

Rapport Moral 2019



Assemblée Générale Ordinaire
Mercredi 16 septembre 2020

La Maison de la Recherche ▪ 54 rue de Varenne ▪ PARIS 7ème

Edito	P.3
1. Retour sur les actions de votre association en crise COVID19	P.3
2. Marchés de la CHF en chiffres : 2019 devient l'année de référence pour mesurer la reprise	P.9
3. Prises de parole et communication du GECO Food Service en 2019	P.14
4. Les grands enjeux du Foodservice en 2019/2020 : les grands dossiers suivis par le GECO Food Service	
• Emballages/Plastiques/REP.....	P.18
• Encadrement des approvisionnements/Local BIO...	P.23
• Dématérialisation de l'info produit pour informer le convive hors domicile	P.28
5. Tous vos outils et services fournis par le GECO Food Service en 2019/2020	P.31
6. Les partenariats 2019/2020	P.48
7. Pour vous aider à parler du GECO autour de vous ! Plus nombreux, pour être plus forts	P.49
8. En 2020/2021, nos points d'attention	P.51
Annexe : La lettre aux adhérents du Président Laurent REPELIN - Juillet 2020	P.52

EDITO 2020 :

Un rapport moral 2019 sous le sceau de la crise COVID19



Chaque année, dans la perspective de notre Assemblée Générale, le rapport moral rédigé dans le premier semestre N, nous permet de **vous rappeler tout ce que l'association a fait pour ses adhérents en année N-1.**

Cette année l'exercice est chamboulé, la crise liée au COVID 19 a tout modifié : **nous avons dû décaler la date de notre Assemblée Générale** (initialement prévue au 25 juin 2020) pour la reporter **au 16 septembre**, en espérant **vous y retrouver en réunion physique le plus nombreux**

possible.

Nous aurons **beaucoup de choses à nous dire lors de cette Assemblée Générale pour envisager ensemble « l'à venir »**, en échangeant avec les distributeurs, les opérateurs de restauration, commerciale ou collective, des experts !

Ce rapport vous permet de **porter un regard large** sur les **actions de votre association**, ses **travaux**, ses **interventions**, **les outils mis à votre disposition tout au long de l'année 2019.**

En ce premier semestre 2020, difficile de porter un regard sur l'année 2019 sans mise en perspective avec la crise mondiale survenue au premier semestre 2020 avec la crise sanitaire COVID 19 et ses incidences économiques.

1. Début 2020 : Retour sur les actions de votre association en période de crise COVID19

Effectivement, avec les crises sanitaire et économique liées au COVID 19, **tout est remis en cause**, toutes nos conclusions, positions, plans d'actions envisagés à fin 2019 : les **cartes sont rebattues**, nos **marchés de consommation alimentaire hors domicile ont été brutalement mis à l'arrêt et ils vont devoir se réinventer.**

En quelques jours, d'un marché ultra dynamique à un marché en coma économique

En l'espace de quelques jours de mars 2020, on est passé **d'un marché food service ultra dynamique** qui pesait 90 Mrds d'€ à fin 2019, avec une croissance de +8,5 Mrds d'€ en 5 ans (*Chiffres IRI GIRA Food Service : Juin 2020 Vague 1 Etude Impacts du COVID 19 sur le consommateur*) à un marché food service plongé, dans **un véritable coma économique** durant presque trois mois.

A fin avril, 160 millions de repas par semaine pris hors domicile avaient été stoppés (*Chiffres Food Service Vision Revue Stratégique#2 13 mai 2020*), avec une **perte de 8,8 mds d'€ de chiffres d'affaires en hors domicile**, soit **682 millions de repas perdus** et **1,1 md€ de manque à gagner**, notamment, pour les fournisseurs. La Restauration Commerciale est fortement impactée avec une **baisse de 88% du chiffre d'affaires** en avril et **-56%** en Restauration Collective. (*Chiffres Food Service Vision Revue Stratégique#2 13 mai 2020*). Même en Restauration Collective, l'impact a été fort, et encore plus sur les sous-segments totalement à l'arrêt en Enseignement ou quasi à l'arrêt en Travail/entreprise.

Représentant près de **30% de l'activité des entreprises alimentaires** (et de très nombreux emplois directs et indirects), l'activité RHD indispensable à l'équilibre des entreprises alimentaires, a subi de plein fouet la crise (*Chiffres ANIA Baromètre#3 COVID 19 Mai 2020*) :

- Quelle que soit la taille de l'entreprise, **près de 90% des entreprises** mettent en avant une baisse de CA : 89% des TPE – 91% de PME – 88% des ETI – 82% des GE.
- En moyenne, sur mars avril mai, la baisse totale de CA sur le volet RHD se chiffre à 50%.
- **2/3 des entreprises sont concernées par une baisse de plus de 50% du CA.**
- 65% des TPE connaissent **une baisse de CA de plus de 50%** ; C'est 49% pour les PME ; 45% pour les ETI ; 27% pour les GE.

Malgré une estimation *Food Service Vision à fin juin*, de **35pts de gagnés depuis fin mars**, le marché reste globalement en fort repli **en juin avec -43% de CA**, et ce sont **2,3 milliards de repas**, et **17,5 Mrds d'€ de CA perdus** en consolidation **sur le 1^{er} semestre 2020**.

Face à la situation de crise, pour votre association un seul mot d'ordre :
être mobilisée plus que jamais aux côtés de ses adhérents

L'équipe du GECO Food Service (3 personnes) s'est **immédiatement organisée pour travailler à distance et rester joignable sans discontinuité, à compter du 17 mars**. En lien étroit avec le **Président Laurent REPELIN** (cf. plusieurs points par semaine) et le **COMEX** (cf. des points tous les 15j) des actions ont été mises en place pour les adhérents :

Réajuster le budget 2020 de l'association :

- Depuis 3 ans, les cotisations du GECO Food Service n'avaient pas connu d'augmentation. Fin 2019, **pour donner à notre association les moyens de se développer et renforcer les services apportés à ses adhérents**, le COMEX avait décidé la mise en place d'une augmentation très modique (ex : **129,23 €/an** pour les adhérents de la tranche la plus élevée) correspondant à une augmentation de +1,5% sur 2020.
 - **Compte-tenu du contexte, le COMEX a renoncé à mettre en place cette augmentation en 2020.**
- Par ailleurs, le COMEX a souhaité que soient **priorisées**, autant que possible, **les dépenses pour l'achats de chiffres, données**, permettant aux adhérents de **piloter au mieux leur activité** dans un contexte difficile post COVID 19.

Faciliter l'information et l'adaptation à la crise :

- ✓ **Une Note quotidienne INFO CORO** a été rendue disponible sur le site du GECO : regroupant les infos utiles pour l'adaptation à la situation de crise, et les **INFO HEBDO GECO** ont été enrichis ;
- ✓ **La Rédaction d'une « Foire Aux Questions COVID 19 » GECO Food Service en 2 volets**, a été réalisée avec le concours du Collège Equipements Services & Hygiène, en lien et échanges avec RESTAU'CO, AGORES, et le SNRC : sous forme de **fiches synthétiques et simples**, tant à destination des professionnels de la restauration, **en complément de l'outil J'APLIC l'Hygiène en cuisine**, que de vos équipes – pour répondre aux questions sur les règles sanitaires à mettre en place en restauration – mises en ligne : FAQ1 du **5 mai 2020** – FAQ2 du **6 juin 2020**.

- ✓ **Dès le 20 avril**, le GECO Food Service a négocié avec **IRI GIRA Food Service** pour **acheter collectivement au bénéfice des adhérents** une **Etude « Impact du COVID 19 sur les consommateurs »**.

Avec la rigueur et la méthodologie IRI GIRA Food Service, trois vagues d'enquête on line sont réalisées auprès de **1.200 consommateurs constituant un échantillon représentatif** France pour photographier :

- 1/ l'impact confinement, les changements, les peurs, les freins ;
- 2/ Les comportements consommateurs en début de réouverture des marchés
- 3/ Les comportements consommateurs à la rentrée de septembre.

Grâce au partenariat noué depuis des années entre le GECO Food Service et GIRA Food Service, l'achat a pu être finalisé pour un montant de **60.000 €** au bénéfice de tous nos adhérents.

Les résultats détaillés de la Vague 1 ont été livrés et présentés **le 16/06** – les résultats de la Vague 2 transmis **le 10/07** – les résultats de la Vague 3 devraient être disponibles **vers** début octobre.

- ✓ Cette étude viendra en complément de **tous les chiffres, et données fournis par le GECO Food Service à ses adhérents, également compris dans leur cotisation** :
 1. **Données consommation du 1^{er} semestre par sous-segments de marchés** : **PANEL CREST** fourni par NPD GROUP – 14.000 consommateurs interrogés 365j/365 sur leurs consommations hors domicile ; (**livrées fin début Août**) ;
 2. Fin de **l'Etude annuelle 2019** (Quanti stoppé en mars) sur les **« Drivers de choix du consommateur en hors domicile »** : **à réaliser en novembre**, nous aurons une nouvelle photographie pour mieux comprendre les comportements du consommateur hors domicile ;
 3. **Baromètre de la restauration collective** (stoppé en avril) : **à réaliser première quinzaine d'octobre**, via les responsables à l'achat, nous aurons des éléments de perception de **4 sous segments de marché suivis en restauration collective** : restaurations Scolaire, Santé, Sociale (maisons de retraites/EHPAD) et Entreprise.
 4. **PANORAMA complet de la CHF** : (**fin sept/début oct.**) Bible de 600p revue documentaire d'une année, sur tous les marchés et les consommations alimentaires hors foyer, intégrant les chiffres socles GIRA Food Service.
- ✓ Organisation de **WEBINARS** :
 1. **« Retour d'expérience de la crise COVID en CHINE »** **le 21/04** pour se nourrir de tous enseignements issus de la crise survenue en Chine quelques mois avant l'Europe. (64 inscrits – 37 entreprises).
 2. Présentation de la **« Revue Stratégique #2 Food Service Vision »** par l'équipe de François BLOUIN **le 26/05** (75 inscrits – 50 entreprises).
 3. Présentation des résultats de la Vague 1 de l'Etude **IRI GIRA Food Service « Impact du COVID 19 sur les consommateurs »** par l'équipe IRI GIRA **le 16/06** (92 inscrits – 60 entreprises)

- ✓ Le GECO Food Service a lancé une **réflexion en filière Hors Domicile** pour « **Penser ensemble les conditions nécessaires à la reprise de nos marchés** » regroupant **11 organisations professionnelles de notre écosystème aux côtés du GECO Food Service** (cf. pour la restauration collective : AGORES RESTAUCO SNRC – pour la restauration commerciale : SNARR SNRTC UMIH GNI – pour la distribution : CGI FEDALIS METRO FCD) : 2 réunions en Visio, dès **le 4 avril** puis le **21 avril**, puis des échanges suivis ; identification des sujets à travailler ensemble, priorisation donnée aux travaux sur le protocole sanitaire pour permettre la réouverture des restaurations ;
- ✓ **Formation GECO Food Service** : Les 3 journées de formation programmées fin mars avaient dû être annulées. Nous avons travaillé avec nos formateurs à **adapter nos modules de formations sur le fond** (pour intégrer les besoins liés à la crise) **et sur la forme** (les proposer en distanciel) pour fournir à nos adhérents les outils **vous accompagnant dans la préparation de négociations commerciales 2021, qui seront très particulières** :
 - Préparer vos CGV - à distance (7h) : **17/06 - 19/06 et 25/06**
 - Techniques de négociations – à distance (14h) : **01- 02 et 03 juillet**
 - Relations tripartites – présentiel (7h) : **07/07**
- ✓ **Rencontre Client GECO Food Service / PRO A PRO - 30 juin** : Parce que le dialogue avec vos clients est plus que jamais indispensable, le **GECO Food Service a convenu avec ses invités PRO A PRO de tenir la Rencontre Client sous forme d'un échange en visio-conférence**. Avant les négociations, il est utile de croiser nos visions sur la reprise à venir sur les marchés de la restauration hors domicile, de faire un point sur la situation de chacun : distributeurs, fournisseurs, nous aurons besoin de réussir nos synergies pour permettre un redémarrage le plus efficace possible des marchés.

Politique : Défendre les intérêts collectifs des entreprises fournisseurs de la restauration

- ✓ Très mobilisé au sein de l'ANIA pour **alerter sur les problématiques spécifiques à nos marchés**, le GECO Food Service est investi au sein du **copilotage du GT RHD** mis en place à l'ANIA **fin avril** ;
- ✓ **Pour nourrir les argumentaires à transmettre aux pouvoirs publics**, le GECO Food Service a travaillé des **Questionnaires RHD**, notamment avec l'ANIA : 1 questionnaire GECO Food Service – 4 questionnaires ANIA (**avril- mai – juin**) ;
- ✓ Nous avons assuré la **rédaction d'éléments de langage socle** pour la **défense de la filière amont** de la restauration, contribué à la rédaction d'amendements législatifs (**juin**) ;
- ✓ Nous avons œuvré à un **rapprochement ANIA – CGI** pour **constitution** d'un **collectif RHD** : FNSEA – Coopération agricole – ANIA – GECO Food Service – CGI (**juin**) ;
- ✓ Le GECO Food Service a pris part à des **Rendez-vous parlementaires et avec des cabinets** (téléphone et Visio) : députés – conseillers du premier ministre – conseillers Bercy – DGPE pour le ministère de l'agriculture, pour que le maillon de la transformation soit également pris en compte dans un plan de soutien à l'amont de la restauration (**mai – juin**).

