à la restauration. Nos entreprises se sentent méprisées par les pouvoirs publics qui tardent à nous donner les règles précises concernant la restauration. Ce 18 décembre où nous nous entretenons, on ne connaît toujours pas l'éco-organisme retenu ni les grilles d'**éco-contribution emballage**. La question de l'impact de ces éco-contributions sur les tarifs de marchés publics sera un point de forte vigilance. Nous restons également très attentifs à la proposition de la ministre Olivia Grégoire de faire évoluer la mention du « **Fait maison** ». Finalement de quoi parle-t-on exactement ? Nous sommes encore dans le flou et à date, nous n'avons pas été invités à en discuter.



Lire aussi : [La quête du juste emballage en six points](#)

LES ACTEURS DE L'AGROALIMENTAIRE (/LESMARCHES/ACTU/LES-ACTEURS-DE-LAGROALIMENTAIRE)

RESTAURATION (/LESMARCHES/RESTAURATION)

RHF/RHD (/LESMARCHES/RHFRHD)

STRATÉGIE (/LESMARCHES/STRATEGIE)