



Revue de presse

Semaine du 23 au 29 janvier 2021

→ A NE PAS MANQUER

SNACKING 28/01/2021



BAROMÈTRE

JAN
FÉV
2021
by
snacking

TOUS LES CHIFFRES CLÉS POUR MIEUX DÉCRYPTER LES TENDANCES, PAR FRANCE SNACKING

SANTÉ DU MARCHÉ

NOMBRE DE VISITES ET DÉPENSES
MOYENNE SEPT-OCT 2020 vs 2019



RESTAURATION
COMMERCIALE
TOTALE

-31,6%



-8,5%



RESTAURATION
A TABLE

-48,6%



-1,7%

TENDANCES 2020

Observatoire
DATAkious by Just Eat
LIRE P.23-24

1. L'ASSIETTE

79% DES FRANÇAIS N'ONT PAS CHANGÉ LEURS HABITUDES ALIMENTAIRES EN SEPTEMBRE

1/5 FRANÇAIS A FAIT ÉVOLUER SA FAÇON DE MANGER

67% PRENNENT LEURS REPAS « FAITS-MAISON », CONTRE...

2. LA LIVRAISON


+34% DEPUIS LE 15 MARS 2020

77% PASSÉES DEPUIS LEUR MOBILE (+2% VS 2019)


34% DES FRANÇAIS SE FONT LIVRER (54% DES 18-24 ANS, 47% DES 25-34 ANS)

RESTAURATION RAPIDE

Source : Panel NPD Crest 2020. Par personne et par visite.



-21,3%



+1,3%

BURGER, PIZZA ↑ 16,0% ↓ -4,8%

SALADES, BOISSONNÈRES ↑ 34,7% ↓ 2,5%

SNACKS, QUÊTES ↑ 221% ↓ 2,2%

COVID-19 LE BILAN 2020

LIRE P.22

-27,3MD€ DE C.A. PERDU EN 2020 (-34% VS 2019)

-42% POUR LA RESTAURATION COMMERCIALE (VS 2019)

-54% EN NOVEMBRE, TOUS SEGMENTS CONFONDUS

-85% EN NOV. EN RESTAURATION COMMERCIALE (40% EN RAPIDE)

9,1MD€ D'ACTIVITÉ PERDU PAR LES FOURNISSEURS

3. LES SORTIES AU RESTAURANT

65% AVANT CONFINEMENT (VS 69% PENDANT)

21% GRIGNOTENT (VS 24% AVANT CRISE)

33% POUR LES JEUNES (VS 44% AVANT CRISE, SOIT 11%)

27% MANGENT PLUS LOCAL

22% VEULENT MANGER FRANÇAIS


45% LA PRATIQUENT POUR LIMITER LES CONTAMINATIONS

66% POUR UN GAIN DE TEMPS

26,5% DES COMMANDES SONT DES PIZZAS

19,7% DES COMMANDES SONT DES BURGERS

17% DES COMMANDES SONT DU JAPONAIS



1/2 FRANÇAIS A RALENTI SES SORTIES APRÈS LE 1^{ER} CONFINEMENT

34% N'Y SONT PLUS ALLÉS (34% CHEZ LES 35-49 ANS)

32% NE COMPTENT PAS Y RETOURNER D'ICI LA FIN DE L'ÉPIDÉMIE

53% ONT CHOISI LES RESTOS AYANT RESPECTÉ LES DISTANCIATIONS SOCIALES

38% Y SONT ALLÉS POUR SOUTENIR LES RESTAURATEURS

35% POUR SE FAIRE PLAISIR

5^e Revue Stratégique Food Service Vision (Nov. 2020).

COVID-19

Une PME sur deux craint de ne pouvoir surmonter un troisième confinement, y compris dans l'agroalimentaire

LES MARCHES 26/01/2021

Un tiers des dirigeants de TPE/PME a le sentiment que leur activité est « sous perfusion » de l'Etat, et un chef d'entreprise sur deux (49%) estime ne pas être en capacité de supporter un troisième confinement. Telles sont les résultats d'une enquête menée en ligne par la CPME auprès de 2400 dirigeants de TPE/PME, tous secteurs confondus, du 7 au 20 janvier dernier. 54% se déclarent « inquiets sur la pérennité de leur entreprise », contre 47% lors d'une précédente enquête en septembre.

32 184 défaillances d'entreprises en France en 2020 : un niveau au plus bas depuis 30 ans

LE CHEF 25/01/2021

C'est un paradoxe : les chiffres des défaillances d'entreprises en France pour le 4e trimestre et l'année 2020 de manière générale sont en baisse, reculant de 38,1% (32 184 procédures enregistrées) par rapport à 2019 – soit un niveau au plus bas depuis 30 ans.

Le groupe Altares, spécialisé en matière d'informations sur les entreprises, révèle en effet des chiffres contrastant étonnamment avec la crise économique et sanitaire sévissant depuis 1 an maintenant.

