



Revue de presse

Semaine du 5 au 11 décembre

A NE PAS MANQUER

GECO FOOD SERVICE

F comme FOURNISSEURS

NEORESTAURATION 04/12/2020

« Tous les fournisseurs de la restauration hors domicile ne vont pas mettre la clé sous la porte, mais certaines entreprises doivent faire face à des difficultés très sérieuses. » Frédérique Lehoux, directrice générale du Geco Food Service,

A - 35 % au premier semestre, le hors-domicile touché de plein fouet par la crise

SNACKING 08/12/2020

Le secteur du hors-domicile est en train de payer un très lourd tribut à la crise du coronavirus. Ainsi, le premier confinement aurait pénalisé à hauteur de 585 Millions d'euros par semaine le secteur de la restauration commerciale selon les données Kantar. Dans ce contexte, les services de livraison créent une lueur d'espoir.

- ✓ Au cours du premier semestre 2020, une seule semaine de confinement avait ainsi coûté à la France 169 Millions d'euros de pertes sur les produits de snacking et les boissons non alcoolisées;
- ✓ au niveau international, la baisse des dépenses pour la consommation hors domicile n'a pas été entièrement compensée par la hausse des ventes dans le retail alimentaire.
- ✓ les dépenses consacrées aux courses alimentaires des ménages, combinées aux dépenses alimentaires hors domicile, ont diminué de -20% au premier semestre de l'année.
- ✓ "La livraison de repas à domicile a aplani l'impact de la COVID-19 pour certains pays, créant de nouvelles opportunités dans cette période difficile."
- ✓ le secteur hors domicile en Europe a été plus fortement affecté par rapport aux pays d'Amérique Latine et d'Asie.
⇒ La pénétration du marché de la livraison de repas, chez les moins de 50 ans: 84% en Chine / 80% dans les villes brésiliennes VS 44% en France.

La crise a changé le regard des Français sur leur assiette, selon l'observatoire DATAlicious by Just Eat

SNACKING 10/12/2020

- ✓ 1 Français sur 5 a fait tout de même évoluer sa façon de manger depuis le début de la crise.
- ✓ repas complètement "faits maison" : 65 % avant confinement => 69 % au cœur du confinement => 67 %, aujourd'hui
- ✓ les Français estiment plus qu'avant que le moment du repas est une occasion pour prendre le temps de cuisiner mais aussi pour déconnecter
- ✓ Grignotage chez les jeunes : 44 % à grignoter avant confinement => 33 %, aujourd'hui
- ✓ 1 Français sur 2 ont ralenti la cadence de leur sortie au restaurant après le confinement du printemps.
- ✓ 32 % de la population (et 36 % pour les 25-49 ans), ne comptent pas retourner au restaurant d'ici la fin de l'épidémie.
- ✓ 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
- ✓ Pour 45 % de la population, la livraison est perçue comme la solution pour limiter les risques de contamination.
- ✓ 50 % des restaurateurs la considèrent comme une solution d'avenir

#Couvre-feu. Finis le click & collect, la VAE et le drive après 20 h. Suspens pour la livraison!

SNACKING 10/12/2020

Nouveau coup de vis pour la restauration qui gardait encore la possibilité d'opérer en click & collect, vente à emporter ou drive jusqu'à 21 heures. Le couvre-feu est dorénavant porté à 20 heures, a annoncé le Premier ministre ce soir. Il faudra attendre le décret d'application pour confirmer si la livraison reste bien autorisée après cette heure-là.



COVID-19

Soutien aux fournisseurs de la RHD !

LES MARCHES 09/12/2020

« Combien d'entreprises alimentaires fournisseurs de la consommation alimentaire hors domicile et notamment des PME en région seront encore debout au 20 janvier 2021 ? » s'alarmait l'Ania la semaine dernière. Selon une consultation réalisée par l'association auprès de 400 entreprises du secteur, 57 % des entreprises sont concernées par une baisse d'activité proche de 50 %, et une entreprise sur deux diffère ou annule ses projets de recrutement.

GESTION DES DECHETS

G comme Gaspillage... L'abécédaire Néo de 2020

NEORESTAURATION 08/12/2020

La loi de février 2020 sur la lutte contre le gaspillage et l'économie circulaire compte plusieurs mesures sur l'alimentation, et pour cause : 10 millions de tonnes de nourriture consommable sont jetées chaque année. Pour corriger le tir, la restauration est fortement mobilisée.