Communication : Défendre les intérêts collectifs des entreprises fournisseurs de la restauration

- ✓ Nous avons communiqué au travers de **communiqués de presse** propres au **GECO Food Service** et en **filière** :
 - **23/04/20** - CP GECO Food Service : *La restauration commerciale n'est pas une option mais un maillon stratégique pour la reprise économique*
 - **28/05/20** – CP GECO Food Service : *L'ouverture des restaurants en zone verte, une première étape, pas suffisante pour sauver un secteur plus que jamais fragilisé*
 - **10/06/20** – CP La Coopération Agricole – ANIA – GECO Food Service – CGI : *IMPACT ECONOMIQUE DU COVID-19 ET SOUTIEN AUX ENTREPRISES Les fournisseurs de l'hôtellerie, de la restauration, du tourisme et de l'évènementiel attendent des garanties de la part du gouvernement*

- ✓ Nous avons activé nos **Prises de parole GECO Food Service dans la presse papier et digitale** pour mettre en lumière la situation de nos entreprises :

Avril :

- **23/04/20 - HUFFINGTON POST** : *Dès l'après confinement, la filière restauration sera prête*
https://www.huffingtonpost.fr/entry/des-lapres-confinement-la-filiere-restauration-sera-prete-blog_fr_5e9f0cd0c5b63c5b5874fe08
- **24/04/20 – LES ECHOS** : *Les fournisseurs montent au créneau*
<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/coronavirus-les-fournisseurs-des-restaurants-montent-au-creneau-1197875>
- **24/04/20 – LE FIGARO Eco** (presse papier) : *Agriculteurs, grossistes, brasseurs, et industriels craignent un effet domino*

Mai :

- **05/05/20 – L'INNOVORE** : *Le livre blanc après COVID 19 : Dangers, Risques, Opportunités de la crise COVID 19* <https://ressources.linnovore.com/fr/livre-blanc-apres-covid-19>
- **06/05/20 – ZE PROS** : *Laurent REPELIN Président GECO Food Service : La restauration commerciale est un maillon stratégique pour la reprise de l'économie*
<https://zepros.fr/laurent-repin-g%C3%A9co-food-service-la-restauration-commerciale-est-un-maillon-strat%C3%A9gique-pour-la-reprise-de-l%C3%A9conomie---88173>
- **20/05/20 - REUSSIR** : *Les solutions offertes par l'industrie selon GECO Food Service*
<https://www.reussir.fr/lesmarches/les-solutions-offertes-par-lindustrie-selon-geco-food-service>
- **28/05/20 – RESTAURATION21** : *Les CHR pourront seulement ouvrir en zone verte leurs terrasses en zone rouge*
<https://www.restauration21.fr/restauration21/2020/05/d%C3%A9confiment-le-2-juin-les-chr-pourront-enti%C3%A8rement-ouvrir-en-zone-verte-seulement-leurs-terrasses-en-zone-rouge.html>
- **28/05/20 – ZE PROS** : *Annnonce de la réouverture des restaurants : la profession partagée entre soulagement et déception*
<https://zepros.fr/annonce-de-la-reouverture-des-restaurants-la-profession-partagee-entre-soulagement-et-deception--88900>
- **29/05/20 – SNACKING** : *Redonner confiance aux français après l'ouverture des restaurants, une priorité selon GECO Food Service* <https://www.snacking.fr/actualites/communaute/4888-Redonner-confiance-aux-Francais-apres-l-ouverture-des-restaurants-une-priorite-selon-Geco-Food-Service/>

- **29/05/20 – LE CHEF + LE CUISINIER + Grandes Cuisines + BRA Restauration + Industrie Hotellière : Annonces gouvernementales : la réaction du GECO Food Service**
<https://www.lechef.com/au-quotidien/2020-05-29-annonces-gouvernementales-la-reaction-du-geco-food-service/>
<https://www.industrie-hoteliere.com/au-quotidien/2020-05-29-annonces-gouvernementales-la-reaction-du-geco-food-service/>
<https://www.bra-tendances-restauration.com/au-quotidien/2020-05-29-annonces-gouvernementales-la-reaction-du-geco-food-service/>
<https://www.grandes-cuisines.com/au-quotidien/2020-05-29-annonces-gouvernementales-la-reaction-du-geco-food-service/>
<https://www.lecuisinier.fr/au-quotidien/2020-05-29-annonces-gouvernementales-la-reaction-du-geco-food-service/>
- **29/05/20 – NEORESTAURATION : Les fournisseurs du Hors Domicile réagissent à l'annonce de la réouverture des salles** <https://www.neorestauraton.com/article/les-fournisseurs-du-hors-domicile-reagissent-a-l-annonce-de-la-reouverture-des-salles,50069>
- **29/05/20 – LE MONDE DU SURGELE : Restauration : GECO Food Service appelle à redonner confiance aux français** <http://lemondedusurgele.fr/Actualites/Marches-et-reglementation/Fiche/7748683/Restauration-%253A-Geco-Food-Service%25A0appelle-a-redonner-confiance-aux-Francais#.XtFq4CW-iEc>

Juin :

- **02/06/20 – AGRI79 : Réouverture des restaurants : une première étape mais « pas suffisante » pour GECO Food Service** <https://www.agri79.fr/reouverture-des-restaurants-une-premiere-etape-mais-pas-suffisante-geco-food>
- **08/06/20 – LE CHEF : La Parole à Laurent REPELIN, président du GECO Food Service** <https://www.lechef.com/au-quotidien/2020-06-08-la-parole-a-laurent-repelin-president-du-geco-food-service/>
- **12/06/20 - LE FIGARO éco (presse papier) : Ces industriels de l'alimentaire à la peine**
- **12/06/20 – AGRA : PLFR3 : le gouvernement détaille le dispositif d'exonération** <http://www.agra.fr/plfr3-le-gouvernement-d-taille-le-dispositif-d-exon-rations-art462787-2483.html?Itemid=350>

Business : Défendre les intérêts collectifs des entreprises fournisseurs de la restauration

- ✓ **Relation SIRHA** : Dans le contexte COVID 19 et de la crainte d'une vague 2 de la pandémie, beaucoup d'incertitudes et de questionnements se sont faits jour concernant l'un des événements majeurs dans l'univers hors domicile : le SIRHA.

Pour répondre aux attentes de ses adhérents, le 04/06/20 un questionnaire « prise de température » des relations GL EVENTS/ Adhérents du GECO Food Service exposant au SIRHA, a été lancé– Au cours de mois de Juin- Juillet, des échanges ont eu lieu entre le GECO Food Service et GL EVENTS, Marie-Odile FONDEUR et Olivier GINON, pour porter les questions, les besoins d'informations des adhérents du GECO Food service.

- ✓ **Alerte pour vigilance sur un contrat Centrale de référencement/SDR** : la période peut générer des tensions, des tentations chez certains opérateurs, mettre la pression pour imposer des nouvelles pratiques. Le GECO Food Service est également présent aux côtés de ses adhérents, comme une vigie. Vous pouvez nous alerter sur des situations.

2. Marchés de la CHF en chiffres : 2019 devient l'année de référence pour mesurer la reprise

Une belle année 2019, un bel élan à la veille d'une crise historique : L'année 2018 avait été marquée par des conditions météorologiques défavorables, puis des perturbations d'activité au printemps liées aux mouvements sociaux grèves SNCF et air France, le mouvement des « gilets jaunes », **l'année 2019 a également été perturbée par des mouvements sociaux (gilets jaunes en début d'année et mouvements dans les transports en fin d'année) qui ont affecté la restauration en zone urbaine et les lieux de transit.**

Cependant plusieurs facteurs ont réussi à contrebalancer ces éléments perturbateurs :

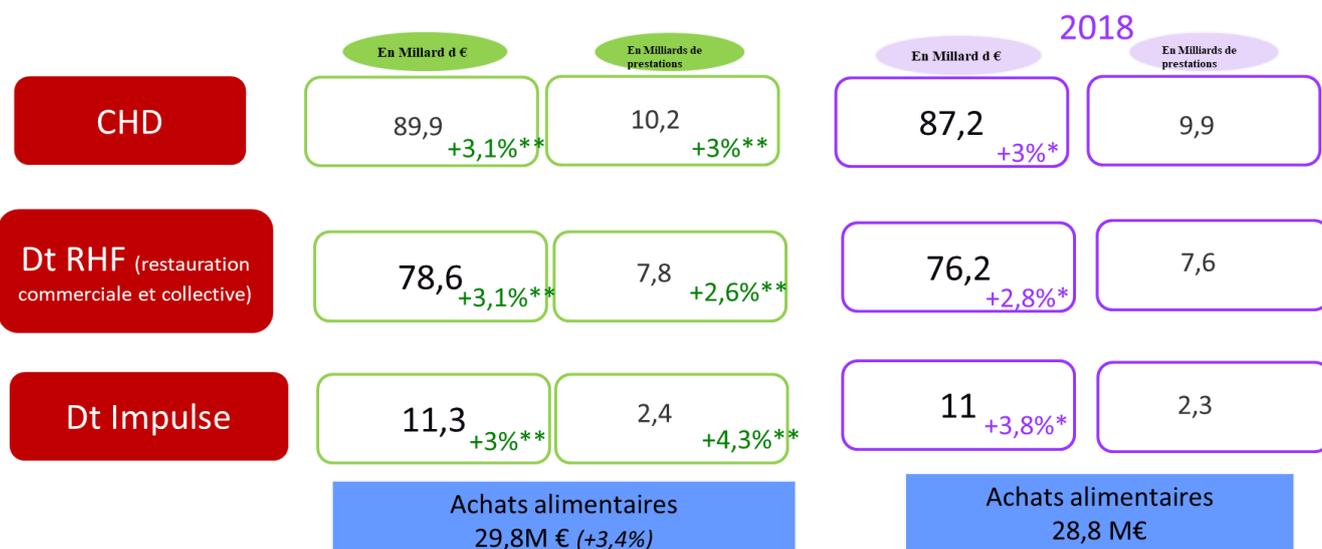
- Une bonne activité touristique (+2,7% selon l'INSEE) malgré un retrait de l'activité touristique internationale (-3,8%)
- Une météo plutôt favorable
- Une hausse du pouvoir d'achats (+2,5 %), soutenue par les mesures socio-fiscales
- Un ralentissement de l'inflation
- Une baisse du chômage et des défaillances d'entreprises

Chiffres clés du marché de la CHD en 2019 (Source GIRA Food Service 2020)

L'année 2019 avait fini sur de belles performances, avec **une croissance en valeur au global (RHF + Impulse Market) de 3,1%** approchant les **90 Mrds d'€ HT de CA !**

La **restauration commerciale** (CA 56,79 Mrds HT à **+3,8%** v/2018) contribue à cette croissance globale à hauteur de 87%, la contribution de la **restauration collective** (CA 21,8 Mrds HT à **+1,4%** v/2018) étant de 13%.

L'Impulse Market poursuivait également sa dynamique de croissance : CA 11,33 Mrds HT à +3%, principalement tirée par les commerces alimentaires avec un CA de 7,15 Mrds HT.



Les résultats macroéconomiques qui ont redonné confiance aux Français et qui ont accentué leurs consommations en Hors Domicile comme en témoignent les résultats du Panel Consommateurs CREST de NPD Group.

En 2019, **Les dépenses de la restauration** commerciale en France se sont élevées à **43,8 milliards d'euros TTC**, soit une augmentation de **+2,1%** (vs 2018) et **+1,7% pour les occasions de consommation** ce qui porte une augmentation de +0,4% de la dépense moyenne soit un gain de 95 millions de visites sur nos marchés.

Côté circuits, les évolutions sont contrastées :

- **RESTAURATION RAPIDE** : grâce à sa progression continue depuis 2015, cette restauration reste la locomotive de la reprise en restauration commerciale. Avec une **croissance en 2019 de +4,5% en dépenses**, et même une **augmentation des occasions de +2,6%**, grâce au segment « des burgers qui connaissent une croissance de + 4,5% en occasions de consommation.
- **LOISIRS ET TRANSPORTS** : le segment des transports connaît une **progression de + 1,9%** en dépenses et une **évolution de 1,6%** en occasions vs 2018. Concernant les loisirs, les dépenses augmentent de +0,4% et les occasions augmentent de +1,5% vs 2018.
- **RESTAURATION SERVIE À TABLE** : la RAT stagne et sa progression en dépenses ne change pas (**0% en 2019 vs -0,1% en 2018**) avec un léger recul pour les occasions (**-0,3%**) avec une dépense moyenne de 12,1€, identique à 2018. Ce sont les restaurants à thème et les cafétérias qui tirent ce segment à la baisse. Les enseignes l'ont bien compris avec pour certains des plans de développement ou de reconsolidation ambitieux (Del Arte, Hippopotamus, Léon de Bruxelles...).

Les habitudes de consommation continuent à évoluer, influencées par la **technologie** et **l'innovation**, la **recherche d'expérience** et une **offre toujours plus diversifiée**, voire paradoxale (le même convive se fait plaisir un jour avec un burger/frites et souhaitera manger healthy le lendemain). Les nouvelles technologies poussent toujours plus le consommateur hors de son domicile pour sa consommation alimentaire. La restauration hors domicile s'est affranchie des modèles de restauration classique pour s'adapter aux nouveaux modes de vie des convives, nomades, pressés mais toujours en quête de qualité.

Parmi les tendances clés, en 2019 :

- **Le développement des concepts hybrides restauration/retail s'accélère** : les concepts hybrides dans les enseignes notamment Franprix Noé, Bon Appétit de Carrefour et Picard poursuivent leur développement entre vente au détail et « restaurant/lieu de consommation ». Les Food halls ou Food court sont aussi en cours d'expérimentation pour la Grande Distribution à l'instar de Carrefour et son 1^{er} hypermarché baptisé Next e qui propose un Food court « *Fresh Avenue* » dédié aux produits frais traditionnels et aux kiosques de solutions repas au sein de son magasin à Dijon.
- **L'essor de la livraison booste les performances des leaders** de la restauration notamment rapide comme McDonald's et Burger King qui élargissent leur zone de chalandise et leur maillage territorial. Dans le segment *des Burgers* outre le développement de points de vente, la livraison apporte du chiffre d'affaires additionnel. La restauration thématique de chaînes n'est pas en reste à l'instar de Del Arte et Léon de Bruxelles qui ont initié des tests prometteurs.
- **Le « click and collect » progresse** : Avec 5 % du marché, les plats « livrés ou emportés » ont le vent en poupe. Un sondage réalisé par le cabinet NPD Group indique une très forte croissance du « Click & Collect » en 2019 qu'il évalue à 323 millions de visites, contre 247 millions pour la restauration livrée.