REPORTAGE : Distributeur entrepositaire : un secteur submergé par la crise

L'Auvergnant de Paris 28/01/2021

Des cafés, hôtels et restaurants aux rideaux baissés, un marché de la consommation hors domicile fortement contrasté entre la province et Paris, des millions de litres de boissons arrivant à leurs dates de péremption et des aides gouvernementales tardives... Pour les distributeurs entrepositaires qui évoluent dans le sillage des CHR, l'année 2020 s'est révélée particulièrement chaotique.

MARCHE/CONSOMMATION

SNACKING 28/01/2021

COMMENT LA CRISE A CHANGÉ LE REGARD DES FRANÇAIS SUR LEUR ASSIETTE

Les conclusions de l'Observatoire des nouveaux modes de restauration, DATAlicious by Just Eat parues en fin d'année font écho des mutations alimentaires en 2020 chez les Français dans leur foyer, comme en restauration hors domicile. Livraison de repas, achats de produits locaux ou bio, l'étude menée par l'Ifop en octobre 2020 détaille les nouvelles habitudes et la place du restaurant.

Ce rapport indique que si près de 79 % des sondés, disent ne rien avoir changé à leurs habitudes alimentaires à la reprise de l'activité et la réouverture des écoles à la rentrée, pour autant, 1 Français sur 5 a fait tout de même évoluer sa façon de manger depuis le début de la crise. Des résultats qui diffèrent selon que l'on vit en appartement ou en maison. 31 % de ceux habitant en appartement ont fait évoluer leur alimentation, dont 4 % qui ont radicalement tout changé.

LE GRIGNOTAGE AU RÉGIME, LE LOCAL PREND DU POIDS

Du côté du « fait maison », les Français ont quelque peu changé leurs habitudes. S'ils étaient 65 % avant confinement à prendre leurs repas complètement « faits maison », et 69 % au cœur du confinement,

et petits producteurs. Pour 22 %, c'est même devenu plus important qu'avant le confinement de manger « français » tout comme de savoir ce qu'on met dans les assiettes.

LA RHD BOUSCULÉE

Plus d'1 Français sur 2 a ralenti la cadence de sa sortie au restaurant après le confinement du printemps. 34 % ne sont même plus du tout allés au restaurant depuis, par peur de contracter le virus. C'est d'autant plus vrai pour les 35-49 ans qui sont 41 %. 32 % de la population (et 36 % pour les 25-49 ans), ne comptent pas retourner au restaurant d'ici la fin de l'épidémie. C'est moins fort chez les jeunes qui sont seulement 35 % à avoir diminué leurs sorties. Pour ceux qui ont poursuivi leurs escapades culinaires hors domicile, le choix s'est porté, pour 53 % des sondés, sur les établissements qui ont scrupuleusement respecté les règles de distanciation sociale. Ils sont 68 % des plus de 65 ans à avoir choisi leur restaurant selon cette garantie. 40 % des Français se sont rendus dans ces restaurants uniquement s'ils pouvaient manger en terrasse. Mais aussi, parmi eux 38 % ont indiqué que c'était pour soutenir les restaurateurs et 35 % pour se faire plaisir (59 % chez les jeunes pour ces deux raisons).

ils sont aujourd'hui 67 % (+2 pts). C'est encore plus marqué pour ceux vivant en appartement (+4 points vs avant la crise). Le retour à la normale s'est opéré aussi par rapport au phénomène « cuisine et pâtisserie » à la maison. Pour autant, les Français estiment plus qu'avant que le moment du repas est une occasion pour prendre le temps de cuisiner mais aussi pour déconnecter. Une tendance grandissante chez les 18/24 ans. C'est d'ailleurs 44 % à grignoter et sont aujourd'hui 33 % (-11 pts). Les changements, les plus visibles depuis le 1^{er} confinement concernent la solidarité dans l'assiette. 27 % des Français déclarent manger plus « local » qu'avant la crise ou en circuit court, pour soutenir les agriculteurs

LA LIVRAISON, GRANDE GAGNANTE

Pour 66 % des Français, la livraison est un soutien pour les petits restaurants de quartier dans une démarche responsable et locale. Un chiffre qui monte à 77 % pour les jeunes de 18-24 ans et 73 % chez les 25-34 ans pour qui la livraison est aujourd'hui pleinement ancrée dans leurs habitudes de restauration. 34 % des Français se font livrer des repas aujourd'hui (57 % des 18-24 ans et 47 % des 25-34 ans). Et 6 % le font de manière régulière depuis la fin du 1^{er} confinement. Pour 45 % de la population, la livraison est perçue comme la solution pour limiter les risques de contamination. C'est un gain de temps quand on n'a pas envie de cuisiner pour 66 % des sondés (82 % chez les jeunes). Chez Just Eat, on a assisté à une hausse de 51 % des commandes sur la plateforme à la première semaine du reconfinement en novembre et une moyenne de 21 % de commandes en plus par jour, par rapport à mars. 📊

Comment la consommation de viande française est boostée par la crise sanitaire

EUROPE 1 27/01/2021

La fermeture des restaurants a entraîné, en 2020, une baisse de la consommation de viande étrangère, qui approvisionne souvent les établissements collectifs. Pour manger de la viande, les Français se tournent désormais vers leur boucher, où ils se montrent généralement plus soucieux de l'origine de ce qu'ils vont cuisiner.