FOOD SERVICE

G comme Grossistes... l'abécédaire Néo de 2020

NEORESTAURATION 08/12/2020

Annus horribilis pour le CHR et, en conséquence, pour les distributeurs grossistes. Après avoir vu leur chiffre d'affaires s'écrouler pendant les trois mois de confinement, c'est de nouveau le coup de massue avec le CHR à l'arrêt depuis le 30 octobre.

MARCHE/CONSOMMATION

Les Français, aiment la viande bio et de plus en plus en restauration

SNACKING 09/12/2020

La 6e vague de l'étude Ifop pour la Commission Bio d'Interbev confirme que la consommation de viande bio reste stable et son image demeure positive, en écho aux grandes aspirations du moment. Parmi les enseignements de ce sondage, la viande bio fait une percée remarquable en restauration hors domicile.

L'agneau bio progresse moins vite que les autres viandes

LES MARCHES 07/12/2020

Le chiffre d'affaires au stade détail de la viande d'agneau bio a progressé de 9 % en 2019, alors que l'ensemble du marché de la viande bio progressait de 13 %, tiré par le porc bio (+31 %).

L'ADEPALE demande une exonération fiscale exceptionnelle de 100 % sur les dons alimentaires

NEORESTAURATION 09/12/2020

L'ADEPALE - Association Des Entreprises de Produits Alimentaires Élaborés qui représente 400 TPE, PME et ETI françaises en appelle aujourd'hui au Gouvernement pour renforcer leurs dons d'inventus aux associations caritatives, qui font face à une affluence sans précédent de populations fragilisées par la crise. Attachées aux valeurs de proximité et de solidarité, les entreprises de l'ADEPALE ont la ferme volonté d'éviter le stockage, voire la destruction, des produits préparés pour les besoins aujourd'hui disparus de la restauration hors domicile. Il s'agit pour elles d'agir de façon citoyenne et responsable, en s'inscrivant dans une logique naturelle d'anti-gaspillage.

ZEN PRO 12/2020

ÉTUDE

Les volumes de viande bio se développent en RHD

Lorsque les Français consomment de la viande bio en restauration hors domicile, pour 68%, c'est dans les restaurants traditionnels, pour 7% dans les restaurants d'entreprise et pour 7% dans les établissements de restauration rapide (18% autres). 61% des consommateurs de viande considèrent qu'il n'est pas très facile de trouver de la viande bio en RHD, alors que 46% privilégieraient un restaurant qui en propose, quitte à payer plus cher. C'est ce qui ressort, entre autres, de la 6^e vague de l'étude réalisée cette année par l'Ifop pour la commission bio d'Interbev, l'Association nationale interprofessionnelle de l'élevage et des viandes. La restauration hors domicile représente 7,6% des ventes, avec certes des volumes encore modestes, mais en très nette augmentation (+34% vs 2018) selon l'Observatoire des Viandes

Bio 2019. « Il est surtout intéressant de noter que la proportion de sondés considérant qu'il est très facile de trouver de la viande bio en restauration hors domicile a bondi cette année pour atteindre 39% (+10 points).

Cette belle progression hors foyer témoigne de l'engagement de toute une filière qui met en place de nombreuses initiatives porteuses depuis 2017. En effet, elle a lancé en 2019 les Trophées de l'Innovation Viandes Bio en RHD, en marge du Sirha, dont la 2^e édition est prévue pour mai 2021. Et la profession s'implique dans dif-

férents événements, comme le Sirha Green, Restau'Co ou encore le Salon des mairies », souligne Interbev.

Pour l'association interprofessionnelle, il apparaît donc que les volumes vendus se développent de façon harmonieuse et complémentaire pour booster l'accessibilité de la viande bio.

« Une tendance qui s'explique, là encore, par les nombreuses actions de promotion menées par la profession. Sans oublier la promulgation en 2018 de la loi Egalim, qui vise notamment à introduire 20% (en valeur) de produits bio dans le secteur de la restauration collective à l'horizon 2022 », explique-t-elle.



