



Revue de presse

Semaine du 30 octobre au 5 novembre 2021



A NE PAS MANQUER

Le FoodTweet #21 > ce qu'il ne fallait (vraiment) pas manquer sur Twitter!

SNACKING 4/11/2021

#1 | Halloween 2021 : Un bonbon ou un sort ?

#2 | Le célèbre salon CES en janvier du 5 au 8, met la #foodtech en thème vedette pour la première fois

#3 | Ils ont créé la startup Mezli pour produire des milliers de restaurants autonomes opérés par des robots

#4 | Pass sanitaire : députés et sénateurs ne sont pas parvenus à un accord en commission mixte paritaire

#5 | Le virage digital : avenir de la restauration selon Kantar, étude Out of Home

#6 | Tupperware crée des emballages réutilisables uniques pour Tim Hortons dans le cadre de son partenariat avec Loop

#7 | Restaurants et CHR, comment améliorer votre référencement local grâce à Google My Business (GMB) ?

#8 | Métavers : est-ce le prochain enjeu à surveiller de près pour les communicants ?

#9 | Stratégie de marque sur TikTok : formats, ligne éditoriale, ads, ROI, bonnes pratiques...

#10 | Noël : les premières tendances d'achat se dessinent...



A LIRE

HABITUDES DE CONSOMMATION / FILIERE / AGRICULTURE

Or rouge, la tomate pourrait préfigurer le futur de notre alimentation, selon Rémy Lucas

SNACKING 1/11/2021

D'un rouge franc qui s'élargit désormais au jaune, noir ou vert.... Ronde, allongée ou en forme de cœur, la tomate est le 2e légume consommé au monde derrière la pomme de terre. Dans sa chronique pour France Snacking, l'œil de l'expert, Rémy Lucas, spécialiste des tendances alimentaires, et fondateur du cabinet Cate Marketing, revient sur ce champion de la culture hors sol.

EGALIM-DEVELOPPEMENT DURABLE

Les lunchbox réutilisables de Monbento intègrent la vente à emporter

LES ECHOS 4/11/2021

Alors que la loi Egalim prévoit la suppression des emballages uniques d'ici à deux ans, Monbento prend de l'avance. Le vendeur de lunchbox installée à Clermont-Ferrand a lancé il y a quelques mois une gamme spécifique pour le réemploi. Depuis juin, cette boîte réutilisable en Tritan, un plastique très robuste et durable est proposée aux clients de la vente à emporter.

Opinion | Les restaurants numériques seront les McDo du XXI^e siècle

LES ECHOS 4/11/2021

Par Anton Soulier (fondateur de Taster)

Publié le 4 nov. 2021 à 14:00 Mis à jour le 4 nov. 2021 à 14:18

Si McDonald's se lançait en 2021, ses fondateurs auraient-ils la même stratégie de croissance que dans les années 1950 ? Le Covid-19 a donné un coup de lumière sur un phénomène qui était déjà en pleine expansion auparavant : l'essor des repas dédiés à la livraison.

Nous, les pionniers de ce marché, sommes en croissance depuis nos débuts et la pandémie accélère l'adoption des usages. Une récente étude de Food Service Vision le confirme : dès 2024, en France, le marché de la livraison devrait représenter 19 % de la restauration commerciale dans son ensemble : déjà un quart des restaurateurs indépendants souhaitent proposer une offre numérique dédiée à la livraison.

Quant aux consommateurs, séduits, ils sont dorénavant plus de 50 % à se faire livrer des plats une fois par semaine au moins. L'avenir est radieux puisque les trois quarts des 18-34 ans sont des consommateurs réguliers.

Contre-pied

Face à ces constats, le secteur de la restauration est donc en train de se structurer afin de répondre à deux usages complémentaires. Le premier est le « dining-in » : servi en salle, axé sur l'hospitalité, le service, l'expérience d'une soirée entre amis ou en famille. Le second est la livraison de repas par les restaurants numériques : servi à domicile, axé sur la qualité, la rapidité et l'expérience d'un repas au restaurant.

Les fondamentaux sont solides, et tout est réuni pour innover dans la manière de créer des marques « food », en prenant le contre-pied de la restauration rapide traditionnelle et de la grande distribution.