Consommation : les ventes de viande bovine française progressent

FRANCE 2 23/01/2021

VIDEO - C'est une bonne nouvelle pour la filière : entre janvier et octobre 2020, la consommation de viande bovine française a progressé de 1,6%, malgré la crise sanitaire et les périodes de fermeture des restaurants. "Rien que pour le mois de novembre, la consommation à domicile a augmenté de 1,2%", indique Maeva Damoy, journaliste France Télévisions, sur le plateau du 13 Heures, samedi 23 janvier.

Coronavirus : comment la pandémie a augmenté la consommation de fruits et légumes

EUROPE 1 29/01/2021

Au cours des douze derniers mois, la consommation de fruits et de légumes a bondi de 5% en France, du jamais vu sur une période aussi courte. Cette tendance a été renforcée durant les confinements, et s'explique notamment par une augmentation du temps disponible pour pouvoir cuisiner. Mais la part du bio est en baisse.

Après une saison festive sauvée, la volaille face à trois défis majeurs

REUSSIR VOLAILLES 28/01/2021

Malgré un bilan positif des ventes de volailles de fin d'années, l'interprofession Anvol alerte sur les mauvaises perspectives de l'année à venir.

RESTAURATION COLLECTIVE

Faut-il proposer un menu végétarien à la cantine tous les jours ?

LE MONDE 25/01/2021

La mesure, élaborée par la convention citoyenne pour le climat, sera expérimentée pendant deux ans.

Mais est-elle vraiment du meilleur goût ? L'argument économique / La convention citoyenne pour le climat (CCC)

a affirmé l'objectif d'engager la restauration collective dans des pratiques plus vertueuses.

L'une de ses propositions instaure l'obligation pour les cantines scolaires en self-service d'introduire un menu végétarien quotidien.

RESTAURATION COMMERCIALE

Nouvelle gifle pour la profession. Pas de réouverture des restaurants avant Pâques... au mieux

SNACKING 20/01/2021

Nouveau coup très dur pour la profession ! Selon une information du Point, parue sur son site ce mercredi, les restaurants n'ouvriraient pas avant le 6 avril, dans le meilleur des cas. Et on évoque début juin pour les cafés et bars.

SNACKING 28/01/2021

ZOOM TENDANCE

COVID-19 ET RESTAURATION - 27,3 Md€ DE CA SUR 2020

Après l'embellie estivale, le 2^e confinement a provoqué une chute globale de l'activité de 54 % en novembre, plombée par la restauration avec service à table qui a plongé de 85 %. Un manque à gagner, selon la 5^e Revue Stratégique de Food Service Vision, qui s'élève, sur l'année à 27,3 Md€ (- 34 %). Pour la restauration commerciale seule, c'est - 42 % sur l'année, en cumul.

Premier grand constat de cette 5^e Revue Stratégique dressée par Food Service, l'activité a clairement rechuté après l'été. Si la période estivale enregistrait une baisse globale de 17 %, septembre affichait - 18 % tandis que le couvre-feu d'octobre a figé le business qui a fléchi de 29 % sur le mois et de 54 % en novembre, tous segments confondus. Deux derniers mois qui ont coûté 5,9 Md€ de CA perdu soit près de 22 % de la chute annuelle d'activité qui se situerait à 27,3 Md€ en cumul annuel. Si les commerces alternatifs, proximi/GMS ont mieux résisté [- 1 ; - 4 et - 10 %] sur les trois derniers mois, comme certains segments de la restauration collective restés actifs (santé, scolaire) ; en revanche, la restauration d'entreprise trinquait, pénalisée par le télétravail. Grande perdante de ce nouveau coup d'arrêt, la restauration commerciale qui avait enregistré en juillet-août, une forte reprise d'activité boostée par le tourisme français. De - 22 % pendant l'été, le fossé s'est creusé dès septembre [- 26 %] pour s'agrandir à - 39 % en octobre puis 75 % en novembre. À y regarder de près, le plus fort tribut est payé par la restauration avec le service à table qui abandonné 85 % en novembre alors que la restauration rapide, ne perd « que » 40 %. C'est la restauration hors du restaurant, en l'occurrence la VAE et la livraison qui ont été au cœur de la résistance du secteur avec la disparition de flux sur place. « On estime que 1/3 des ventes sont réalisées en livraison (34 %) et 2/3 en VAE (66 %) », indique François Blouin qui rappelle là aussi qu'on n'a perdu « que » 54 % d'activité en novembre contre 80 % au plus fort du premier confinement. 1 Français sur 3 a recouru à la VAE au moins une fois, indique la Revue Stratégique et 1 sur 4 à la livraison contre 1 sur 5 sur les deux paramètres au premier confinement.