Ce canal a progressé de 51 % en deux ans. Des enseignes comme Brioche Dorée, Pomme de Pain ou encore la Mie Câline ont créé leurs propres applications. La précommande s'installe aussi chez les détaillants comme chez les commerces de proximité avec des opérateurs actifs tels Rapidle ou Speedle.

- **Les « Bakery Cafés » et les Boulangeries-Pâtisseries en plein boom** : Le dynamisme des coffee shops a inspiré les réseaux de boulangerie qui développent des nouveaux concepts mixtes ; Aux côtés de la vente du pain, une atmosphère cosy se développe avec une théâtralisation des espaces (libre-service, offre de menus élargie, affichage digital et un comptoir café clairement identifié). A leurs côtés, les sandwicheries à la française tentent de réinventer avec elles aussi des points de vente qui se réinventent (Corner café, click&Collect, affirmation de la marque France, offres qualitatives et équilibrées...).
- **Les « Cuisines Fantômes » ou Dark Kitchen** : on assiste à un succès grandissant rencontré par de nouveaux formats (armoires et frigos connectés, logistique de proximité, bases d'approvisionnements décentralisées, sites de production façon « dark kitchen », etc.) proposés par des acteurs encore inconnus il y a cinq ans, tels que Foodles et son concept de « cantine dématérialisée », Melchior, DéjàBox, FoodChéri, Taster. Ces acteurs font preuve d'agilité et de souplesse et viennent concurrencer des acteurs « plus historiques » de la restauration d'entreprises affectés par la crise du Covid-19.
- **Les habitudes de consommation en Hors Domicile évoluent.** En 2019, selon NPD Group le marché se caractérise par une fracture entre les moments traditionnels de repas et la consommation hors repas. Côté repas, deux tendances se détachent : bien qu'il concentre un tiers des visites de la journée, le déjeuner est à la peine avec une baisse de la fréquentation de 0,8 %. Le dîner revient quant à lui au goût du jour et progresse de 2,6 % en visites, un dynamisme qui lui permet de compenser près de la quasi-totalité des pertes du déjeuner. Côté snacking, les consommations hors repas dynamisent la croissance du secteur et progressent au fil des ans : **c'est le petit-déjeuner qui finit en haut du podium, en concentrant à lui seul la plus grosse progression hors repas.** Snacking ou « Encas », on assiste à la progression de prises alimentaires « plaisir » en matinée, au goûter et sous forme d'Happy Hour. Plus que jamais, le consommateur veut pouvoir s'alimenter quand il veut, comme il veut, où il veut de manière personnalisée avec une demande de produits sains, originaux et avec du goût dans un contexte d'expérience client. La demande de transparence sur les produits est toujours plus forte.

L'année 2019 aura mis en lumière **l'accélération de la restauration vers la diversification des canaux de distribution** et l'évolution des enseignes vers des **stratégies dites « multi canal »** avec un **consommateur en quête d'offres diversifiées en tout temps et tout moment.** La **restauration collective** connaît quant à elle des **évolutions fondamentales en restauration d'entreprises** avec des **concepts « flirtant » avec ceux de la restauration commerciale** s'adaptant aux « millenials ».

En 2020, suite à la crise sanitaire, ces tendances vont s'accroître et s'ancrer probablement dans les habitudes de consommation. La restauration d'entreprises va devoir se réinventer à grande vitesse. Quant à la restauration de l'enseignement et santé-social qui ont connu jusqu'alors peu d'évolutions conjoncturelles, il est probable que ces segments connaissent également des turbulences notamment dans la restauration de l'Enseignement supérieur et la restauration scolaire – segments qui devront faire face à des réalités financières compliquées.

Selon la **revue stratégique Food service Vision #2** les chiffres des marchés de la Consommation Hors Domicile sont très impactés par l'arrêt brutal des activités de restauration commerciale et restauration collective (seuls les segments Santé social et autres (Armées etc.) ont continué à fonctionner).

Fin avril, Food service Vision annonçait d'ores et déjà une perte de 8,8 milliards cumulables à une perte de 4,4 milliards supplémentaires pour la saison touristique de Juin à Septembre. Ces chiffres sont dans la même lignée d'une autre étude menée par **le cabinet SAD Marketing** (*Commerces : nos prévisions 2020 - 6 Mai 2020*) qui annonce une **perte totale de 23 Milliards (Fin 2020) pour la restauration et les cafés bars soit moins 40% d'activité au global.**

Les challenges vont être nombreux pour vos clients. A nous de les aider, les accompagner à relever ces défis :

- Faire revenir les consommateurs dans les points de vente, en prenant en compte les nouvelles contraintes
- Le besoin pour les clients d'être sanitairelement rassurés
- Prendre en compte l'éternelle contradiction entre « *acheter moins cher* » et « *acheter français* », et/ou, « *consommer responsable, bio, ...* ».
- Dans quelles mesures les évolutions de circuits de distribution (livraison, click&collect) vont-ils perdurer dans l'après confinement ?
- Le poids de la baisse du pouvoir d'achat et la crainte de l'avenir vont-ils freiner la consommation Hors Domicile ?

Autant de questions auxquelles le GECO Food service vous aidera à apporter des réponses, à travers ses études, ses Rencontres Clients et ses échanges avec la filière Hors Domicile.

Chiffres consommations RHD du PANEL CREST au premier semestre 2020 : *(NPD Group)*

La crise sanitaire **arrête l'activité en France au 2ème trimestre.**

La France a traversé une crise inédite **au premier semestre 2020** avec l'épidémie de coronavirus et le confinement généralisé.

Si le **PIB a reculé de -5,8% au premier trimestre 2020**, l'arrêt de l'économie a fait un impact catastrophique sur les résultats du **2ème trimestre avec une chute du PIB à -13,8%.**

En Q2'20 le pays entre dans un confinement (du 17 mars au 11 mai 2020) qui implique les restrictions sur les déplacements de la population, ainsi que la fermeture des restaurants (sauf pour la vente à emporter et la livraison). Toute l'activité « non essentielle » est réduite au strict minimum.

Taux de chômage : Les conséquences de la dégradation de l'emploi seraient mécaniques sur le taux de chômage. L'Insee a publié mi-mai un **taux de chômage à 7,8 % au premier trimestre 2020**, en baisse de 0,3 point par rapport à fin 2019. Mais comme indiqué par l'Insee, **cette baisse du chômage** au sens du BIT est « **en trompe-l'œil** ». Les semaines de confinement posent en effet des difficultés importantes de mesure du chômage avec les mesures et classifications statistiques habituelles. Le taux de chômage devrait ainsi rapidement augmenter dans les trimestres à venir pour atteindre un pic temporaire supérieur à 11,5 % mi-2021.

Les pertes du marché RHD sont sans précédent : le marché RHD+DA perd **-41,5% en valeur** en S120 (vs +1,5% en S119) et **rétrécit de -38,9% en visites** (vs+0,9% en S119). A noter que comme la **structure du marché a fortement changé** pendant le confinement (la restauration assise fermée, plus de vente à emporter et en livraison dans tous les circuits, plus de visites en retaille et en boulangeries), **le ticket moyen a perdu en valeur.**

Ainsi, le **marché a perdu plus en dépenses qu'en visites** (en perdant notamment les visites « plus chères » de la restauration assise).

Les circuits qui ont le **mieux résisté à la crise** (en visites et en dépenses) sont les circuits de la **Restauration rapide**, notamment les GMS/Retail (pour la consommation personnelle et immédiate comme sandwiches préemballés, etc.), les boulangeries, les Pizza VAE et dans une moindre mesure les Burgers et les Sandwicheries.

La **Restauration à table** est fortement impactée – en **recul de -52,3% en valeur** et de – **51,9% en visites** sur le S120.

La **Restauration collective** perd également **en dépenses (-39,7%)** et **en visites (-42,2%)** sur la période.

Seule la **consommation nomade** est **un peu moins impactée** (en restauration commerciale) car ses pertes représentent « seulement » - 16,7% en visites en S120 vs S119. La vente à emporter et la livraison, les deux modes de commande disponibles pendant le confinement, ont partiellement « sauvé » les performances de la consommation nomade.

Même si les restaurants ont rouvert à partir du 2 juin (partiellement) et du 15 juin (pour la totalité de la France), **la reprise du marché s'annonce lente.**

Soyez les ambassadeurs de votre association :

Vous êtes les meilleurs prescripteurs pour que
la **communauté GECO Food Service grandisse toujours plus,**
plus nous serons nombreux,
plus nous saurons peser dans les débats et sur nos sujets !

3. Prises de parole et communication du GECO en 2019

1. **Jan 2019 SIRHA 2019** : Vœux du GECO Food Service en présence de Richard GIRARDOT, président de l'ANIA + Plateaux TV



A l'occasion du SIRHA 2019, **Laurent REPELIN** a reçu le **président de l'ANIA, Richard GIRARDOT**, pour les Vœux du GECO ? en rappelant notamment l'importance des activités du Hors Domicile pour le secteur des entreprises agroalimentaires, et plus généralement pour l'économie française.

Par, ailleurs **Laurence VIGNE** secrétaire générale adjointe, est intervenue sur le thème « *Transparence et Qualité* » sur une **Table Ronde du plateau de TV SIRHA** : une opportunité de rappeler les outils proposés par le GECO Food Service aux professionnels de la restauration (cf. notamment [l'APPLIC L'hygiène en cuisine](#)), et redire combien les entreprises fournisseurs de la RHD apportent plus que des produits ou des services aux professionnels de la restauration. Elles apportent au quotidien des solutions aux chefs en cuisine, notamment à l'appui de la transparence et de la qualité.

Frédérique LEHOUX, directrice générale, est intervenue pour contribuer à la **Table Ronde TV SIRHA « Quelles solutions pour une gestion optimale des déchets ? »** pour préciser les contraintes des professionnels de la Restauration liées à la gestion des Biodéchets, et mettre en avant l'outil finalisé par le GECO Food Service pour les professionnels de la restauration, avec [le Guide de gestion des biodéchets en restauration](#). Il devient impératif de se préparer à l'obligation générale de tri à la source, de collecte et de valorisation des biodéchets : elle va s'appliquer à tous, y compris les ménages en 2025 !

2. [Film GECO Food Service « Entreprises agroalimentaires, des métiers de passion au service des Chefs »](#)



Découvrir le monde des entreprises agroalimentaires avec le Geco Food Service



Vous l'avez vu dans tous nos mails, sous les signatures du GECO Food service : **cliquez sur le lien pour le revoir !** En 1mn49, au travers du portrait croisé de 2 conseillers culinaires, le GECO Food Service illustre l'implication des entreprises fournisseurs auprès des chefs. **N'hésitez pas à l'utiliser, le diffuser.**

Les MARCHÉS

LE MÉDIA DE L'ALIMENTAIRE

L'ÉCHO DES FOURNISSEURS

Un film pour valoriser les IAA en RHF

Publié le jeudi 14 février 2019



« Les clichés ont la vie dure et la réalité du travail des entreprises agroalimentaires du food service reste méconnue », estime Geco Food Service qui représente les IAA fournissant la restauration hors domicile. Voilà pourquoi l'organisation a décidé de créer un film court. À travers le portrait de deux conseillers culinaires, elle montre la réalité du travail des IAA, ancrés dans le local et qui apportent des solutions aux professionnels de la restauration. Le Geco Food Service rappelle que 17500 entreprises réparties sur tout le territoire transforment 70% de la production agricole française.

3. **Mars 2019** Communiqué de presse « *Approvisionnement en restauration collective : les acteurs de la filière se mobilisent et alertent les pouvoirs publics sur les effets néfastes du projet de décret* » sur le décret d'application EGALIM Encadrement des approvisionnements.