RESTAURATION COMMERCIALE

Place aux Restos, une initiative pour permettre aux restaurateurs de s'installer sur les marchés locaux

SNACKING 09/12/2020

Pour éviter à nombre de restaurants de clore définitivement boutique, la nécessité de se réinventer devient vitale. Parmi les dernières initiatives en date, Place aux Restos soutenue par METRO France, le GNI, l'Umih et la CGAD, a pour but de

convaincre les maires de leur permettre de prendre position sur les marchés locaux des villes ou d'organiser des événements éphémères.

10 jours de congés payés pris en charge par l'Etat, attention, terrain réservé! Avis d'experts

SNACKING 09/12/2020

Le 2 décembre dernier, le ministère du travail annonçait que l'Etat prendrait en charge « dix jours de congés payés pour les entreprises les plus lourdement impactées par la crise sanitaire ». Une annonce en forme de victoire avec des organisations professionnelles qui se montraient satisfaites. Toutefois cette prise en charge semble limitée, strictement encadrée et comporte encore des zones de flou. Pour snacking.fr, Maître Marie-Constance du Couedic et Maître Cecile Peskine, Avocats, nous apportent des éclairages et précisions.

Le Conseil d'État rejette le recours des professionnels sur la fermeture des bars et restaurants

HUFFINGPOST 08/12/2020

CONSEIL D'ÉTAT - Le Conseil d'État a rejeté ce mardi 8 décembre le recours de l'Umih, principal syndicat des métiers de l'hôtellerie restauration, contre le décret du 29 octobre imposant la fermeture des bars et restaurants dans le cadre du reconfinement.

Baromètre C10 : les Français toujours en attentes de développement durable dans les CHR

NEORESTAURATION 10/12/2020

La crise sanitaire aurait-elle fait passer dans les CHR les attentes, comme les pratiques, environnementales au second plan ? Rien n'est moins sûr, selon le second baromètre du développement durable dans les cafés, hôtels et restaurants, tout juste dévoilé par C10.

ZEN PRO 12/2020

COVID-19

Soutien de l'État renforcé pour les hôtels, cafés et restaurants

Soulagement pour les organisations professionnelles HCR qui voient les aides renforcées pour les hôtels, cafés et restaurants afin de répondre à la situation de fermeture et de sous-activité prolongée liée aux mesures sanitaires. Le fonds de solidarité est étendu à l'ensemble des entreprises du secteur, sans limite de taille, pour celles fermées (cafés, bars, restaurants, discothèques notamment) ou connaissant une perte de chiffre d'affaires d'au moins 50%. Ces entreprises continueront de bénéficier d'un soutien pouvant aller jusqu'à 10 000 € ou pourront opter pour une aide nouvelle de 15 % du CA mensuel visant à couvrir leurs charges fixes, portée à 20 % du CA mensuel

pour les entreprises fermées administrativement ou pour celles qui connaissent une perte de CA au moins égale à 70 %. Elle sera attribuée à chaque entreprise sur la base de la déclaration de son numéro Siren. Cette aide du fonds de solidarité sera plafonnée à 200 000 € par mois. Le CA de référence retenu pour le calcul de l'aide pourra être celui du mois de décembre 2019 ou le CA mensuel moyen constaté en 2019.

Le ministre de l'Économie Bruno Le Maire a précisé que les entreprises dont les gérants disposent d'un contrat de travail dans une autre entreprise pourront bénéficier de l'accès au fonds de solidarité. Pour celles de plus grande taille, ces aides pourront être complétées d'avances remboursables

de l'État, grâce à l'enveloppe de 500 M€ mise à disposition par le gouvernement en 2020. Ces avances, remboursables sur dix ans avec trois ans de différé, seront accordées par les Cofide* dans chaque département pour les entreprises de moins de 400 salariés. Le taux d'intérêt de ces avances sera, a annoncé le ministre, de 1%. Les entreprises de plus de 400 salariés pourront être accompagnées par le Ciri**, qui peut accorder des prêts FDES grâce à l'enveloppe de 1 Md€ débloquée en 2020. ●

Cf. www.zepros.fr

*Comité départemental d'examen des problèmes de financement des entreprises

**Comité interministériel de restructuration industrielle



Dans un communiqué commun, les ministres ont tenu à rappeler l'engagement indéfectible de l'État. Quant aux organisations professionnelles représentatives du secteur, elles se sont félicitées du dialogue constructif avec les pouvoirs publics.