Des Français solidaires de la restauration, un atout

Les résultats d'un sondage réalisé dans le cadre de cette 5^e étude permettent de confirmer les fortes attentes des Français en matière de restauration. 73 % d'entre eux déclarent avoir envie d'y aller. Et les barrières tombent une à une avec une baisse de l'indice de « peur » mesuré par le cabinet depuis le début de la crise qui a diminué à 36 %. Autre bon signe qui pourrait renforcer la reprise, « 62 % des convives disent soutenir la restauration, notamment indépendante et seraient prêts à payer plus cher des repas à des petits restaurateurs », précise Florence Berger, Manager Associée chez FSV.

En perdant déjà 9,1 Md€ d'activité, les fournisseurs et distributeurs ont dû faire preuve d'agilité, quasiment en temps réel, avec un réajustement de leur offre et de leurs mix-produits. Effets induits de la crise, il leur a fallu et il leur faudra aussi réadapter des moyens commerciaux et réalouer ses forces en fonction des segments qui fonctionnent et ceux en difficulté. La crise a aussi renforcé une certaine dichotomie avec une restauration à deux vitesses. D'un côté celle des grandes villes touchées par l'arrêt du tourisme, la forte proportion de personnes en télétravail et les flux de transports absents... Et, de l'autre, la restauration des « sous-préfectures », qui, elle, résiste mieux avec une activité plus soutenue. De quoi dessiner des enjeux stratégiques géographiques pour toute la supply chain.



AMORTISSEURS DU CHOC DU 2^e CONFINEMENT

Avec une activité en retrait de 60 % à 65 % en valeur en novembre contre 84 % en avril 2020, la restauration a fait preuve d'adaptation. Selon le baromètre de NPD Group, la livraison et la vente à emporter ont permis à de nombreux professionnels de maintenir une activité, notamment la restauration traditionnelle qui fait appel de manière plus marquée à ces canaux de vente. Juste avant le 2^e confinement, la part des visites « à emporter » avait doublé en restauration à table passant de 35 % du total des visites entre mars et octobre 2020, contre 17 % en moyenne avant cette période. Une partie des restaurateurs s'est efforcée de réagir face à l'actualité en faisant évoluer son offre vers les nouveaux canaux de distribution, à savoir la vente à emporter et la livraison. Par là même, ils ont revu la composition des menus, développé le mix produit, travaillé sur les emballages et trouvé de nouvelles manières de communiquer avec les consommateurs pour les informer sur l'évolution de leur offre (via les réseaux sociaux notamment). En ce qui la concerne, la restauration rapide a su rebondir sur l'activité VAE. Pour preuve, elle est devenue prépondérante : alors qu'elle représentait deux tiers des commandes avant le premier confinement, elle atteint 85 % de part de marché entre mars et octobre 2020.

Comme le souligne NPD, pour certains acteurs de la restauration à table, la livraison à domicile a permis d'éviter la fermeture totale. Une partie d'entre eux qui avaient démarré une collaboration avec des agrégateurs pendant le premier confinement a poursuivi ces partenariats à l'automne. De quoi faire passer les commandes livrées de 1 % à 8 % entre mars et octobre 2020. Avec une tendance qui se renforce en novembre 2020, l'accélération de la digitalisation de l'offre des restaurateurs est en marche avec la mise en place de systèmes de commandes en ligne. De quoi faire progresser les commandes en livraison ou VAE de près de 6 points entre janvier et octobre 2020 pour passer de 1 % à 7 %.

Restaurants ouverts pour les salariés du btp: le gouvernement assure qu'ils auront accès à toutes les aides

BFM TV 27/01/2021

Certaines organisations professionnelles avaient été averties par Bercy que ces ouvertures pouvaient rendre les restaurants inéligibles à certaines aides d'Etat. Agnès Pannier-Runacher clôt la polémique. Soulagement du côté des restaurateurs autorisés à ouvrir pour assurer les repas des salariés du BTP. Interrogée à l'Assemblée nationale, Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée auprès du ministre de l'Economie, s'est voulue très claire.

Une aide ponctuelle pour les travailleurs de la restauration et de l'hôtellerie

LE CHEF 26/01/2021

Annoncée le 26 novembre 2020 par le gouvernement de Jean Castex, l'aide aux travailleurs précaires (extras de la restauration et de l'hôtellerie, saisonniers, intérimaires et intermittents) qui alternaient des périodes d'emploi et de chômage en 2019 et qui n'ont pas retrouvé le même niveau d'activité en 2020 en raison de la crise sanitaire, permettra à ces derniers de bénéficier d'une garantie de ressources pouvant aller jusqu'à 900 € par mois pour les périodes de novembre 2020 à février 2021.