8 organisations professionnelles majeures représentant **tous les maillons de la filière Restauration collective**, des producteurs agricoles, aux opérateurs de restauration (FNSEA – Jeunes Agriculteurs – Chambres d'Agriculture – Coop de France – GECO Food Service – CGI – RESTAU'CO et le SNRC)



4. **Mars 2019 = Salon RESTAU'CO** : Flash Conférence « *0 Plastiques dans les cantines* » Frédérique LEHOUX rappelle les évolutions récentes du cadre réglementaire, tout en insistant sur l'**impératif premier de la sécurité sanitaire** pour le consommateur hors domicile. La protection de la denrée alimentaire par l'emballage repose notamment sur le couple contenu/contenant : le matériau au contact alimentaire doit avoir été autorisé, doit être adapté selon la durée de vie du produit, l'usage qui va en être fait, selon que le produit soit acide, alcalin, gras, sec, liquide, etc... Les professionnels de la RHD et leurs fournisseurs sont mobilisés autour de la question des usages du plastique, notamment dans les emballages. A raison du principe de précaution, il faut rester vigilant dans les décisions à prendre pour sortir du matériau plastique : ce matériau reste majoritairement utilisé à date à raison de l'absence de solution de substitution aussi universelle. Les entreprises agroalimentaires sont mobilisées pour diminuer les usages du plastique quand c'est possible.
5. **Mars 2019 = Salon Sandwich and Snack Show** – Conférence « *Le manger Healthy* » - Intervenante Frédérique LEHOUX
6. **Avril 2019** Article Néorestauration Dossier **sur le mieux-manger** – Laurence VIGNE
7. **Avril 2019** : Article Restauration Collective – **Personnalité du mois – Enjeux EGALim** – Frédérique LEHOUX - <https://www.restauration-collective.com/acteurs/personnalites/frederique-lehoux-nous-avons-une-vision-transversale-des-marches-de-la-restauration/>
8. **Mai 2019** : Article in « **Alim and Co (AGORES)** » sur application loi EGALIM – Frédérique LEHOUX
9. **Avril-Mai-Juin JNAES du 13 juin** : Le GECO Food service soutient la **Journée Nationale de l'Alimentation en Etablissements de Santé** - Destinée à améliorer les pratiques alimentaires du secteur, cet événement est cette année l'occasion de faire vivre dans les établissements les dispositions de la loi EGALim votée en octobre 2018, via un menu déjeuner créatif, festif et équilibré, « L'Assiette santé Responsable ». Réalisé le jour J dans tous les établissements inscrits, il est accompagné de trois challenges pour les professionnels et d'un dispositif de communication en direction des patients, des résidents, du personnel des restaurants et du grand public. (Logo du GECO sur Affiches, Flyers, site – 2 Articles Newsletters)
10. **Juin 2019** : ZePros Collective sur les marchés publics et EGALIM – citations

11. **13 juin 2019** : Journée **Défis & Controverses de la Restauration Collective – L'Autre Cuisine** au CESE : *Les défis environnementaux de la restauration collective face à la loi EGALIM ?*



12. **26 sept** : Néorestaurations **Matinée Healthy en RHD – Vert l'avenir** : *Quelles sont les attentes des consommateurs en matière de « mieux manger » ? : Comment l'alimentation saine et plaisir impulse la réinvention de la RHD - Concilier besoin de sens et engagement durable des acteurs du secteur ? - Quels leviers pour répondre aux besoins des consommateurs nomades, pressés et ultra-connectés en quête d'expériences gourmandes et saines ?*



Laurence VIGNE **GECO FOOD SERVICE**



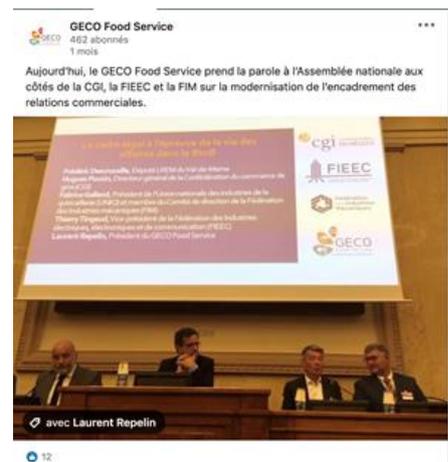
Agnès CROZET **L'OBSOCO (OBSERVATOIRE SOCIETE ET CONSOMMATION)**

13. **03 octobre** : Colloque à l'Assemblée Nationale – 4 organisations professionnelles dont les secteurs sont impactés par les **changements issus de la loi EGALIM** dans son volet encadrement des relations commerciales : CGI / FIEEC / FIM / GECO Food Service « **De la loi dite « Macron » à la Présidence Macron : La modernisation de l'encadrement des relations commerciales dans le BtoB** » - 9h30 à 12h

Intervention de **Frédérique LEHOUX**, Table ronde **juridique**, sur les **indicateurs agricoles** prévus par la loi EGALIM, notamment dans les conventions en CHD.

Intervention de Laurent REPELIN – Table Ronde « le cadre légal à l'épreuve de la vie des affaires en BtoB » - Verbatims

« **Notre filière « hors domicile » est un monde de dialogue – ce qui explique comment lors des Etats Généraux de l'Alimentation, nous avons - en collectif de l'amont agricole aux opérateurs de la restauration collective - porté des messages communs notamment avec la CGI : dire ensemble que la montée en gamme en restauration collective ne pourra se faire qu'avec une commande publique responsable qui investit dans la filière, notamment dans le prix d'achat des denrées alimentaires à cuisiner. »**



« Les grossistes doivent connaître nos produits aussi bien que nous ; pour ce faire, ils doivent rappeler à nos côtés, combien les **produits alimentaires issus des entreprises agroalimentaires ne sont pas hors sol, que nos entreprises font des produits locaux, des produits de qualité, des produits BIO.** »

« Sans nos entreprises agroalimentaires si souvent décriées, sans les grossistes distributeurs, il n’y aurait pas de restauration en France, notre tourisme s’en trouverait affecté ! »

« **Nos entreprises alimentaires restent très vigilantes** à ce que les pratiques désastreuses de la GMS ne s’importent pas dans nos univers hors domicile. »

« Plus que tout, **nous aspirons à ce que le cadre législatif soit stable, simplifié**, pour permettre à nos entreprises avec les grossistes de poursuivre le développement des marchés hors domicile. Plus que jamais, nous appelons le monde politique (gouvernement, parlementaires) à persévérer dans la voie de la simplification et du soutien à l’activité des entreprises de France. »

« **Les défis à relever sont nombreux, sont techniques.** Nous aurons **besoin d’écoute et de dialogue** pour pouvoir **construire ensemble les conditions effectives des transitions alimentaires et écologiques à venir.** »

14. **05 Nov. Reporterre.net** : rôle du GECO Food Service dans le GEM-RCN Lien : <https://reporterre.net/Cantines-scolaires-les-menus-corediges-par-le-lobby-de-la-viande> La journaliste titre : « **Cantines scolaires : les menus « corédigés » par le lobby de la viande** ». Cet article, étant basé principalement sur le rapport Greenpeace, est surtout à charge contre l’industrie et le lobby. Cependant il reprend textuellement la réponse du GECO Food Service : de très très courtes citations de l’interview de Laurence VIGNE.
15. **Mi-Nov. : UFC-QUE CHOISIR consacré aux produits du terroir** - obligation pour la restauration collective d’ici 2022 50% de produits issus de l’agriculture biologique, locaux ou sous signe de qualité. Comment se préparent les industries agroalimentaires pour atteindre ces objectifs fixés par la loi ? Quels problèmes rencontrent-elles ? La réalité du marché permet-elle aux entreprises de se conformer à ces objectifs ? Laurence VIGNE.
16. **19 novembre : Salon des Maires de France** - Conférence : FNSEA- Coop de France - GECO Food Service - CGI - SNRC - RESTAU’CO - « **Alimentation saine, sûre et durable en restauration collective : c’est possible !** »



4. Les Grands Enjeux du Foodservice : les grands dossiers suivis en 2019 et 2020

Le premier semestre 2020 et le « tsunami » de la crise sanitaire COVID19 ne doivent néanmoins **en aucun cas nous faire oublier combien il est essentiel** pour les entreprises fournisseurs des marchés de la CHD de **poursuivre leur adaptation aux enjeux majeurs à venir**, notamment :

- ✓ **Produire durable et responsable ;**
- ✓ **Se mettre en capacité de communiquer**, ce compris par voie dématérialisée, sur ses produits, comment ils sont fabriqués, où, à partir de quel sourcing : en 2019, avant le COVID 19, les attentes du consommateur hors domicile, étaient déjà grandissantes sur ces sujets, elles le seront peut-être encore plus à la suite de la crise sanitaire ;
- ✓ **Éco-concevoir ses produits ET ses emballages** est devenu un enjeu stratégique, ce compris sur nos marchés hors domicile ;

Autant de sujets suivis, sur le plan politique et réglementaire, par votre association tout au long de l'année 2019, avec des interventions, des participations pour la défense des intérêts des entreprises fournisseurs des marchés de la RHD ! Le travail continue en 2020 pour vous accompagner vers la sortie de crise.

1/ Sujets Emballages, plastiques, REP (Responsabilité Elargie des Producteurs) :

Au cours de l'année 2019, une attention forte a été portée aux sujets emballages, plastiques, et REP (Responsabilité Elargie des Producteurs). Il aura fallu être présent sur bien des fronts pour tenter de clarifier (NDLR c'est toujours en cours) le cadre, et les contraintes impactant nos marchés :



Au niveau européen : La Directive SUP (Single Use Plastic) du 12 juin 2019

Pour lutter plus efficacement contre le phénomène de pollution plastique dans les océans et les mers, à l'initiative de la Commission européenne, de nouvelles règles seront applicables dans toute l'Union européenne (UE) pour **cibler les dix produits en plastique à usage unique** les plus présents sur les plages et dans les mers européennes, ainsi que les engins de pêche perdus ou abandonnés. Au total, ces produits constituent 70 % de tous les déchets marins.

L'objectif principal de la directive est de **prévenir et de réduire l'impact de certains produits plastiques** sur l'environnement, en particulier l'environnement aquatique.

Des mesures sont prises en fonction des produits visés :

1. **Quand des solutions de remplacement sont facilement disponibles et peu coûteuses**, les produits en plastique à usage unique seront exclus du marché.
2. **Pour les produits qui ne peuvent être directement remplacés**, il y a lieu de limiter leur utilisation par :
 - Une **réduction de la consommation au niveau national**, (art 4)
 - Des prescriptions pour la **conception et l'étiquetage des produits**
 - Et des obligations de **gestion/nettoyage des déchets incombant aux fabricants** (REP Littering).



Au titre des mesures de la Directive SUP que les Etats Membres ont l'obligation d'implémenter dans leur législation nationale :

Réduction de la consommation (art 4) :

- Avec des objectifs de **réduction de la consommation nationale**,
- Des mesures garantissant que des **produits de remplacement réutilisables sont mis à la disposition** du consommateur final au point de vente,
- Des instruments économiques assurant **qu'aucun produit plastique à usage unique n'est fourni gratuitement** au point de vente au consommateur final.
- Les produits concernés par ces mesures sont les **réipients pour aliments et les gobelets pour boisson** ; (Directive - Annexe Partie A)

Restrictions/interdictions de mise sur le marché (art 5) : les Etats membres **interdiront** la mise sur le marché des produits *en plastique à usage unique* suivants : (Directive - liste des produits dans l'Annexe Partie B)

1. Bâtonnets de coton-tige (à l'exception des écouvillons destinés et utilisés à des fins médicales),
2. **Couverts** (fourchettes, couteaux, cuillères, baguettes),
3. **Assiettes**,
4. **Pailles** (à l'exception des pailles utilisées à des fins médicales),
5. **Bâtonnets mélangeurs** pour boissons, tiges de ballons,
6. **Réipients pour aliments en polystyrène expansé** (les boîtes, avec ou sans moyen de fermeture, utilisés pour contenir des aliments qui :
 - a) sont destinés à **être consommés immédiatement**, soit sur place, soit à emporter ;
 - b) sont généralement **consommés dans le récipient**,et - c) sont prêts à être **consommés sans autre préparation**, telle que le fait de les cuire, de les bouillir ou de les réchauffer, y compris les récipients pour aliments utilisés pour l'alimentation rapide ou pour d'autres repas prêts à être consommés immédiatement, à l'exception des récipients pour boissons, des assiettes, et des sachets et emballages contenant des aliments ;
7. **Réipients pour boissons en polystyrène expansé**, y compris leurs bouchons et couvercles.
8. **Gobelets pour boissons en polystyrène expansé**, y compris leurs moyens de fermeture et couvercles ;

Exigences applicables aux produits (art 6) : Bouchons solidaires

Les Etats membres veillent à ce que les **réipients pour boissons en plastique à usage unique**, qui possèdent des **bouchons ou des couvercles constitués pour une part significative de matière plastique** ne puissent être mis sur le marché **que si leurs bouchons et couvercles restent attachés au récipient** lors de phase d'utilisation prévue du produit. Des normes seront élaborées pour répondre à cette exigence ; (Directive – Annexe partie C)

Responsabilité élargie des producteurs (REP) (art 8) : mise en place d'un système de **REP pour différents produits plastiques** et notamment pour les producteurs de filtres à produits du tabac contenant du plastique qui devront **couvrir les coûts de ramassage des déchets jetés sur la voie publique ou dans la nature**. (Directive - Annexe partie E)

Collecte sélective (art 9) : 77% en poids des bouteilles pour boisson devront être collectées séparément d'ici à **2025** et **90 % en 2030** (au moyen de systèmes de consigne ou de REP) – (Directive - Annexe partie F).

Contenu recyclé (art 9) : les **bouteilles en PET** devront contenir **au moins 25% de plastique recyclé** en 2025. Ce taux ne s'impose pas à chaque vendeur de boissons, mais sera une moyenne calculée pour chaque Etat membre. **En 2030, toutes les bouteilles en plastique (et plus seulement celles en PET)** devront respecter un objectif **d'au moins 30%** de contenu recyclé. – (Directive - Annexe partie F)

Sensibilisation (art 10) Les États membres prennent des mesures pour **informer les consommateurs** et pour **encourager des habitudes de consommation** responsables, afin de **réduire les déchets sauvages** issus des produits couverts par la présente directive. – (Directive - Annexe partie G)



Au niveau français : De la Feuille de Route Economie Circulaire (avr. 2018) à la loi dite AGEC (Anti Gaspillage et Economie Circulaire) n°2020-105 du 10 février 2020



En 2018, à l'issue de 5 mois de travaux menés (et suivis par le GECO Food Service) en parallèle des Etats Généraux de l'Alimentation, les Travaux Economie Circulaire avaient conduit à une **Feuille de Route Economie Circulaire (FREC)** publiée le **23 avril 2018** : les ambitions étaient très fortes, et les changements voulus radicaux.

- **Mesure 1 : incorporation de matière plastique recyclée dans les produits et emballages** (EU Plastics Strategy prévoit 10 Mt de plastique intégré d'ici 2025) ;
- **Mesure 4** : prévoit que le **risque financier** lié aux fluctuations des cours des matières recyclées soit transféré des opérateurs de recyclage **aux éco-organismes** (NDLR : financé par les entreprises).
- **Mesure 12** : faire de **l'éco-modulation un outil incitatif** avec des bonus-malus pouvant excéder 10% du prix de vente HT des produits
- **Mesure 17** : mise en place d'une **consigne solidaire**
- **Mesure 18** : étendre le champ de la filière REP « emballages » aux **emballages professionnels (REP DEIC** déchets d'emballages industriels et commerciaux en 2022-2025) et augmenter le **taux de collecte des CHR et CHD dès 2019** ; **collecter 100% des déchets recyclables** et tendre vers **100% de plastique recyclable d'ici 2025**.