ÉTUDE GIRA 2020

Perte de 30 à 34 Md€ de

Perte de 30 à 34 Md€ de CA pour la restauration

Sombres perspectives chiffrées pour le bilan 2020 du secteur de la consommation alimentaire hors domicile. Dans une édition spéciale de son Étude restauration, Gira revient sur les chiffres du secteur en 2019 et propose une estimation pour l'année 2020. Le cabinet spécialisé en marketing, stratégie et développement estime que la perte de CA globale en 2020, vs 2019, devrait se situer entre 50 % et 55 %. Soit une « perte sèche » d'au moins 30 Md€ pour le secteur de la restauration commerciale et hôte-

lière. « Chaque semaine de confinement, c'est 77 millions de repas non servis et 1 Md€ de recettes perdues », commente Bernard Boutboul, président de Gira.

Dans son étude, le cabinet Gira a décomposé l'année 2020 en 5 périodes. Il estime notamment que le 2^e confinement entré en vigueur le 30 octobre, pour une durée minimale de quatre semaines, devrait entraîner une chute de CA de 90 %. Globalement, pour la restauration commerciale et hôtelière, l'année 2020 devrait se traduire par 1,8 à 2,1 milliards de repas

non servis par rapport à 2019, au moins 7 Md€ de matières premières non achetées, 100 000 emplois directs menacés, et de 30 à 34 Md€ de CA perdus. « La crise sanitaire aura un impact durable sur le secteur de la restauration », estime Bernard Boutboul. ●



2 établissements sur 3 pourraient disparaître

L'inquiétude de la filière des hôtels, cafés, restaurants (HCR) est forte. Selon une enquête réalisée après la mise en œuvre du 2^e confinement en France, par les 4 organisations professionnelles représentatives du secteur, le GNC, le GNI, l'Umih et le SNRTC, la crise du coronavirus pourrait entraîner la fermeture de 2 établissements sur 3 dans l'hôtellerie-restauration. Plus de 6 600 entreprises de toute la France ont répondu à l'enquête dont 80 % de cafés, bars, restaurants et 20 % d'hôtels. À la question « craignez-vous que cette 2^e fermeture administrative puisse condamner votre établissement », 65,8 % des professionnels ont répondu « oui ». À l'occasion de cette enquête inédite, ils étaient également invités à indiquer quels sujets prioritaires le gouvernement devait traiter. Pour 76,5 % des répondants, la 1^{re} priorité est l'exonération des charges sociales patronales pour toute l'année 2020. Arrivent ensuite à égalité, pour 55 % des professionnels, l'indemnisation du chef d'entreprise (qui ne bé-



néficier pas du chômage partiel) et les loyers pendant les périodes de confinement et de couvre-feu. Les assurances (53 %), la prise en charge des congés payés acquis par les salariés sur les périodes de chômage partiel (42 %) et l'accès au Fonds de solidarité pour toutes les entreprises (28 %) complètent les demandes principales.

« La profession fait face à une crise inédite qui va entraîner un nombre sans précédent de faillites et de licenciements, alertent les organisations professionnelles. La perspective de fermeture de 2 établissements sur 3 est inacceptable. L'État doit venir au soutien de nos professionnels empêchés de travailler et pour cela répondre à leurs demandes par des mesures aussi fortes qu'indispensables et urgentes. » ●

FOCUS

DIGITALISATION

S'adapter pour avancer

La RHD est en recherche active de solutions pour préparer sa sortie de crise. Parmi les mouvements en cours, l'accélération de la digitalisation des établissements. Nombreux sont les partenaires équipementiers et prestataires de services à aider la restauration à se transformer.