À USAGE UNIQUE, matériaux multiples

Avec une directive européenne visant 100 % de plastiques recyclés ou réutilisables et un gouvernement français se posant comme ardent défenseur d'une économie circulaire, les échéances réglementaires se bousculent en 2021... Résultat, le marché de l'usage unique passe à la vitesse supérieure en termes d'innovations. Focus sur les nouveaux enjeux et les matériaux de demain. **Laurent Feneau**

Ça bouge sur le secteur de l'usage unique... Et plus particulièrement du côté des plastiques. Ainsi, depuis le 1^{er} janvier dernier, pailles, couverts jetables, touillettes en plastique, couvercles à verre et gobelets jetables¹ gobelets, boîtes en polystyrène expansé et autres assiettes en carton pelliculé plastique sont interdits². À terme, la loi Anti-gaspillage et Économie Circulaire (AGEC) votée le 10 février dernier vise la fin des em-

usage unique sont fort logiquement appelées à évoluer. En effet, la même loi AGEC crée

janvier 2021, mais la crise sanitaire a provoqué de nombreux retards dans la parution des

les points de vente vers des pratiques plus durables, la plupart des industriels reviennent leurs

ballages en plastique à usage unique dans tous les secteurs de la consommation y compris en restauration, avec un objectif de retrait total fixé en 2040. Les échéances réglementaires pour 2021 étant nombreuses (voir encadré), les obligations en matière d'éco-contribution des restaurateurs utilisateurs d'emballages et contenants à

une filière REP (responsabilité élargie du producteur) pour les emballages en restauration, suite à l'extension de la REP des emballages ménagers. Les professionnels de la restauration étaient théoriquement invités à contribuer au financement de la fin de vie (collecte, traitement, etc.) des emballages via un éco-organisme dès

textes d'application de la loi. Par conséquent, « si la filière REP « professionnel de la restauration » – est d'ores et déjà prévue par le législateur, l'absence de décret d'application fixant notamment le cahier des charges du ou des éco-organismes qui l'organiseront, fais qu'elle n'est pas encore effective. À date, et à notre connaissance, rien n'a été rédigé à ce sujet. Nous espérons donc un report d'au moins un an, afin d'organiser et structurer la filière », explique Cerise Ducos, Responsable des affaires juridiques et réglementaires du Groupement National de la Restauration.

LE RÈGNE VÉGÉTAL

Dans l'immédiat, et malgré ce répit, la pression réglementaire est déjà très forte pour les fabricants et les professionnels de la RHD qui n'hésitent plus à privilégier les matériaux alternatifs au plastique. Afin d'accompagner

gammes de contenants. Celles utilisant des matières premières d'origine végétale font ainsi un retour en force sur le marché. Parmi ces différents matériaux, la fibre de canne à sucre – ou bagasse – se taille la part du lion. Outre sa gamme en palmier (voir vitrine), Biosylva propose une offre complète de vaisselle (plats, assiettes et couverts) en pulpe de canne à sucre répondant à la norme européenne de compostabilité EN13432 qui garantit une dégradation supérieure à 70 % dans les 45 jours. De Facto a également choisi ce végétal pour une partie de son offre. « Par sa fonctionnalité et sa praticité, la bagasse s'impose depuis plusieurs années dans le paysage de la VAE. La première génération de barquettes en fibre de canne que nous avons com-

1. Gobelets servis sans contenu. Les gobelets type « emballage » seront eux interdits en juillet 2021.
2. Un délai de 6 mois a été accordé pour écouler les stocks constitués avant le 1/1/2021.

Alphaform

Signée Alphaform, la gamme de boîtes haute performance Deliverpack offre un transport ultra fiable grâce à un système de fermeture totalement étanche et sécurisé. Son couvercle en polypropylène clarifié transparent et antibuée au design élégant permet un empilage sûr. www.alpha-form.com



Comatec

La formule It Bag de Comatec regroupe dans un élégant coffret, assiettes en bois et caissette papier. Le tout passe au four (sans les couvercles) et est également adapté au froid. www.comatec.fr



Biosylva

Biosylva propose une gamme complète de vaisselle en palmier (assiettes, bols, ramequins et plateaux) dont les principaux points forts sont sa neutralité organoleptique, mais aussi sa résistance à la chaleur, notamment celle du micro-ondes. La gamme est par ailleurs 100 % biodégradable et compostable selon les normes européennes en vigueur. www.biosylva.fr

mercialisée remonte à 2015. Depuis, l'offre ne cesse de s'étroffer avec cette année, l'arrivée de pots à sauce et de nombreuses gammes lancées au design séduisant », confie Fanny Beuscart, responsable de la Communication & du Développement.

Le bois, surtout s'il est non traité et issu de forêts durablement gérées, a lui aussi le vent en poupe. On le retrouve dans de nombreuses gammes lancées ces derniers mois. C'est le cas chez Duni (marque BioPack) – couverts en bois certifiés FSC – mais également chez Comatec qui propose un nouveau concept pour la VAE baptisé Kits to Go. Ce dernier regroupe 13 formules dont la formule It Bag qui regroupe un lot d'assiettes rectangulaire et carrées pouvant accueillir club sandwich, croque-monsieur,



Mastrad

Mastrad propose une innovante gamme de boîtes de conservation intelligentes. Les flashcodes imprimés sur les poignées permettent en effet d'accéder à l'App dédiée et d'enregistrer les dates de péremption des aliments placés dans les boîtes. Le professionnel reçoit ensuite des notifications sur son smartphone avec les rappels pour ne pas oublier de les utiliser. En verre, ces boîtes sont bien sûr réutilisables.
www.mastrad-paris.fr



PACCOR

Avec son concept Circular Events, PACCOR accompagne les professionnels de l'événementiel dans la gestion du cycle de vie de leurs gobelets et récipients alimentaires en plastique. Après utilisation, ces derniers sont collectés, recyclés puis utilisés dans les sites de fabrication de PACCOR pour produire de nouveaux gobelets et récipients en PET recyclé (RPET).
www.paccor.com

argumente Aurélie Bekhti, responsable Grands comptes internationaux.