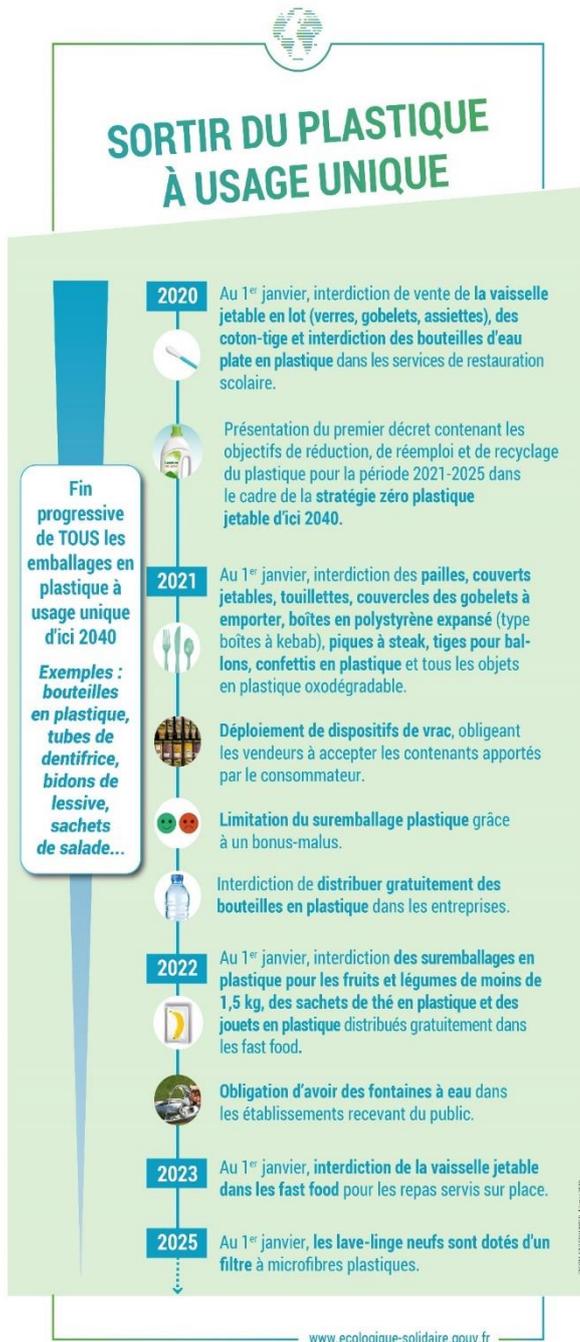
Présenté en Conseil des Ministres le **10 juillet 2019**, le projet de loi issu de cette FREC répondait à **4 orientations** :

- **Stopper le gaspillage** pour préserver nos ressources ;
- **Mobiliser les industriels** pour transformer nos modes de production ;
- **Informers** pour mieux consommer ;
- **Améliorer la collecte des déchets** pour lutter contre les dépôts sauvages.

Bien qu'examiné en procédure législative accélérée, le projet a dû être suivi **durant toute l'année 2019**, puisque **la loi dite AGEC** n'a finalement été adoptée que le 10 février 2020. La loi AGEC **rajoute de la complexité** dans son **articulation avec de nombreuses contraintes réglementaires**, sur des sujets déjà traités dans les **réglementations précédentes** :

- **2015 - Loi Transition écologique pour la croissance verte (LTECV)** : extension des consignes de tri à tous les emballages plastiques pour 2022 ; gobelets, verres et assiettes en plastique interdits pour 2020.

- **2016 - Décret 5 flux et obligation du tri** imposée aux entreprises générant plus de 1100 litres par semaine de déchets (papier-carton, métal, plastique, verre et bois).
- **2018 – Loi dite EGALIM** prévoyant les interdictions de :
 - Contenants alimentaires de cuisson, de réchauffe et de service en matière plastique en restauration collective scolaire, universitaire et pour les enfants de moins de 6 ans (2025)
 - Bouteilles d'eau plate en plastique dans la restauration collective scolaire (2020)
 - Couverts, piques à steak, couvercles à verre jetable, plateaux repas, pots à glace, saladiers, boîtes (2020)



La **loi AGEC** comporte 4 volets :

- ✓ Objectifs nationaux de gestion et de prévention de la production de déchets ;
- ✓ Information du consommateur ;
- ✓ Dispositifs pour favoriser le réemploi et la réutilisation et lutter contre le gaspillage alimentaire ;
- ✓ Responsabilité des producteurs.

Principaux sujets d'attention :

- mesures sur les REP, notamment une nouvelle REP « *professionnels de la restauration* », et la réforme de la gouvernance des filières REP ;
- Mesures de protection et d'information du consommateur ;
- Transposition des dispositions du paquet économie circulaire et de la directive SUP ;
- Mesures pour la prévention et la gestion des déchets sauvages.

La phase de rédaction des décrets est très dense (cf. près d'une centaine de textes d'application sont prévus dans la loi !).

Le GECO Food Service est mobilisé aux côtés de l'ANIA, pour ce suivi alimentant les groupes de concertation mis en place par le gouvernement **pendant le confinement et à un rythme très soutenu... !!! Les thèmes des groupes :**

- ✓ Plastiques : interdictions, réduction, réutilisation, recyclage, incorporation de MPR
- ✓ Réemploi
- ✓ Information des consommateurs : allégations environnementales, affichage environnemental et signalétique du tri
- ✓ Perturbateurs endocriniens
- ✓ Gaspillage alimentaire
- ✓ Boues des stations d'épuration urbaine et gestion des effluents des IAA
- ✓ Futur des filières REP

En 2020, un sujet d'impact majeur en CHD : une nouvelle REP « professionnels de la restauration » ... qui va payer, sur quoi, comment, combien cela va coûter ?

La REP, qu'est-ce que c'est ? C'est la Responsabilité Elargie du Producteur, c'est l'**obligation « de pouvoir ou de contribuer à l'élimination des déchets »** qui proviennent des produits que l'on fabrique, vend, importe, met sur le marché.

Les objectifs de la REP :

- ✓ Développer le recyclage et la réutilisation de certains déchets
- ✓ Intégrer les coûts de gestion des déchets dans le coût du produit
- ✓ Encourager l'éco-conception
- ✓ Prévenir les déchets

2 modèles de fonctionnement de REP :

- **REP financière** : un organisme collecte l'écocontribution payée par tous les industriels concernés, et coordonne les acteurs chargés de l'élimination des déchets ;
- **REP opérationnelle** : la filière finance elle-même les moyens permettant l'élimination des déchets issus de ses produits.

Il existe notamment une REP pour l'élimination des **Emballages Ménagers (EM)** : point Vert, Ecocontribution. Plus l'emballage du produit est vertueux, moins on paie. Moins il est vertueux (difficilement ou pas, recyclable) plus il est « taxé ». Les données EM du MTES (Min de la Transition Ecologique et Solidaire) juillet 2018 :

- Agrément en cours : 2018 – 2022
- Sociétés agréées mettant en œuvre leur agrément : ADELPHE - **CITEO TARIF 2020** : https://bo.citeo.com/sites/default/files/2019-11/20191106_Citeo_Tarif%202020_Grille%20tarifaire.pdf
- Environ 22 700 contrats adhérents, environ 740 contrats collectivités (36 000 communes)
- 5 037 000 tonnes de gisement contribuant
- 665 M€ de contributions
- 639 M€ de soutiens versés aux collectivités
- Taux de recyclage global actuel : 68 % Vs Objectif de 75 %

A date, en Hors Domicile, sont concernés par la REP emballages ménagers, tous les emballages des produits qui sont emballés sur place, et vendus emballés à emporter dans les circuits de distribution suivants (note ADELPHE 2011) :

- Restauration moderne (cafétérias, fast-foods, viennoiseries/sandwicheries, restauration livrée, etc.), quel que soit le lieu d'abandon de l'emballage ;
- "catering" embarqué (moyens de transport immatriculés en France, tels que l'avion, le train et le bateau, quelle qu'en soit la destination) ;
- Zones de "duty-free" et d'embarquement ;
- Stations-service ;
- Sites de concession (parcs d'attractions, cinémas, stades, etc.) ;
- Circuits de vente alternatifs (boulangerie/pâtisserie, bureaux de tabac, stands de vente à emporter, camions-pizzas, etc.) ;
- **VENTE A EMPORTER** 100% des emballages de produits vendus à emporter doivent être déclarés et contribuer.

En tant que Producteurs de produits emballés, vous payez une écocontribution pour les produits mis sur le marché français :

- que vous emballez ;
- que vous faites emballer à vos marques ou sans marque ;
- que vous emballez sous la marque d'un distributeur (MDD).

Ne sont pas concernés par la REP EM : tous les **emballages** des **denrées alimentaires payées par le convive après avoir été consommées** Ex : l'emballage d'un chocolat, gâteau servi avec un café. Ni **les emballages des produits utilisés en back office**.

Or, la loi AGEC prévoit **dès le 1^{er} janvier 2021**, sera mise en place une **nouvelle contribution financière avec la création d'une nouvelle REP emballages des « produits consommés par les professionnels ayant une activité de restauration » (art 62 de la loi AGEC)** ; c'est très vague ... !

On le voit, les entreprises agroalimentaires vont être **particulièrement impactées en hors domicile** par les nouvelles contraintes règlementaires imposées **en matière d'usage et de recours aux matériaux plastiques**.

Que ce soit sous l'angle des **déchets sauvages** et des **déchets marins** liés à des consommations alimentaires nomades, ou sous l'angle des utilisations, tant les dispositions issues des Loi EGALIM et AGEC sur les plastiques (cf. restriction des utilisations de contenants alimentaires en plastiques en restauration collective + fin de mise à disposition d'une liste fermée d'ustensiles en plastiques jetables), que la Directive européenne dite SUP (Single Use Plastic) **obligent les entreprises à engager une réflexion plastiques**.

Parallèlement, l'obligation faite aux Etats Membres de mettre en place des filières REP (Responsabilité Elargie des Producteurs) pour la collecte et la valorisation des déchets dans tous les secteurs de production, va conduire à la mise en place d'une REP pour les déchets industriels et commerciaux (DEIC) : sous quelle forme, avec quel coût ?

Dans ce concert d'injonctions, il va falloir s'outiller collectivement pour faire preuve de pédagogie (notamment expliquer que les emballages des denrées alimentaires ne sont pas des contenants alimentaires en plastiques), être attentifs aux pistes de substitutions possibles : **la veille et l'anticipation seront plus que jamais indispensables !**

2/ Les textes d'application de la loi EGALIM et le CNRC (Conseil National de la Restauration Collective) – Encadrement des approvisionnements, Local, BIO, etc...

Les textes d'application de la loi dite EGALIM :

La loi n°2018-938 « Pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et pour une alimentation saine, durable et accessible à tous » du 30 octobre 2018, dite loi EGALIM comportait un certain nombre de **dispositifs soumis à des textes d'application** (Décrets ou Ordonnances).

Le GECO Food Service **a suivi leur élaboration** (notamment en siégeant au sein du Conseil National de la Restauration collective) directement consulté sur la rédaction des textes spécifiques à la restauration collective.

- **5 février 2019** : 1^{ère} publication des [Lignes Directrices de la DGCCRF pour l'encadrement des promotions pour les produits alimentaires et l'interdiction du terme « gratuit »](#). (précisant que cette interdiction était finalement applicable en BtoB).
- **Décret n° 2019-325 du 15 avril 2019** relatif à [l'expérimentation de l'affichage obligatoire pour l'information des usagers, de la nature des produits entrant dans la composition des menus en restauration collective](#) (pour rendre compte de l'application des nouveaux approvisionnements sous l'œil attentif des tiers (parents d'élèves, associations, etc...)) (art. 26 de la loi).
- **Décret n°2019-313 du 12 avril 2019** relatif au [comité régional de l'alimentation en application de l'article L.230-5-5 du Code Rural et de la pêche maritime](#). (CRALIM permettant en région de mettre en application la loi avec les acteurs de terrains dont les entreprises agroalimentaires = enjeux de mobilisation pour les IAA !)
- **Décret n°2019-351 du 23 avril 2019** relatif à la [composition des repas servis dans les restaurants collectifs en application de l'article L. 230-5-1 du Code Rural et de la pêche maritime](#). (sur l'encadrement des approvisionnements en restauration collective « 50% de local, BIO etc. ») (art. 24 de la loi instaurant un nouvel article L. 230-5-1. du Code Rural et de la Pêche Maritime).
- **Ordonnance n°2019-369 du 24 avril 2019** portant [refonte du titre IV du Livre IV du code de commerce relatif à la transparence, aux pratiques restrictives de concurrence et aux autres pratiques prohibées](#) (Cf sur les conventions, les CGV, définitions des grossistes, etc...)
- **Ordonnance n°2019-358 du 24 avril 2019** relative à [l'action en responsabilité pour prix abusivement bas](#) (tient compte notamment des **indicateurs agricoles** devant être mentionnés dans certains cas, dans les CGV et induisant une mention particulière dans les conventions écrites, etc...).
- **INFO** : Plus d'un an qu'elles étaient attendues ! les [Lignes Directrices de la DGCCRF sur les indicateurs agricoles](#), annoncées depuis avril 2019, viennent enfin d'être publiées, **le 27 juillet 2020**.