L'accélération de la digitalisation de la restauration est l'une des tendances de fond de la crise du Covid-19. Le Leaders Club France organisait le 5 novembre un événement live sur Facebook*, en association avec le Club de la Franchise et Innovorder, pour échanger sur la digitalisation des restaurants. Premier constat : passé la sidération des confinements et la fermeture des établissements, il est important de garder le contact : « Je pense qu'il faut laisser des messages et communiquer avec les clients, ne pas les laisser dans une incertitude totale... Reviendra-t-elle ? Reviendra pas ? Car nos clients vont prendre d'autres habitudes », explique Yves Sassi, président du Club de la Franchise. Une relation d'autant plus importante qu'elle

peut aussi être commerciale. « Le groupe Panorama à Paris a survécu lors du 1^{er} confinement grâce à ses dark kitchens, à la digitalisation et à la livraison. Certes, ce n'est pas l'activité normale - on ne remplacera jamais un restaurant plein, de chaleur humaine en particulier -, mais il y a peut-être cette petite porte qui permet en tout cas de garder espoir grâce à la présence en ligne, sur les réseaux sociaux et par la livraison à la maison », ajoute Frédéric Loeb, senior vice-président tendances & innovation du Leaders Club France. De fait, la restauration omnicanale est devenue un sujet clé du moment comme le souligne Justin Waneca, responsable développement grands comptes chez Innovorder, société proposant des solutions e-commerce en marque blanche permettant de faire du click & collect, de la livraison, de

la fidélisation des clients, etc. « Il y a de très grands groupes qui ont accéléré. Je pense à Agapes, Quick, Burger King, Pret A Manger, qui ont eu besoin de ces solutions e-commerce, et, pour nous, cela a été un catalyseur assez fort d'activité », souligne-t-il à propos du 1^{er} confinement. Pour Nour Zerelli, general manager France de Deliverect, solutions permettant de synchroniser tous les canaux de livraison avec le système de caisse, l'urgence du Covid-19 incite beaucoup d'opérateurs à livrer, et cela va rester. « Il s'agit d'un nouveau métier que les restaurateurs vont devoir apprendre. Notamment à garder des clients grâce à d'autres chaînes de communication : un bon marketing, un bon packaging, une bonne livraison... et en analysant ce qui marche ou pas afin de s'adapter », estime-t-elle.

À cette digitalisation omnicanale s'ajoute le bénéfice de la data. « Cela génère de la donnée de consommation qui auparavant étaient très difficile à obtenir pour le restaurateur. Il peut désormais savoir qui consomme, quoi et comment, affiner sa prestation et personnaliser l'expérience », explique Chislain Rouéssé, cofondateur de la solution de paiement à distance Billee. Attention, toutefois, aux risques de confusion : « Le click & collect est une solution opérationnelle, mais ce n'est pas une solution marketing. Le restaurateur va ensuite devoir communiquer pour aller chercher des clients », prévient Louiza Hacene, CEO de Malou, agence de marketing et communication digitale. ●

*vidéo complète du live disponible sur la page Facebook du Leaders Club France.



RESTAURATION COLLECTIVE

Barbara Pompili dévoile des premiers arbitrages du projet de loi issu de la convention citoyenne pour le climat

LE MONDE 08/12/2020

Certains arbitrages faits par le gouvernement s'annoncent en deçà des propositions faites par les 150 citoyens de la convention. Interdiction de certains vols domestiques, expérimentation de menus végétariens dans les cantines... La ministre de la transition écologique, Barbara Pompili, a dévoilé mardi 8 décembre dans Le Parisien les premiers arbitrages du projet de loi issu de la convention citoyenne pour le climat, certains en deçà des propositions des 150 citoyens.

Restauration scolaire : les communes s'interrogent sur leur capacité à tenir les objectifs de la loi Egalim

LA GAZETTE DES COMMUNES 10/12/2020

Une enquête de l'AMF dresse un panorama de l'adaptation de la restauration scolaire du premier degré à la loi Egalim, deux ans après sa parution. Les plus inquiètes et démunies sont les petites collectivités de moins de 10 000 habitants.

«On n'est que des pions»: les salariés de la restauration collective inquiets pour leur emploi

LE FIGARO 10/12/2020

au-dessus du masque, de grosses larmes perlent aux paupières: «Ils ne pensent pas aux petits comme nous. On n'est que des pions», s'angoisse Malika Dagorn, salariée chez Elios, venue manifester ce jeudi à la Défense à l'appel de la CGT pour la sauvegarde des emplois dans la restauration collective. «Ils sont sans pitié», accuse-t-elle, alors que le groupe français Elios veut supprimer près de 1900 emplois dans ses activités de restauration d'entreprise en France, frappées par la pandémie de Covid-19 et le télétravail qui ont vidé les cantines des sociétés clientes depuis le premier confinement.