UNE NOUVELLE ÈRE

POUR LE RPET

Les problèmes que peuvent poser certains cartons multicouches – ou laminés plastique – tendent à montrer qu'il n'existe pas ou peu de matériaux miracles. D'autant que l'évolution appelée par les nouvelles réglementations impose de porter un nouveau regard sur le secteur, un regard plus global, prenant en compte les avantages et inconvénients de chaque matière première. La loi AGEC impose par exemple de raisonner en termes de recyclabilité des contenants et des packaging. Industriels et utilisateurs professionnels de l'usage unique se voient ainsi désormais dans l'obligation de raisonner selon une logique circulaire en ce qui concerne le cycle de vie des produits, notamment ceux utilisant le plastique. Et force est de constater que les lignes bougent sur

la question... Le RPET est par exemple de plus en plus utilisé pour les contenants et emballages alimentaires. Rappelons que l'acronyme RPET désigne

le PET recyclé (polyéthylène téréphtalate) employé entre autres pour les bouteilles d'eau et de soda. Gault et Frémont l'associe par exemple au carton pour sa nouvelle gamme bi-matériaux de barquettes dédiées à la consommation nomade. « D'une contenance d'un litre, faciles à manipuler et d'une large visibilité du produit », explique Frédéric Leduc, directeur commercial, marketing & développement.

Faerch mise lui aussi sur l'association RPET et carton pour sa nouvelle gamme de pots Coalesce. Les deux composants de l'emballage – pot et manchon en carton – sont facilement séparables et sans colle, soit un produit 100 % recyclable dans le flux des déchets ménagers. Logique de recyclabilité chez PACCOR également qui, avec son projet Circular Events, accompagne les professionnels de l'événementiel dans la gestion du cycle de vie de leurs gobelets et récipients alimentaires en plastique. Après utilisation, ces derniers sont collectés, recyclés puis utilisés dans les sites de fabrication de PACCOR pour produire de nouveaux gobelets et récipients en RPET. « Il s'agit

d'une étape importante vers une économie circulaire complète qui réduira considérablement les déchets plastiques et les émissions de CO₂ », explique Sonja

Teurezbacher, Vice President Group Communications & Marketing.

RECYCLABLE OU RÉUTILISABLE ?

D'autres plastiques comme le polypropylène (PP) ou encore le polyéthylène (PE), sont eux aussi utilisables pour la fabrication de contenants recyclables voire réemployables. Les dispositions de la loi AGEC sont en effet multiples et encouragent autant le recyclage des contenants que leur réutilisation. Le législateur rend ainsi obligatoire la mise en place d'une vaisselle réutilisable pour toute restauration consommée sur place, à compter du 1^{er} janvier 2023.

Alphaform (Groupe Guillin) recourt par exemple au PP pour ses boîtes réutilisables Deliveripack dédiées à la livraison de plats chauds ou froids à emporter. Déclinée aux formats 680 et 880 ml, la nouvelle gamme de bols signée EDS est également en PP, c'est également le matériau choisi par Firplast pour sa boîte bento avec couvercle et fenêtre de visibilité. Micro-ondable, nettoyable au lave-vaisselle à 30 °C et très résistante aux rayures, elle est, elle

quiche et autres salades ainsi qu'une boîte ronde pour les desserts, le tout en bois de peuplier français labellisé FSC. Également d'origine végétale, papier et carton bénéficient eux aussi d'une image de naturalité bien chevillée. Garcia de Pou utilise ainsi d'innovantes micro-fibres de carton pour sa toute dernière gamme d'articles à usage unique The Pack. « Ces nanomatériaux issus de ressources renouvelables offrent des propriétés barrières naturelles contre la graisse, rendant inutile le laminage plastique des contenants en carton »,



mbpack

Boîtes fabriquées en France à partir de matières 100 % naturelles renouvelables (carton et cellulose pour la fenêtre). Ces boîtes sont adaptées pour le transport de produits froids et chauds et supportent le passage au micro-ondes et/ou four. Simples à manipuler, elles sont facilement empilables pour la mise en vitrine, la vente à emporter et/ou pour la livraison. Enfin et surtout, elles sont recyclables dans la filière papier.
www.mbpack.fr

aussi, réutilisable et consignable. Si les boîtes réutilisables offrent des solutions durables pour le transport des plats à emporter, elles peuvent également offrir de nouvelles perspectives – plus écologiques – aux professionnels du snacking pour la conservation des aliments. Conçues pour durer, les boîtes Stor'eat de Mastrad se posent ainsi en alternatives sérieuses aux sacs plastiques et autres cellophanes à usage unique. Fabriquées en verre borosilicate résistantes aux températures extrêmes (- 20 / + 400 °C), elles passent aisément du four à la chambre froide. Enfin et surtout, l'application mobile Stor'eat rend ces boîtes intelligentes. Les flashcodes imprimés sur les poignées, permettent en effet d'accéder à l'App et d'enregistrer les dates de péremption des aliments. Malin...