La loi EGALIM visait notamment à assurer une meilleure répartition de la valeur créée par les filières agricoles et agroalimentaires entre les acteurs de la chaîne de production. Elle **renverse le processus de construction du prix payé aux producteurs agricoles**. Ce prix doit désormais **s'appuyer sur les coûts de production effectifs** et la loi prévoit la prise en compte **d'indicateurs de ces coûts** ou des **prix de produits agricoles et alimentaires** dans les contrats conclus entre les acteurs de la chaîne alimentaire.

Pour MEMO : METRO avait diffusé son interprétation sur le sujet sous forme d'une **Foire Aux Questions** en décembre 2019.

- **Ordonnance n°2019-1069 du 21 octobre 2019** relative à [la lutte contre le gaspillage alimentaire](#)
- **Décret n°2019-1413 du 19 décembre 2019** relatif à [la liste des produits de grande consommation mentionnée à l'article L. 441-4 du Code de commerce](#) (liste permettant de préciser le périmètre d'application des 2 types de convention écrite à finaliser, selon les cas).
- **Décret n° 2019-1451 du 24 décembre 2019** relatif à [l'interdiction de certains produits en plastique à usage unique](#)

Le **28 octobre 2019**, le GECO Food Service a organisé une réunion spécifique autour du décryptage de la loi dite EGALIM et de ses décrets d'application :



Le GECO Food Service siège au sein du Conseil National de la Restauration Collective (CNRC)

Annoncé **en Décembre 2017** lors de la clôture des Etats Généraux de l'Alimentation, il aura fallu attendre **le 13 mars 2019** pour que le Conseil National de la Restauration Collective soit finalement mis effectivement en place.

A compter de la fin du mois de janvier 2019, il a fallu faire face à une accélération du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, avec des versions de décrets précipitamment envoyées.

- **Judi 28 février** : **Contribution Collective** (7 organisations : FNSEA – JA (Jeunes Agriculteurs) - COOP DE France - GECO FOOD SERVICE – CGI (grossistes/distributeurs) - RESTAU'CO - SNRC) pour formuler des observations notamment sur la V1 du projet de décret sur les approvisionnements.
- **1er mars** : **Réunion technique** : Nous avons porté la voix du collectif pour alerter sur les problèmes majeurs que soulève le texte - le fait que le projet de décret **non seulement ne permet pas la montée en gamme voulue par le législateur, mais qu'il crée des effets pervers et va provoquer des tensions de prix, volumes sur les appros** = nécessité de report du projet de décret pour engager une véritable concertation permettant de mesurer les impacts et d'avoir un texte adapté aux réalités de la filière d'appros restauration collective.
- **Judi 7 mars** : **Courriers communs** adressés au Premier Ministre, Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, parlementaires, Directions Générales DGAI et DGPE) - **8 organisations alertent ensemble sur les effets pervers du projet de décret sur les approvisionnements** : FNSEA – JA (Jeunes Agriculteurs) – APCA (Association des Chambres d'Agriculture) - COOP DE France - GECO FOOD SERVICE – CGI (grossistes/distributeurs) - RESTAU'CO (Réseau restaurations collectives en gestion directe) - SNRC (syndicat national de la restauration collective : ELIOR, SODEXO etc...) ;
- **Vendredi 8 mars** : **Communiqué de presse commun** des 8 organisations
- **Mardi 12 mars** : **RDV GECO Food Service avec le Cabinet du Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation** - Mme Anne BRONNER, Conseillère en charge de la qualité, de la sécurité et de la performance sanitaires de l'alimentation et Mme Nathalie BARBE, Conseillère en charge des Filières animales, de la forêt et de la performance économique des entreprises agricoles et agroalimentaires.

Le dialogue a été ferme : nos arguments de fond sont entendus mais ne peuvent donner lieu à aucune modification possible du calendrier d'application à raison des engagements politiques pris. **Il nous est demandé de travailler aux conditions de réussite de l'application du texte au sein du CNRC.** Si tous les acteurs jouent le jeu, ensemble nous réussirons à construire les conditions de réussite de la loi.

Mise en place officielle le 13 mars 2019 :

CNRC (Conseil National de la Restauration Collective), ses missions

15 mois après l'annonce de sa création, le Conseil National de la Restauration Collective a été lancé le **13 mars 2019** :

- Le CNRC est une **instance de concertation** avec l'ensemble des acteurs.
- Il a pour **mission** première de **contribuer** à la **définition des mesures issues des EGA** à mettre en place **dans la restauration collective**, et notamment de **contribuer à l'élaboration des textes réglementaires**.
- Il a par ailleurs en charge le **pilotage de leur mise en œuvre opérationnelle** et l'**accompagnement techniques des professionnels**.



Ces mesures couvrent notamment :

1. **L'approvisionnement de la restauration collective**, en produits durables ou de qualité (50 % de produits durables ou de qualité, dont 20 % de produits biologiques) ;
2. **La qualité nutritionnelle des repas** (actualisation et adaptation des règles nutritionnelles, plan pluriannuel de diversification des protéines et expérimentation d'un menu végétarien une fois par semaine dans la restauration scolaire) ;
3. **L'information du consommateur** (adaptation du Nutriscore, information annuelle sur la composition des repas, expérimentation d'un affichage obligatoire de la composition des menus, mise en place de la mention « fait maison ») ;
4. **L'éducation alimentaire** (mise en place d'un choix dirigé dans la restauration scolaire, développement sur le temps du repas d'actions participant à l'éducation à l'alimentation dans le cadre du parcours éducatif de santé) ;
5. La lutte contre le **gaspillage alimentaire** ;
6. La **réduction de l'utilisation du plastique** ;
7. L'extension des obligations de **dons**.

Le CNRC assure ses missions **en lien avec les instances de concertation préexistantes** dans lesquelles les acteurs de la restauration collective sont déjà impliqués, notamment celles du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire.

Sa composition : Le CNRC est présidé par Mme [Mireille RIOU-CANALS](#), conseillère maître à la Cour des comptes. Le secrétariat est assuré par la **Direction Générale de l'Alimentation (DGAI)**, administration rattachée au Ministère de l'agriculture et de l'alimentation.

Il regroupe l'ensemble des acteurs concernés par l'alimentation en restauration collective. Outre les représentants des pouvoirs publics, **sept collèges** (et **50 sièges**) correspondant aux différentes catégories d'acteurs impliqués sont prévus :

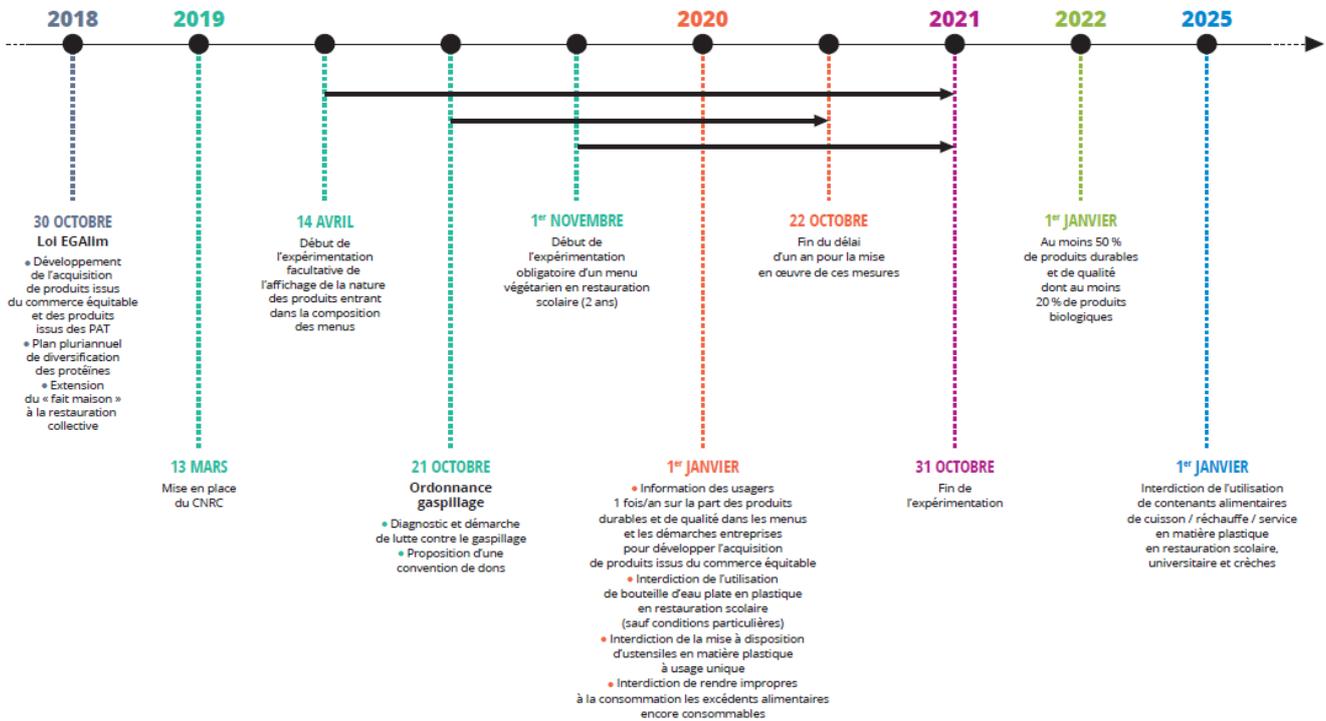
1. Restauration collective (gestionnaires) ; 10 sièges
2. Producteurs ; 7 sièges
3. Transformateurs et distributeurs ; 5 sièges
4. Opérateurs de l'État et collectivités ; 6 sièges
5. Représentants de la société civile et des convives ; 6 sièges
6. Partenaires sociaux ; 8 sièges
7. Experts du secteur de la santé (associations et établissements publics) ; 8 sièges ;

➤ **CNRC Plénier : 4 réunions (1/2 journée) :** 24/01 – 13/03 – 05/07 – 14/11/2019 pour un point global sur les travaux des différents groupes, dialogue avec le Ministère de l'Agriculture via son administration DGAI.

➤ Le GECO Food service siège dans **différents Groupes de Travail** (GT) du CNRC :

- **GT Accompagnement et moyens** (pour application de la loi EGALIM) - Frédérique LEHOUX – **3 réunions (1/2 journée) :** 19/04 – 07/06 et 10/10/2019 – Etat des lieux, recensement des outils mobilisables pour les professionnels de la restauration collective et amélioration desdits outils (ex : [OPTIGEDE](#) boîte à outils en ligne pour la restauration collective , dialogue avec l'administration, et production de **livrables** pour une meilleure compréhension harmonisée de la loi, notamment **Frise des dates clés** des mesures applicables à la restauration (voir ci-dessous fin chapitre) + [Plaquette Synthèse de la loi et des décrets sur les mesures applicables en restauration collective](#) - **Projets :** Guide/lignes directrices pour les acheteurs en restauration collective.
- **GT Décret approvisionnements** – Frédérique LEHOUX : **GT clos** après **1 réunion** le 01/03/2019, avec la finalisation du Décret du 24 avril 2019 qui encadre désormais les approvisionnements (voir supra).
- **GT Suivi approvisionnements** – Frédérique LEHOUX : travaux sur les modalités de remontées des informations permettant de déterminer si les seuils fixés dans la loi (cf. 20% au moins de BIO et 30% au plus de produits sous SIQO, certificat environnemental, ECOLABEL pêche durable etc...) – Qui fait les remontées ? quels produits entrent effectivement dans le périmètre des produits à comptabiliser (par ex : produits composés partiellement d'ingrédients issus d'une exploitation agricole certifiée environnementale ?) comment flécher dans les appros, les produits entrant dans le calcul du seuil ? à qui ? etc... - **3 réunions (1/2 journée) :** 16/04 – 05/06 – 28/08/2019.
- **GT Nutrition** – Laurence VIGNE – **2 réunions** (1/2 journée) : 4/10 et 08/11/2019 – sur le [Menu végétarien obligatoire en restauration scolaire](#) depuis le 1^{er} novembre 2019 – Pour les équipes de cuisine, la principale difficulté consiste à insérer le menu végétarien dans un plan alimentaire respectueux des exigences relatives à la qualité nutritionnelle des repas (arrêté du 30 septembre 2011) qui devra être révisé.

LES DATES-CLÉS



➤ **Notre présence est essentielle au sein du CNRC et ses groupes de travail pour :**

- **Rappeler la place indispensable** en restauration collective, des produits alimentaires issus des entreprises agroalimentaires ; leur **qualité**, leur **sécurité**, leur **caractère local**, **BIO** ; leur **complémentarité avec des produits issus de petits producteurs** ; etc...
- **Assurer la coordination avec d'autres instances** : ex les travaux du CNA dans le sous-groupe emballage plastique et plastique en restauration ;
- **Suivre et contribuer les discussions sur le périmètre des produits éligibles au « budget 50% »** : ex les produits BLEU-BLANC-CŒUR – les produits de la mer MSC – la prise en compte du coût des externalités environnementales liées au cycle de vie du produit, etc...

3/ Dématérialisation des informations produits :

Travaux GS1 sur le standard de l'info produit en RHD :

Le GECO Food Service est impliqué depuis de nombreuses années dans les travaux GS1 pour l'élaboration d'un standard d'infos produits en RHD et son déploiement. Après des années de concertation, un 1^{er} standard a été diffusé en novembre 2017 : le constat a rapidement été fait qu'il n'était plus adapté à la réalité du business, et qu'il n'était pas assez utilisé, parce que mal connu.

Pour RAPPEL sur GS1 et les standards : GS1 est une organisation mondiale - avec des instances nationales - rassemblant des industriels, des distributeurs, des utilisateurs dans tous les secteurs économiques, afin qu'en concertation lesdits acteurs créent un langage commun, des standards d'échange de données dématérialisées. L'objectif est de fluidifier, et de sécuriser les échanges.