Covid : la digitalisation des restaurants crée des opportunités pour les start-up

Le numérique a tout à faire dans cette industrie : seulement 10 % du marché de la restauration est en ligne, contre 60 % pour l'industrie du voyage, avec une augmentation moyenne de 30 % par an prévue jusqu'en 2025. L'essor d'Internet et des plateformes de livraison permet aujourd'hui de toucher un client instantanément et de se développer 100 fois plus vite que les chaînes de restauration rapide traditionnelles.

Enfin, au XXI^e siècle, les consommateurs voulaient manger vite et pas cher. Maintenant, ils veulent manger vite et bien. La qualité et la transparence sont des valeurs sur lesquelles ils ne veulent plus transiger.

Création de valeur

L'écosystème de la restauration est donc en train d'évoluer pour répondre à ces nouvelles exigences et le modèle des restaurants numériques en est la réponse. Il repose sur trois piliers : la création de marques populaires centrées sur l'expérience, la qualité et le plaisir ; une technologie permettant d'optimiser les opérations et la relation avec les clients (intégration aux plateformes de livraison, outils de prévision de la demande, logistique, contrôle qualité, ...) ; un réseau d'entrepreneurs de la restauration qui transforment leurs cuisines pour les adapter aux spécificités des restaurants numériques.

Ce modèle est vertueux car il agrège autour de lui les intérêts de nombreux acteurs économiques. Il crée de la valeur pour les entrepreneurs de la restauration. Il redonne vie à du foncier jusqu'alors sous-utilisé (les cuisines). Il permet d'accélérer le développement d'une offre de qualité à la livraison dans les villes de taille moyenne. Et il génère des milliers d'emplois directs (dans les cuisines) et indirects (producteurs, fournisseurs, distributeurs, livreurs...).

D'ailleurs les acteurs traditionnels de la restauration ne s'y trompent pas. A tour de rôle, ils s'y essaient en lançant leurs propres marques virtuelles ou bien en adaptant leurs « hits » existants. Ils perçoivent bien que les vrais nouveaux relais de croissance se feront via des restaurants numériques et pas avec leurs anciennes méthodes éprouvées, certes, mais qui datent du siècle dernier. C'est donc le bon moment pour recomposer l'industrie de la restauration, et créer les Mcdo du XXI^e siècle.

Anton Soulier est fondateur de Taster.

Loc Maria Biscuits structure son offre dédiée aux professionnels

NEORESTAURATION 4/11/2021

La croustillance des Crêpes Dentelle Gavottes, un plaisir chez-soi que l'on va retrouver dans le hors-foyer. Loc Maria Biscuits, qui les fabrique, lance en effet une offre dédiée aux professionnels. En bord de tasse, en produits d'accueil comme en solutions ingrédients, des gammes dédiées ont été pensées pour répondre spécifiquement aux besoins et usages des professionnels.

Restoria poursuit sa lutte contre le gâchis alimentaire

LE CUISINIER 4/11/2021

Restoria a choisi la Semaine européenne de la réduction des déchets pour mettre en place, du 15 au 28 novembre 2021, son second diagnostic de gaspillage alimentaire sur l'ensemble de ses restaurants.

Flagship. Del Arte fait sa révolution en mode hybride et casse les codes

SNACKING 3/11/2021

Un module baptisé A Casa 100 % dédié à la VAE, Click & Collect et livraison, un espace Caffèritivo ouvert toute la journée depuis le café du matin à l'apéritif du soir et une zone Ristorante réduite de moitié, le nouveau flagship de l'enseigne italienne du groupe Le Duff fait le pari de l'hybridation et de la modularité. Attendu au 2e trimestre 2022 à Joué-lès-Tours, il prévoit de casser bien des codes de la restauration à thème de périphérie. Explication de texte par Philippe Jean, le Directeur Général de Del Arte pour snacking.fr

L'inflation et le pouvoir d'achat sont encore très présents dans les médias et la FAO a annoncé jeudi que les prix des denrées alimentaires avaient encore progressé en octobre (+3% par rapport à septembre) atteignant ainsi leur plus haut niveau depuis juillet 2011 ([dépêche AFP](#)). Sur un an, la hausse est de 31,3% : le prix du blé a augmenté de 5% sur un mois et 38,3% sur un an. L'indice des prix des céréales a également augmenté de 3,2% sur un mois et de 22,4% sur un an. Le prix des huiles végétales a bondi de 9,6% sur un mois, atteignant un plus haut historique. Les prix des produits laitiers ont aussi gagné 2,2% sur un mois et 15,5% sur un an.