HYGIENE

H comme HYGIENE

NEORESTAURATION 08/12/2020

Hygiène. Le plan de maîtrise sanitaire, l'HACCP font partie de la restauration depuis belle lurette... mais ils ont été propulsés sur le devant de la scène avec la Covid. Le protocole sanitaire qui en a découlé a bouleversé le quotidien de la profession.

#snackingconnexion. Une cantine digitale pour aller chercher le client là où il est, Boris Fabre, Ensuite

SNACKING 09/12/2020

Fondée en 2016, l'enseigne de restauration rapide Ensuite, qui compte deux restaurants à Paris et prône une cuisine engagée et éco-responsable, abordait l'année 2020 avec beaucoup d'ambitions. Si la crise de la Covid-19 a clairement marqué un coup d'arrêt, impossible pour les fondateurs, Alexandre Nguyen et Boris Fabre, d'attendre les bras croisés de savoir quand l'orage allait passer...

Covid-19 : Échange avec... Éric Dumont (groupe Pomona)

BRA RESTAURATION 07/12/2020

ePack Hygiène lance l'appli ePack n'go, 100 % gratuite et solidaire pour le click & collect et la livraison

SNACKING 07/12/2020

Le leader de la sécurité alimentaire digitalisée n'est pas resté inactif pendant cet épisode 2 du confinement. Toujours à l'écoute du marché, et plus que jamais soucieux de soutenir les restaurateurs et tous les professionnels des métiers de bouche, ePack Hygiène lance une application 100 % gratuite et 100 % solidaire baptisée ePack n'go.

Le groupe LDC s'est adapté à la consommation bouleversée par la Covid-19

LES MARCHES 02/12/2020

Le groupe volailler et traiteur LDC résiste à la fermeture des restaurants. Il a profité du premier confinement et a maintenu ses résultats du premier semestre. Explications des dirigeants.

ZEN PRO 12/2020

FOCUS BOISSONS

10-Vins invite à développer la VAE

La société 10-Vins fournit plusieurs clés pour développer la vente à emporter (VAE) en période de confinement. Parmi celles-ci :

1-Sortir du lot en communiquant sur sa VAE et en lui donnant de la visibilité sur les réseaux sociaux. Ces derniers sont une des premières sources d'information en matière de contenu « food » avec près de 40 % des utilisateurs Facebook qui visionnent ce type de contenu et 38 % des utilisateurs sur Instagram.

2-Augmenter le panier moyen en ne négligeant pas les ventes additionnelles. « Proposez un vin pour accompagner le plat du jour, jouez sur les accords mets et vins et conseillez votre client. Vos clients viennent chez vous pour



se faire plaisir, proposez-leur donc un véritable moment de dégustation », invite 10-Vins, qui préconise, bien sûr, le format flacon de 10 cl que l'on trouve via son « sommelier connecté », la D-Vine Connect.

3-Fidéliser la clientèle en lui donnant envie de revenir (en soignant son emballage, en glissant des petites attentions dans les commandes, etc.). ●

La Covid-19 affecte lourdement Sodexo



tion sur nos contrats importants et une discipline renforcée dans les nouvelles signatures. Nous étions sur la bonne voie pour atteindre notre objectif de croissance organique de +4%. La crise du Covid-19 a interrompu cet élan positif», commente notamment Denis Machuel (photo ci-contre), directeur général de Sodexo.

Durement marqué par la pandémie de la Covid-19, l'exercice 2019-2020 du groupe Sodexo, clos le 31 août, est dans le rouge. «La crise la plus difficile que le groupe n'ait jamais connue», selon les mots de Sophie Bellon, présidente du conseil d'administration. Le CA s'inscrit en recul de 12% (+3,2% au 1^{er} semestre et -27,5% au 2nd semestre) à 19,321Md€ (contre 21,954 Md€), le résultat d'exploitation chute de 52,6% à 569 M€ (contre 1,2Md€) et le résultat net part du groupe se traduit par une perte nette de 315 M€ (contre un résultat net de 665 M€ l'an dernier). «L'exercice 2019-2020 est une histoire en deux temps. Jusqu'à la fin du mois de février, nous étions sur la bonne voie dans la mise en place de notre agenda stratégique "Focus sur la croissance" en termes de croissance et de productivité, avec une exécution en améliora-