Le standard GS1 naît d'un **consensus** entre les entreprises fournisseurs, les distributeurs, les utilisateurs, les organisations professionnelles **qui participent aux travaux**. Plus il y a d'entreprises présentes au sein des travaux, avec des **profils techniques différents** (Qualité – informatique – Supply), illustrant des catégories de produits différentes, relevant de secteurs différents, et plus nous pouvons influencer dans un sens convenant au plus grand nombre de nos entreprises fournisseurs.

Au fil des réunions de l'année 2019, l'importance des enjeux BUSINESS est montée en puissance :

Des opportunités :

- **Eviter que chaque distributeur développe son propre système d'information dématérialisée** sur les produits (le fournisseur se trouverait contraint de transmettre l'information sur ses produits dans autant de formats différents qu'il a de clients différents) ;
Le standard **peut être l'opportunité pour les fournisseurs de ne saisir qu'UNE seule fois** les données sur les produits : à charge pour chaque grossiste et/ou SRC et/ou utilisateur d'aller chercher l'information qui lui convient au sein de l'espace de partage dédié.
- **Transmettre une information de qualité, fiable et mise à jour**, qui puisse être poussée jusqu'aux utilisateurs RHD puis aux convives ;
- **Redonner de la confiance dans les produits alimentaires** issus des entreprises agroalimentaires, sur la base d'une information plus largement partagée sur les produits.
- **Se doter des moyens d'être plus actifs sur ses propres produits** en poussant la bonne information, et outiller les grossistes/distributeurs pour qu'ils soient plus performants dans la vente desdits produits ; (visuels, mises en avant, etc...) ;
- **Permettre de flécher les produits visés par le budget 50%** de la loi EGALIM.

Des difficultés :

- Les clients grossistes/distributeurs et/ou les Sociétés de Restauration Collective et/ou les Chaines font des demandes fortes pour obtenir de plus en plus d'informations dématérialisées sur les produits – **certains d'entre eux indiquent qu'ils ne référenceraient plus les fournisseurs** qui ne seraient pas en mesure de leur transmettre à minima toutes les informations se trouvant dans le Standard GS1 de la fiche produit dématérialisée.
- **Chacun d'entre eux veut élargir le standard GS1** pour intégrer de nouvelles informations : toujours plus d'informations à renseigner par les fournisseurs **notamment** l'origine des ingrédients avec %, une liste distincte des additifs et conservateurs, les conditions de conservation de denrées APRES ouverture, le lieu de transformation, etc...

Encore faut-il qu'il y ait un consensus sur le nouveau périmètre du standard GS1 : entre souhaits des clients et faisabilité technique, tout le monde (fournisseurs ET grossistes/distributeurs ou SRC ou utilisateur) doit être d'accord sur le contenu du standard GS1 : parvenir à ce consensus au cours des travaux GS1 avec suffisamment de fournisseurs IAA autour de la table est un enjeu fort.

Notre COMEX est saisi de ce sujet particulièrement important pour les entreprises fournisseurs en RHD : au sein du COMEX, le sujet est suivi par Virginie MALEKZADEH, aux côtés de notre président Laurent REPELIN.

Lors des réunions GS1 en 2019, le GECO Food Service a **fait passer à GS1 les messages suivants :**

- **Les conditions requises pour pouvoir parvenir à un consensus** fournisseurs/ grossistes-distributeurs / opérateurs de la restauration **ne sont pas réunies : il ne peut donc y avoir de consensus sur un standard RHD en l'état.**

- Le constat est fait que les IAA ne sont **pas en capacité – à date – d’avancer à la vitesse qu’impulsent les grossistes-distributeurs / opérateurs de la restauration**, sur le sujet de l’évolution du standard RHD ;
- Nous avons **alerté sur la nécessité d’avoir plus de temps, côté fournisseurs**, pour réunir les compétences en interne aux business units RHD, pour prioriser les demandes formulées, notamment en fonction des besoins métiers les sous-tendant. Faute d’une présence et représentativité suffisante des entreprises fournisseurs IAA au sein des travaux de standardisation des données produits en RHD, il ne peut y avoir de consensus.

Compte-tenu des pressions fortes des distributeurs et autres acteurs pour avancer vite et sur tout, nous avons avec l’ANIA sollicité de GS1 qu’il soit accordé **plus de temps à nos entreprises pour se mobiliser sur ce sujet et s’organiser** pour être présentes aux réunions : c’est en réunion que se tiennent les échanges pour construire le standard dans un timing adapté à vos entreprises. Notre demande avait été entendue, et les travaux ralentis pour nous permettre de mieux mobiliser les entreprises.

A fin 2019, une 20aine d’entreprises du GECO Food Service se mobilisait pour participer à la réunion prévue le 17 décembre : malheureusement les grèves de la fin d’année 2019 qui se sont poursuivies au début de l’année 2020 ont nuancé ce bel élan !

Il est important qu’il y ait le plus possible de participants IAA pour les travaux GS1 en RHD : Vous pouvez faire **comme les grossistes et utilisateurs**, outre qu’ils sont nombreux à participer aux réunions GS1, ils envoient chacun plusieurs personnes : une personne par champ d’expertise.

1. METRO	8. France BOISSONS
2. TRANSGOURMET	9. ELIOR
3. POMONA	10. SODEXO
4. France FRAIS	11. FLUNCH
5. RELAI D’OR MIKO	12. CNOUS
6. SYSCO	13. RESTAUCO
7. GEDAL	Etc...

A NOTER : Nous avons besoin en 2020 de participants pour les travaux GS1 en RHD :

- Profils des participants : **Qualité OU Supply OU Informatique OU tout autre profil connaissant le sujet dématérialisation des informations produits**. Vous pouvez faire comme les grossistes : envoyer une personne par champ d’expertise.

Le périmètre de la fiche RHD est l’alimentaire à ce stade. **Il faudra voir ultérieurement si les produits non alimentaires peuvent être traités via la fiche GMS** ou faire l’objet d’une fiche RHD spécifique.

Les premières données traitées lors de la dernière réunion sont celles appartenant aux **catégories fonctionnelles** « Identification », « Indicateurs », « Intervenants et contacts », « Classification », « Hiérarchie », « Mesures », « Dates », « Quantités » et « Description ».

Les **autres données traitées prioritairement** lors de la dernière réunion sont les données couvrant les périmètres métiers « **Qualité** » et « **Marketing** », pour les catégories fonctionnelles « Messages marketing », « Origine douanière, labels et certificats », « Autres caractéristiques », « Emballage / Conditionnement », « Manutention », « Couleurs & Tailles », « INCO » et « Hors INCO ».

A NOTER : La **prochaine date de réunion GS1 sur la fiche RHD à la rentrée** n'est pas encore arrêtée, elle se tiendra le 25/09 OU 29/09 OU 06/10 de 10h à 12h **au format webconférence de 2 heures**.

L'ordre du jour sera le suivant :

- 1/ **Présentation et validation de la Fiche-produit RHD** (version 3.1.13) mise à jour suite aux remarques de la dernière réunion
- 2/ Poursuite de l'étude des **nouvelles demandes d'ajout de donnée**
- 3/ **Discussion sur la réintégration des travaux RHD dans le groupe informations produits plénier** (rassemblant les acteurs GMS et RHD)

A NOTER : Votre entreprise veut prendre part à **ces travaux déterminants pour les relations business avec les clients** ? Contactez : frédérique.lehoux@gecofoodservice.com

5. Tous vos outils et services fournis par le GECO Food Service en 2019 - 2020

1/ - Les outils Data/Chiffres/Etudes et Panels - GECO

Dans un univers hors domicile où les données font défaut et coûtent cher, adhérer au GECO Food Service c'est déjà avoir accès à un grand nombre d'outils de pilotage, à un coût modique : la plus élevée de nos cotisations coûte moins que le prix d'un des outils chiffres mis à disposition !

1/6 - Le PANORAMA de la Consommation hors Foyer :
Un outil précieux pour vos équipes 600 p d'informations collectées, synthétisées, analysées
(contact : Laurence VIGNE laurence.vigne@gecofoodservice.com)

Le GECO Food Service fournit à ses adhérents **un outil unique**, fruit d'un travail de revue documentaire, de veille et d'analyses sur une année complète : au fil des lectures, conférences, salons, partenariats, contacts, recherches, nous rassemblons, sélectionnons pour vous l'ensemble des informations, données, documents disponibles et pertinents au cours d'une année entière pour finaliser **le PANORAMA Complet de la CHF de l'année n-1**.

Chaque année, le PANORAMA constitue **pour vos équipes une véritable mine d'informations** sur tous les **marchés** de la consommation hors domicile, sur les **acteurs** de ces marchés, sur les **tendances** de consommation, sur les **seniors**, les **perspectives** d'évolution sur les segments, etc. Cette étude de **près de 600 pages**, réalisée par le GECO Food Service, présente les marchés de la CHF (**chiffres, segments, tendances, les enseignes, les consommateurs** ...) et leurs évolutions, synthétise les enjeux, les impacts des réglementations.

A NOTER : Infographies, tableaux et graphiques en facilitent la lecture et l'interactivité par des **sommaires détaillés et liens hypertextes**.

En 2019, tous les chapitres ont été remis à jour :

- les marchés et la distribution en France (Chiffres 2018)
- Les enjeux (règlementations et impacts) ;
- La restauration commerciale ;
- La restauration collective ;
- Les autres segments et modes de restauration (les Boulangeries-Pâtisseries, la Distribution automatique, la consommation nomade et les évolutions de la GMS ...)
- Les fiches des principales enseignes des restauration commerciale et collective (~50 Fiches)

Les chiffres macro-économiques du marché ont été mis à jour avec le concours de GIRA Food service par le partenariat qui nous lie (promotion et réduction sur les principales Etudes de Gira Food service).

En 2020, une nouvelle mise à jour sera effectuée sur les différents chapitres **soit le dernier état des lieux (Chiffres 2019) avant le/la crise COVID 19** avec une projection des résultats 2020.

Le [PANORAMA COMPLET de la CHF](#) est en ligne sur le site internet du GECO, dans l'espace réservé aux adhérents. Les membres sont informés de la mise à jour par mail.



A NOTER : Aller droit au but et avoir une vision globale des informations principales : c'est ce que nous proposons à vos équipes au cours **d'une journée de FORMATION « Panorama de la CHF »**. Mise en place en 2018, cette formation destinée aux collaborateurs arrivant en foodservice ou des collaborateurs souhaitant faire une mise à jour sur les marchés **rencontre un beau succès**.

Nous la proposons désormais 2 à 3 fois par an : **la prochaine date** avec la vision globale de l'année 2019, année de référence d'avant COVID, se tiendra le **Mercredi 14 Octobre 2020**.

Contact : laurence.vigne@gecofoodservice.com

2/6 - Données conso en CHF - le PANEL CREST :

Outil de suivi des consommations hors foyer **par sous-segments**
(Contact : Frédérique LEHOUX frederique.lehoux@gecofoodservice.com)



Grâce au Panel CREST en CHF, acquis par GECO Food Service en 2008, nous pouvons suivre l'évolution du marché et des sous-segments, à travers le **comportement des consommateurs**. L'échantillon interrogé est de **14.000 consommateurs/mois, 365 jours/365**, indiquant ce qu'ils ont consommé hors domicile : nombre de composantes, ticket moyen, lieu, horaires.

A NOTER : Tout l'historique des données depuis 2008 est accessible sur le site du GECO Food Service dans votre ESPACE ADHERENT : en ces temps de crise COVID19, il peut être intéressant de retourner voir les « mouvements » des sous-segments de marché à la suite de la crise de 2008.

L'outil est suivi par la Commission Etudes & Outils Marketing.

Fréquence : Les données consommateurs du PANEL CREST (NPD Group) sont fournies **deux fois par an**.

Les données permettent d'établir un **bilan d'activité semestriel des différents segments** du marché, comprenant également des données **repas et hors repas**, en **dépenses et occasions** de consommation, pour la restauration commerciale ainsi que des **données macro de la distribution automatique** (dépenses et occasions de consommation).

Pour une lecture plus précise des tendances, nous avons souhaité que soient isolées les données **GMS**, précédemment consolidées avec les données **Traiteurs** : ces dernières sont désormais intégrées au poste **Autres rest. Rapide**.

CHANGEMENT à venir ? Fin 2019, la Commission Etudes & Outils Marketing avait décidé de passer à :

- **1 livraison par an** (S1 + S2 de l'année n, livrés en Février n+1) ;
- ET une **réunion de présentation et d'analyse** plus détaillée par NPD GROUP de ces résultats annuels.

La crise COVID19 et le confinement ont modifié la donne : pour l'année 2020, il était essentiel de pouvoir disposer des chiffres du premier semestre ! Ils ont été livrés et transmis dès réception le 06/08/2020.

Occasions : Consommation d'un repas ou achat d'un produit en vente à emporter. La notion est donc légèrement différente de celle de fréquentation en restauration, mais elle traduit la même dynamique.

Définitions des segments suivis dans CREST

Restauration Rapide (RR) :

- **Burgers**: fast food tels que McDonald's, Quick, KFC...
- **Sandwicheries** : chaînes et indépendantes.
- **Boulangeries** : artisanales indépendantes (hors achats du pain seul).
- **CHANGEMENT : GMS** : rayons libre-service GMS vendant des sandwiches, salades... en portion individuelle. Afin de suivre plus précisément l'évolution de l'activité hors foyer de la GMS, il a été demandé à NPD Group d'isoler le segment GMS précédemment regroupé avec l'activité Traiteurs. L'activité Traiteurs est désormais dans le segment « Autre restauration rapide ». Les données isolées GMS sont disponibles à compter de l'année 2015.
- **Pizzas VAE/livrées** : chaînes telles que Pizza Hut, Domino's Pizza... et pizzerias indépendantes.
- **CHANGEMENT : Autre restauration rapide** : vente à emporter en dehors des segments ci-dessus, et traiteurs (italiens, chinois, etc.). A compter de 2015, les données Traiteurs précédemment agrégées à la GMS, le sont désormais au segment « Autre Restauration Rapide ».

