



Revue de presse

Semaine du 5 au 11 septembre

A NE PAS MANQUER

Edition spéciale, vers la fin d'un modèle pour la vaisselle à usage unique

SNACKING 09/09/2020

- ✓ La restauration rapide s'est construite et développée en ayant recours à une vaisselle à usage unique, mais a généré un nombre grandissant de déchets pas toujours maîtrisés.
 - Existe-t-il de bons emballages... et de moins bons ?
 - Quel est le calendrier de retrait des plastiques ?
 - Comment sélectionner ses emballages...
 - ... et Faire les bons arbitrages ?
 - Faut-il revoir sa com et son merchandising ?
 - Pourquoi la bagasse a le vent en poupe ?
 - Le PLA est-il aussi écologique qu'on le dit ? Tout comme les bioplastiques ?
 - Carton, papier, est-ce la bonne solution ?
 - Recyclable, biodégradable, compostable, quelles réalités ?
 - REP, pourquoi la restauration livrée et la VAE sont plus concernées ?
 - REP et TEOM, pourquoi une superposition de taxes ?
 - Pourquoi 5 flux à trier ?
 - Ecocontribution, combien ça coûte ?
 - La vaisselle réemployable, une option ou une obligation ?
 - Le zéro déchet mythe ou future réalité ?
 - La consigne est-elle le packaging de demain ?

5 leviers pour créer une offre adaptée à la livraison en restauration !

SNACKING 04/09/2020

- ✓ Pour gagner la bataille de la prochaine « normalité », c'est toute la restauration qui doit, dès maintenant, adopter l'innovation dans sa stratégie d'entreprise.
- ✓ Si la restauration rapide s'en sort plus qu'honorablement par rapport à la restauration traditionnelle, c'est avant tout parce qu'elle profite d'une offre produit adaptée et accessible aux plus jeunes générations.
- ✓ Autre avantage notable, elle s'était plus largement convertie à la digitalisation de ses services avant le confinement ;
- ✓ **#1 – Miser sur vos signatures et votre efficacité opérationnelle**
 - Proposer une carte spécifique
 - Timing accordé au service de livraison, 30 min max
 - Conception des produits adaptée
 - Contrôle qualité des plats
- ✓ **#2 – A chaque moment de consommation son offre food**
 - Créer, en fonction de votre cœur de cible, des offres basées pour une clientèle business avec des efforts particuliers à réaliser sur la clientèle du midi qui favorise l'offre groupée.
 - Les restaurants virtuels, « fullstack » comme on les appelle dans le jargon de la FoodTech, ont particulièrement revu leur business model en s'intéressant particulièrement au marché B to B.
 - Une autre évolution du système est en train de voir le jour, conséquence de la montée du télétravail. Celle de l'abonnement de l'entreprise pour ces nouveaux « télétravailleurs » aux services de ces restaurants virtuels, en proposant de livrer des repas contre un titre restaurant dématérialisé.
- ✓ **#3 – Etablissez des formules de restauration et misez sur l'offre à partager**
 - Privilégier la restauration à partager
 - Les occasions ne manquent pas avec les soirées foot et Binge Watchin. Les séries, qui d'ailleurs, permettent de véhiculer les nouvelles tendances de consommation aux US
- ✓ **#4 – Misez sur la pâtisserie, l'épicerie et le merchandising afin de valoriser l'expérience client même en livraison**
 - Les desserts restent le parent pauvre de la livraison et sont souvent absents voire mal exploités dans les formules proposées par les restaurateurs. Pourtant, ils sont un moyen de réaliser un chiffre d'affaires substantiel à la condition de les proposer en formule plat + dessert + boisson.
 - La crise a vu d'autres segments de produits émerger dans l'offre disponible en ligne comme l'épicerie et le merchandising.

- ✓ **#5 – Impliquez vos partenaires et créez des offres éphémères promotionnelles adaptées à la livraison**
Créer des offres éphémères avec votre partenaire boisson spécifiquement pour la livraison.
Pour conquérir de nouveaux clients, les acteurs de la restauration (et tous leurs partenaires) se doivent donc d'identifier des stratégies de promotion conjointes potentielles pour fidéliser les nouveaux acheteurs et s'adapter à cette nouvelle donne.

Le FoodTweet #15 : ce qu'il ne fallait (vraiment) pas manquer sur Twitter!

SNACKING 10/09/2020

- ✓ @BurgerKing dévoile son restaurant du futur sans contact au parcours client totalement réinventé
- ✓ mcdonald's unveils net zero energy-designed restaurant at walt disney world resort
- ✓ Fermeture des bars et restaurants à 1h du matin dans le Var
- ✓ Café par abonnement, « dark kitchen » et tarifs réduits : en mauvaise posture, [LRI]@Pret[PDI] A Manger se réinvente
- ✓ [FOODSERVICE] Quels leviers utiliser pour créer une offre adaptée à la livraison en restauration et développer votre business ?
- ✓ Les 3 enjeux majeurs d'après-crise #Covid19 pour améliorer l'expérience client :
 - 1+ de proximité et d'immédiateté
 - 2) repenser le parcours client
 - 3) digitaliser les relations autant que possible
- ✓ Viande végétale : [LRI]@NvxFermiers[PDI] creusent leur sillon en grande distribution
[http://business.lesechos.fr/entrepreneurs/...](http://business.lesechos.fr/entrepreneurs/) La start-up de viande végétale a décroché un référencement national au sein du groupe Carrefour. #FoodTech
- ✓ Le consommateur avant et après confinement [infographie] via @ComarketingNews x@Splio
- ✓ « La digitalisation du commerce a fait un bond de 6 à 7 ans en quelques mois seulement et cette tendance risque de perdurer »
- ✓ #Tourisme : Paris-Ile de France a perdu 14,3 millions de visiteurs et 6,4 milliards d'euros de recettes cet été #Covid_19
- ✓ Les destinations françaises, soulagées par la fréquentation estivale ? la région Paris IDF annonce une perte de 14,3 M de touristes par rapport à 2019 dont la 1/2 dû à une baisse de 7 millions de la clientèle internationale.
- ✓ La mauvaise nouvelle du week-end : face à la reprise de la pandémie de la #COVID—19 -notamment en IDF - la tenue du @sandwichshows du 20 au 22 sept. 2020 est annulée.