MATIÈRES PREMIÈRES - INFLATION DES PRIX - EGALIM

AFP - 02/11/2021 : [Rémunération des agriculteurs: la contractualisation obligatoire dès 2022](#) (officiel)

La généralisation des contrats écrits entre l'agriculteur et le premier acheteur de ses produits, mesure protectrice de la rémunération des producteurs, sera obligatoire dès le 1er janvier 2022 dans les filières bovine, porcine et laitière, selon un décret paru ce samedi au Journal officiel.

AFP - 04/11/2021 : [L'insécurité alimentaire mondiale pourrait durer, selon un chercheur français](#)

Le Figaro - 04/11/2021 : [Les agriculteurs face à la flambée du prix des engrais azotés](#)

LSA - 05/11/2021 : [Egalim 2: entre contraintes et opportunités \[Tribune\]](#)

Dans cette tribune, Nicolas Genty et Adélaïde Robardey, avocats au cabinet Loi & Stratégies, analysent pour LSA la loi Egalim 2. Un décryptage complet après la publication des décrets. Et pour eux: "On ne peut que constater la complexité du système proposé qui bien évidemment recèle des opportunités pour les fournisseurs et leurs clients".

COVID 19

AFP - 03/11/2021 : [Les Chinois appelés à stocker la nourriture](#)

L'avis affiché lundi sur le site Internet du ministère du Commerce ne précise pas la raison de cet appel ni si le pays est menacé de pénurie alimentaire.

AFP - 04/11/2021 : [L'Assemblée rétablit l'échéance du 31 juillet pour le pass sanitaire](#)

NUTRITION – SANTE

Les Echos - 04/11/2021 : [Des ingrédients à base d'insectes fonctionnels](#)

Les Echos Week - End - 05/11/2021 : Aliments ultra-transformés : pas d'abus

“ Plutôt inquiétante, cette étude de l'université de l'Ohio: **des chercheurs ont constaté l'apparition de pertes de mémoire et d'inflammation du cerveau après quatre semaines seulement d'un régime à base de produits ultra-transformés** (Brain, Behavior, and Immunity, novembre 2021). Certes, l'expérience a été réalisée sur des rats mâles, **mais nourris avec un régime équivalent chez l'homme à des chips, snacks, pizzas surgelées, charcuteries bourrées d'additifs... Et, semble t-il, ce ne sont que les plus âgés qui sont les plus sensibles.** Par contre, ceux qui bénéficiaient en même temps d'une complémentation en DHA, un acide gras de la famille des oméga-3 (on en trouve dans les poissons gras, les noix, les huiles végétales...), ne montraient pas de modifications. Attention, pas question pour autant de penser que prendre des compléments d'oméga-3 dispense d'éviter les aliments ultra-transformés, avertit Ruth Barrientos, auteur de l'étude. ”

Les Marchés Hebdo - 05/11/2021 : [Vent debout contre le Nutri-Score](#)

L'ALIMENTATION EN QUESTION

Les Echos - 02/11/2021 : [L'alimentation passée au crible de l'écologie](#)



Deux décrets publiés le 3 novembre 2021 créent deux nouveaux dispositifs de soutien : l'aide « coûts fixes rebond » et l'aide « nouvelle entreprise rebond » :

- Aide « coûts fixes rebond » :
Le [décret n°2021-1430 du 3 novembre 2021](#) instaure, pour la période éligible janvier-octobre 2021, une nouvelle aide dite « coûts fixes rebond » visant à compenser les coûts fixes non couverts des entreprises dont l'activité est particulièrement affectée par l'épidémie de covid-19, quel que soit leur chiffre d'affaires.
- Aide « nouvelle entreprise rebond » :
Le [décret n°2021-1431 du 3 novembre 2021](#) instaure, pour la période éligible janvier-octobre 2021, une aide dite « nouvelle entreprise rebond » qui est le pendant de l'aide « coûts fixes rebond » mais pour les entreprises créées entre le 1er janvier 2019 et le 31 janvier 2021.

Vous trouverez les notes de décriptage du Medef en pièces jointes.