Enfin, entrant lui aussi dans le champ des contenants et équipements réutilisables, le doggy bag est appelé à se faire une belle place sur le marché ces prochains mois. Ce dernier deviendra effectivement obligatoire dès cet été et devra être mis à disposition de tout client consommant sur place mais souhaitant terminer son repas



EDS

EDS propose une gamme de bols en polypropylène (PP). 100 % micro-ondable, elle possède une fermeture hermétique traitée antibuée pour une parfaite visibilité produit. Ses autres atouts ? Les contenants sont réutilisables, supportent le passage au lave-vaisselle et en chambre froide. www.eds-emballage.com

à domicile. Message reçu 5 sur 5 par les fabricants... Chez Solia, par exemple, le Lunch bag en tissu, s'adapte à toutes les formes de contenants. Fonctionnel et ludique, il permet le transport des repas en toute sécurité et peut-être réutilisé pour un usage responsable.

DES RÉFÉRENTIELS POUR UNE MEILLEURE LECTURE DE L'OFFRE

Bref, en fonction des matériaux qui les composent (plastiques ou matières végétales), embal-

SUITE PAGE 82

BOÎTE À OUTILS | ACHATS

USAGE UNIQUE



Faerch

Le pot coalesce de Faerch est aligné sur une logique d'économie circulaire. Composé de PET recyclé (RPET) associé à un manchon en carton 100 % recyclé, il constitue un contenant facilement recyclable dans le flux des déchets ménagers www.faerch.com

Firplast

Firplast choisit le polypropylène pour sa boîte bento avec couvercle et fenêtre de visibilité. Micro-ondable, lavable au lave-vaisselle à 30 °C et très résistante aux rayures, elle est réutilisable et consignable. www.firplast.com



lages et contenants acquièrent des qualités de biodégradabilité ou de recyclabilité voire de « réemployabilité ». Ainsi, les voies de la durabilité se multiplient-elles. Pour les éclairer et



LA COMMISSION EUROPÉENNE STATUE SUR LE CAS DES BIOPLASTIQUES

Si les bioplastiques estampillés Home Compost et OK Compost ne posent aucun problème quant à leur biodégradabilité, ces derniers peuvent venir perturber les filières de tri lorsqu'ils sont utilisés pour réaliser pelliculage et laminages des contenants en carton. En effet, s'ils apportent une certaine imperméabilité, ils contraignent en revanche la recyclabilité des fibres de carton qui deviennent hydrophobes. D'où le projet de Bruxelles d'étendre l'interdiction des plastiques jetables aux bioplastiques. Députés et plasturgistes sont actuellement en pourparlers. La tentative de plusieurs groupements d'industriels d'exclure de la directive des produits en papier ou cartons couverts d'une fine couche de plastique ou de bioplastique a d'ores et déjà échoué. Et ce malgré les demandes d'au moins trois fédérations représentant les fast-food (Serving Europe), les producteurs de carton (European Carton Makers Association) et des emballages papiers (European Paper Packaging Alliance). Le vote, quant au maintien ou à l'interdiction des bioplastiques, doit intervenir ces prochaines semaines. À suivre donc.

Gault et Fremont

Pour sa nouvelle gamme bi-matériaux de barquettes dédiées à la consommation nomade, Gault et Fremont associe carton et PET recyclé (RPET). Faciles à manipuler et emplissables, elles assurent une large visibilité du produit. www.gaultetfremont.com



pour aider les points de vente à faire leur choix, certains industriels se dotent de nouveaux outils particulièrement pertinents. La société mbpack, par exemple, a développé un indice de notation qu'elle applique à l'ensemble des produits de son catalogue. Choix des matières premières, distance d'approvisionnement, recyclabilité ou encore biodégradabilité, dix critères sont passés au crible pour cet indice environnemental, – baptisé eFFet Vert – qui applique une notation de A à F selon les impacts du produit tout au long de son cycle de



Huhtamaki

Huhtamaki propose une gamme complète de couverts en bois (fourchette, couteau et cuillère) certifiés FSC. L'industriel complète cette gamme d'une offre d'agitateurs – ou touillettes – en bois également certifiée FSC et disponible en plusieurs longueurs. www.huhtamaki.com

vie. Si l'eFFet Vert est un outil de notation, il procède également d'une philosophie globale qui se décline, entre autres, en modules de formation destinés aux clients. Par leur connaissance des normes, des cycles

de vie et des matières, ces derniers acquièrent ainsi une expertise nouvelle leur donnant la possibilité d'anticiper les évolutions réglementaires. « Les clients attendent beaucoup d'expertise, de pédagogie et de bonnes pratiques de notre part. Ils ont compris que l'emballage à usage unique ou réutilisable, en plus d'être utile et de garantir l'hygiène des produits, doit être fabriqué, utilisé et revalorisé de façon responsable », commentent Aurélie Cordé, responsable Marketing & Communication et David Jouvent, responsable Achats.