Paris-Ile de France a perdu 14,3 millions de visiteurs et 6,4 milliards d'euros de recettes

HR INFO

- ✓ 9,4 millions de touristes accueillis contre 23,6 millions un an plus tôt.
- ✓ Des recettes tombées à 3,8 milliards d'euros.
- ✓ Les professionnels s'attendent encore à des pertes de chiffre d'affaires de plus de 60 %.
- ✓ Les hôtels enregistrent une baisse de 61 % du nombre de nuitées.
- ✓ Chute de 68 % de la clientèle internationale et de 54 % des visiteurs français.

RESTAURATION COLLECTIVE

Cantina réinvente la restauration collective le 24 septembre

SNACKING 07/09/2020

Initialement prévue au mois de mars dernier, la 7^e édition de la Convention biennale de la Restauration Collective, organisée par PH Partners se tiendra bien à Paris, le 24 septembre prochain. Alors que la filière, confrontée aux suites de la pandémie de Covid-19, doit complètement repenser son paradigme, ce rendez-vous, qui affiche déjà complet, constituera un rendez-vous phare de la rentrée. Le thème du jour : « La restauration collective à l'heure de l'économie circulaire »

Cantines: Greenpeace exige de passer à deux menus végétariens par semaine

LE FIGARO 09/09/2020

L'organisation écologiste souhaiterait également une alternative 100% végétale les autres jours.

Proposer deux menus végétariens par semaine dans les cantines scolaires, contre un seul comme l'impose la loi Egalim depuis dix mois, et une alternative 100 % végétale les autres jours, aurait un impact environnemental très positif, selon Greenpeace. «À l'heure de l'urgence climatique, imposer aux enfants de consommer de la viande ou du poisson lors de leur déjeuner à la cantine ne devrait plus être une option», estime l'organisation écologiste.

PLAN DE RELANCE

Pour le GNI, l'hôtellerie-restauration est la grande oubliée du plan France Relance

SNACKING 04/09/2020

Le Président du Groupement National des Indépendants (GNI), Didier Chenet, a réagi aux annonces du plan France Relance du gouvernement Castex. Pour lui, clairement, le compte n'y est pas pour les hôteliers, cafetiers, et restaurateurs parlant même des "grand oubliés"...

ENVIRONNEMENT

Alimentation: appel à candidatures pour l'étiquetage environnemental

LE FIGARO 10/09/2020

Pouvoir choisir les aliments en fonction de leur impact sur l'environnement: le gouvernement a lancé jeudi un appel à candidatures pour mettre au point un étiquetage qui informera les consommateurs sur ce point.

Orangina Suntory France devient Suntory Beverage & Food France

SNACKING 10/09/2020

Suntory Beverage & Food France devient le nouveau nom commercial d'Orangina Suntory France. Ce changement s'inscrit dans la volonté de rapprocher l'entreprise de l'identité globale du groupe Suntory.

Pokawa, associé à Vendis Capital veut devenir une marque mondiale de poké bowl

SNACKING 08/09/2020

En près de 3 ans, la chaîne fondée par Maxime Buhler et Samuel Carré s'est imposée comme le numéro 1 de sa catégorie avec 27 unités au compteur dont 21 en propre et 3 à l'étranger. Elle vient de s'adosser au fonds d'investissement Vendis Capital et vise le leadership en Europe puis dans le monde. L'objectif est de 100 adresses à 2024 et 100 M€ de CA. Au programme : maillage du territoire, croissance externe et ouverture vers les familles avec le lancement prochain de la Happy box pour les kids.

Sodexo prévoit jusqu'à 410 millions d'euros de charges de restructuration et de dépréciations au 2ème semestre

LE FIGARO 11/09/2020

Sodexo, numéro deux de la restauration collective, a annoncé vendredi qu'il prévoyait jusqu'à 410 millions d'euros de charges de restructuration et de dépréciations d'actifs au 2e semestre de 2020, ainsi qu'un ajustement négatif de sa charge d'impôt d'environ 100 millions d'euros.

D'aucy foodservice une marque de coopérative au service des professionnels de la restauration

NEORESTAURATION 09/09/2020

D'aucy foodservice, entité du groupe d'aucy, devenu Eureden par son union avec Triskalia s'appuie sur les valeurs fortes du modèle coopératif au service du développement des territoires et du bien-manger.

Unilever Food Solutions : Des offres végétales avec The Vegetarian Butcher

BRA RESTAURATION 11/09/2020

Manger mieux tout en réduisant sa consommation de viande, c'est le principe du fléxitarisme. Cette tendance, à laquelle les chefs souhaitent répondre, tend à s'imposer dans la restauration commerciale. La transition de la viande animale vers de nouvelles protéines végétales s'intensifie. Face à ces évolutions, Unilever Food Solutions a choisi de travailler avec The Vegetarian Butcher, une marque experte en produits à base de protéines végétales, lancée par un ancien boucher reconverti.