Sodexo s'attend que les effets de la pandémie de Covid-19 continuent d'être importants pour le groupe au cours des prochains trimestres. À ce stade, le géant mondial prévoit une amélioration pour le 1^{er} semestre de l'exercice 2020-2021 par rapport au 2nd semestre de l'exercice 2019-2020 avec une baisse du chiffre d'affaires de 20% à 25%. Tant que les niveaux d'activité ne seront pas revenus à la normale, Sodexo continuera de recourir aux programmes gouvernementaux de soutien à l'emploi disponible. Le groupe, qui comptait 420 000 employés dans le monde au 31 août, a déjà annoncé le 27 octobre, un projet de plan de sauvegarde de l'emploi qui impliquerait la suppression nette de 2083 postes, soit moins de 7% de ses effectifs, en majorité dans le segment Services aux Entreprises. ●

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

PepsiCo France accélère sur le plastique recyclé



L'enseigne s'engage à proposer des emballages 100% recyclés dès 2022.

La dynamique, lancée en 2017, ne faiblit pas. C'est même le contraire ! PepsiCo France accroît considérablement le rythme de ses ambitions pour devenir, dès 2022, le premier acteur du marché des boissons rafraîchissantes sans alcool (BRSA) à atteindre 100% de plastique recyclé sur l'ensemble de son portefeuille. Après la marque Lipton Ice Tea en 2020, l'intégralité des références des marques Pepsi et 7Up seront proposées dans des bouteilles 100% plastique recyclé (rPET).

Cette démarche s'inscrit dans le prolongement de l'engagement de PepsiCo France pris dans le cadre de la Feuille de route économie circulaire (Frec) du gouvernement : en 2020, la filiale française dépasse, avec cinq ans d'avance, son objectif d'utiliser 50% de matières plastiques recyclées dans ses bouteilles. « En cette période de crise, loin de freiner nos engagements, nous nous devons d'accélérer pour contribuer à un système alimentaire plus durable », expose Olivier Pechereau, directeur général de PepsiCo France. ●

HYGIÈNE ALIMENTAIRE

ePack Hygiène et Eurofins Hygiène Alimentaire partenaires

Partage de compétences et recommandation d'expertises dans le domaine de la sécurité sanitaire et de l'hygiène alimentaire. Les deux experts ePack Hygiène et Eurofins Hygiène Alimentaire s'associent, tout en restant indépendants, au travers d'un partenariat exclusif destiné à offrir au marché de la restauration une solution 360° de simplification du suivi, de contrôle et de formation. Les deux partenaires s'appuient sur un même constat (face au double défi que doivent relever les restaurateurs – cuisiner et garantir une qualité conforme aux exigences réglementaires et de leurs clients – les moyens à mettre en œuvre sont souvent encore complexes, multiples et fastidieux), partagent des valeurs communes fortes (proximité, écoute du client, sens de la pédagogie, intégrité) et offrent des services « absolument complé-

mentaires pour les mêmes secteurs d'entreprises » (solution de digitalisation des autocontrôles pour ePack Hygiène, audits et conseils en hygiène, formation, prélèvement des aliments et analyses, pour Eurofins). D'une part, les équipes ePack Hygiène, formées aux solutions Eurofins et conscientes de l'intérêt de ces services pour les professionnels des métiers de

bouche, leur conseilleront ces solutions lorsqu'ils leur exprimeront des problématiques liées à la qualité sanitaire. D'autre part, les équipes Eurofins, à l'occasion des audits, éclaireront les chefs et responsables sur la possibilité de digitaliser leurs autocontrôles et de gagner ainsi en efficacité et fiabilité quand ils identifieront des enjeux dans ce domaine. ● Cf. www.zepros.fr



De g. à d. : Yves Rallon et Paul-Louis Cordier, respectivement président et fondateur d'ePack Hygiène, et directeur général du Pôle Audit, Formation & Consulting alimentaire France d'Eurofins.

Powered by **CISION**