La démarche de mbpack n'est toutefois pas isolée. D'autres industriels souhaitent égale-

ment accompagner et guider leurs clients dans leur choix des contenants les plus adaptés et les plus durables. Comatec s'est dans un premier temps, ainsi rapproché de Sylvie Amar, experte en stratégie de marque et design global, afin d'établir une grille de lecture de son offre par type de matériaux. « Baptisée PlanetScore et construite dans l'esprit d'un référentiel type Nutri-Score³, celle-ci donne une information globale sur le niveau écologique des produits du catalogue », explique la fondatrice de Sylvie Amar Partners. Au final, si le rythme des innovations participe de l'évolution rapide d'un marché qui continue à se diversifier, les nouveaux outils de lecture mis en place par les industriels tendent à clarifier l'offre. Gageons que cette initiative des plus pertinentes sera appelée à se généraliser... 

3. Le nutri-score est un système d'étiquetage nutritionnel à cinq niveaux, allant de A à E et du vert au rouge, établi en fonction de la valeur nutritionnelle d'un produit alimentaire



Garcia de Pou

Garcia de Pou utilise les nano technologies pour sa toute dernière gamme d'articles à usage unique The Pack. Résultat, une innovante technique d'ondulation du carton permettant d'obtenir des nanomatériaux offrant une barrière naturelle contre la graisse, rendant inutiles le laminage plastique des contenants en carton. www.garciadepou.com

Le Syneg s'associe à Mon Restau Responsable

NEORESTAURATION 25/01/2021

Le Syneg, qui rassemble en France les fabricants d'équipements pour la restauration hors-domicile, devient partenaire du déploiement de Mon Restau Responsable auprès du Réseau Restau'co. A date, plus de 1500 établissements de restauration collective sont aujourd'hui engagés dans la démarche, co-créée par Restau'co et la Fondation Nicolas Hulot en 2015 pour prendre en compte tous les aspects RSE d'un restaurant collectif.

Le Syneg désormais partenaire de Mon Restau Responsable auprès de Restau'co

LE CUISINIER 25/01/2021

Mon Restau Responsable, outil gratuit aidant les structures de restauration collective à s'engager dans une démarche de valorisation des bonnes pratiques existantes en matière d'alimentation durable créé par Restau'co et la Fondation Nicolas Hulot en 2015, dispose désormais d'un nouveau partenaire : le Syneg.

INFOS INTERNES

Flunch sollicite l'ouverture d'une procédure de sauvegarde

BRA RESTAURATION 27/01/2020

Après 6 mois cumulés de fermeture administrative et un CA en baisse de -57% (soit près de 212M€) en 2020 par rapport à 2019, Flunch annonçait le 27 janvier 2021 solliciter la protection du Tribunal de Commerce de Lille via l'ouverture d'une procédure de Sauvegarde.

Clasico Argentino en mode végétarien et dark mais aussi bientôt dans la gare Montparnasse

SNACKING 27/01/2021

Le spécialiste parisien des empanadas a terminé l'année sur les chapeaux de roues. La chaîne de restauration rapide argentine, qui a lancé une cuisine fantôme fin 2020, surfe sur la livraison et le click & collect avec une collection de produits qui s'est enrichie d'une référence végétarienne. Le réseau s'installe en février, avec SSP à la gare Montparnasse, avant Lille 2 et Lyon.

Croc'Lait Bio et Le Carré, nouveaux fromages Président dédiés à la restauration collective

LE CUISINIER 27/01/2021

Simplicité, plaisir gustatif et exigence nutritionnelle caractérisent les deux nouvelles références fromagères lancées par Président à destination de la restauration collective. Adaptés aux besoins des professionnels du secteur, dans le respect de l'environnement et d'un strict cahier des charges, ces produits se révèlent à la fois sains, simples et savoureux.

Big Pitch 2021, 50 K€ de dotations offerts pour soutenir les livreurs entrepreneurs

SNACKING 26/01/2021

Pour son édition n°2 de son Big Pitch associant Bpi France et France Digitale Paris, la plateforme de livraison Deliveroo lance un programme permettant à ses livreurs partenaires d'obtenir un financement en vue de créer leur entreprise dans le domaine de leur choix.

Elior : Dynamisme commercial, rétention en hausse et liquidité solide malgré le contexte

NEORRESTAURATION 28/01/2021

Elior Group publie son chiffre d'affaires non audité au 31 décembre 2020, pour le 1er trimestre de l'exercice 2020-2021