Restauration Service à Table (RAT ou SAT) :

- **Cafétérias** : chaînes telles que Flunch, Cafétéria Casino... et indépendantes, hors cafétérias d'autoroutes (regroupées dans le segment transports).
- **Cafés, bars, brasseries** : établissements pouvant servir de l'alcool seul (comptoir bar).
- **Restauration à thème** : chaînes (toutes) et indépendants avec un thème spécifique tel que grill, italien, traditionnel, poisson, asiatique...
- **Restauration non thématique** : restaurants indépendants sans spécialité particulière.

NB : La méthodologie CREST ne couvre pas les touristes étrangers (représentativité : population française)

- **Loisirs** : restauration dans les hôtels, cinémas, musées, parcs à thème, sites sportifs...
- **Transports** : restauration dans les stations-services, gares, aéroports...

Restauration collective : NB : La méthodologie CREST ne couvre pas les cantines scolaires

- **Travail** : restauration d'entreprise (bureaux ou usines) autogérée ou concédée.
NB : Exclu la distribution automatique.

- **Autres collectivités** : toutes les restaurations collectives hors travail, pour le personnel et les visiteurs, incluant le secteur santé/social : hôpitaux, cliniques, maisons de retraite, incluant l'enseignement supérieur : universités, écoles supérieures, les autres établissements tels que l'armée, les foyers...

Distribution Automatique (DA) :

L'indicateur des données « Distribution Automatique » (DA) a été mis en place en 2016. Nous avons relevé que le fait d'intégrer les données DA de manière consolidée aux « Occasions » et « Parts de Marché Occasions » faussait la lecture globale : in fine, la DA représentait 19,1% de Part de marché occasion au 1^{er} Semestre 2017 (Cf un café pris au distributeur automatique représentant 1 occasion...). En conséquence, les données DA ont été isolées par NPD Group à compter des résultats fournis pour le 2^{ème} semestre 2017, avec consolidation de l'année totale 2017.

Consommation nomade :

Dans les réponses apportées par les panélistes, rentrent dans la consommation nomade **toutes les réponses autres** que « sur place dans l'établissement », apportées à la question : « Où avez-vous consommé ? ». Comprend toutes occasions liquides et solides non consommées sur place ;

3/6 - Le Baromètre de la Restauration Collective : (Cabinet CHD EXPERT)

(Contact : Frédérique LEHOUX frederique.lehoux@gecofoodservice.com)

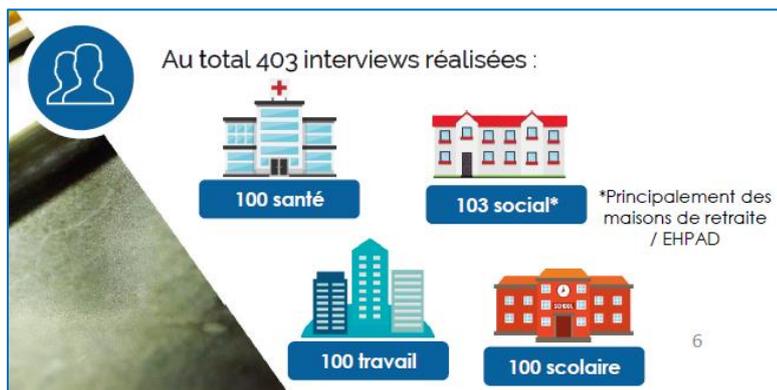


En 2016, la Commission Etudes & Outils Marketing avait validé le projet de « baromètre de la restauration collective » pour disposer d'indicateurs faisant défaut dans le panel CREST : segments enseignement et santé/social notamment.

Le Baromètre de la Restauration Collective ne constitue pas **une étude sur la restauration collective** : il s'agit d'un **outil de tendances**, permettant la **lecture d'évolutions**.

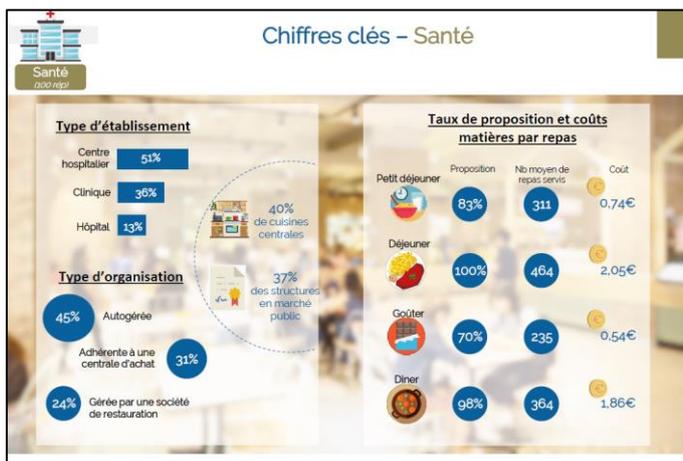
L'objectif des données de l'Enquête Vague 1 était de servir de points de références pour apprécier au travers des Vagues d'enquête suivantes, l'évolution dans le temps des différents indicateurs de la restauration collective. Ce **baromètre** a été mis en place **début 2017** : initialement semestriel, la Commission Etudes & Outils Marketing a fait le choix de le basculer à une fréquence annuelle.

L'outil est **suivi par la Commission Etudes & Outils Marketing**.



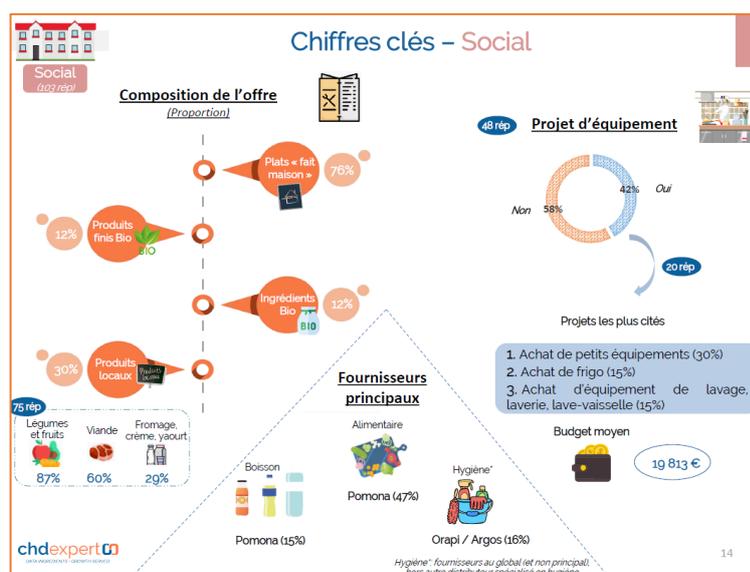
L'enquête est réalisée en mars/avril, elle s'adresse à la restauration collective : les répondants sont les responsables du restaurant (chef, chef gérant, gérant), seuls les responsables impliqués dans le processus d'achat sont interrogés. Au total, 403 interviews sont réalisées (pour chaque vague).

14 Indicateurs vague 1 : ▪ Signalétique détaillée (activité, type de gestion...) ▪ Nombre de convives ▪ Type de services ▪ Nombre de services / repas ▪ Fournisseurs ▪ Régime de passation ▪ Fréquence d'appel d'offre ▪ Budget par repas ▪ Evolution des coûts matières ▪ Evolution du budget ▪ Evolution de l'offre ▪ Nb de postes ▪ Equipement de cuisson + projet d'équipement ▪ Etat de santé du secteur ▪ Qualité de l'offre ▪ Attractivité du secteur.



En 2019, l'enquête a été réalisée en avril et livrée sous sa forme définitive en juillet 2019

A NOTER : Retrouvez les slides, les Etudes, les Résultats du Baromètre de la Restauration Collective, les documents supports et les comptes-rendus des réunions de la Commission Etudes & Outils Marketing sur le site du GECO Food Service, dans [l'Espace Adhérents](#)



4/6 - Etude Annuelle 2019 : Une étude GECO pour [mieux comprendre le comportement du consommateur dans ses choix en CHF \(Cabinet CHD EXPERT\)](#)

(Contact : Frédérique LEHOUX frederique.lehoux@gecofoodservice.com)

Dans le cadre de leur adhésion au GECO Food Service, les adhérents bénéficient également d'une Etude annuelle **dont le coût est inclus à leur cotisation**. C'est une **véritable opportunité pour acquérir des données** sur tel ou tel aspect de nos marchés hors domicile.

Il revient à la **Commission Etudes & Outils Marketing** :

- de **choisir le thème** de l'Etude,
- de **rédiger le cahier des charges**,
- de **proposer des cabinets** d'études.
- de recevoir les cabinets auxquels le brief a été adressé et de les auditionner.
- de choisir le **cabinet retenu**.



- **A NOTER** : Si vous voulez que votre entreprise participe concrètement à ce choix, **inscrivez vos équipes** au sein de la Commission Etudes & Outils Marketing (voir infra).

Pour l'Etude 2019, les membres de la Commissions Etudes & Outils Marketing ont opté pour une étude permettant de **mieux comprendre le(s) convive(s)/consommateur(s)**. Nous avons fait le constat d'une porosité grandissante entre les segments de marchés Retail v/s Hors domicile, mais également entre les différents sous-segments de restaurations, tendances couplées notamment à celle d'une fragmentation des repas et d'une multiplication des moments de consommation.

Nos entreprises n'ont pas accès aux convives/consommateurs et ont **besoin de mieux comprendre leurs choix**, leurs critères de **sélection d'un point de vente** ou lieu de restauration, de **typologie de restauration**, de **denrées** alimentaires, de **moments** de consommation, de sensibilités aux **marques**, de sensibilité à **l'environnement** de la restauration (hygiène, équipements, conditions de service/travail en restauration), de sensibilité aux **conditions de préparation** (sur place), de leurs **attentes en matière d'information** sur les produits/ingrédients, etc....

Pour la phase Quali : Grâce au concours de la Commission Etudes & Outils Marketing sur les questionnaires, **4 Focus Group** ont été réalisés en décembre 2019 à PARIS et LYON, complété par un **Chat Conversationnel** pour toucher des consommateurs dans **une ville moyenne** (en janvier 2020).



Une réunion de restitution de la Phase Quali a été organisée **le 13 janvier 2020**.

[Support de présentation et résultats accessibles sur le site du GECO Food Service](#)

Après des ajustements souhaités par la Commission Etudes & Outils Marketing, le **Questionnaire Quanti On Line** devait être lancé en avril 2020... il a été stoppé net par le confinement et l'arrêt de nos marchés.

Il sera lancé début novembre avec l'incrémentation de quelques questions nouvelles liées au COVID19 : finalement, nous avons l'opportunité de disposer d'un outil de plus pour lire ce qui se passera à la rentrée !



A NOTER Retrouvez tous les documents relatifs à l'Etude annuelle 2019 : Site GECO Food Service, [l'Espace Adhérents](#)



5/6 - Etude Annuelle 2020 : Fournir des données sur [L'impact de la crise sanitaire sur les consommateurs en Food Service !](#) (Cabinet IRI GIRA Food Service)
(Contact : Frédérique LEHOUX frederique.lehoux@gecofoodservice.com)

Votre association s'est mobilisée sans délai pour vous **fournir des données solides sur l'impact de la crise sanitaire sur le consommateur en Food Service** : avec la **rigueur** et la **méthodologie** du cabinet IRI GIRA food Service, et la **complémentarité** de leurs savoir-faire, nous avons acheté une étude **en 3 Vagues**, menée auprès de **1.200 consommateurs** constituant un **échantillon national représentatif**.



- **Vague 1** : Le 11 mai, le déconfinement intervenait avec rapidement la mise en place et le développement de VAE et LAD dans un certain nombre de points de restauration. Le terrain a été réalisé semaine du 16 au 23 mai.
 - **Des TOPLINES** des résultats de la **Vague 1** ont été transmis dès le **10 juin**.
 - Le **16 juin**, Réunion en VISIO de **Présentation de l'intégralité des Résultats** de la **Vague 1**.

- **Vague 2** : A compter du 3 juin, les restaurants ont pu rouvrir en zone verte, quand les terrasses pouvaient uniquement ouvrir en Zone orange (IDF, notamment). Le terrain **Vague 2** a été lancé semaine du **15 juin** sur 1 semaine.
 - **L'intégralité des Résultats de la Vague 2** a été transmise aux adhérents **le 10 juillet**.
 - **Les TOPLINES** ont été transmis **le 22 juillet**.



- **Vague 3** : Pour avoir une vision de la Restauration après quelques mois de fonctionnement post COVID et projeter les adhérents dans les plans d'action fin 2020 et 2021, tout en pouvant adapter le questionnaire « aux nouveaux défis » pressentis par et pour la Restauration pour la fin d'année, le terrain sera lancé le **17 septembre**.
 - Une réunion de restitution est en projet pour le **lundi 12/10 après-midi**.



A NOTER Retrouvez tous les documents relatifs à l'Etude annuelle 2020 : Site GECO Food Service, [l'Espace Adhérents](#)

6/6 - Les chiffres et statistiques produits : La plateforme Datagecofoodservice
Des outils statistiques sécurisés, précis et accessibles à des coûts mutualisés
(Contact Laurence VIGNE laurence.vigne@gecofoodservice.com)

Pour compléter les outils généraux, le GECO Food Service propose des outils à configurer ensemble : **si vous êtes intéressé, n'hésitez pas à prendre contact avec Laurence VIGNE.**

- **Un indicateur de tendance trimestriel GECO 50** :

Mesurer les tendances d'évolution **au trimestre**, par **grandes familles de produits**, par **technologies**

L'indicateur mis en place par le GECO Food Service permet par **grandes familles de produits** et par **technologies** (Réfrigérés, surgelés et Epicerie) de mesurer les tendances d'évolution au **trimestre**. A titre d'exemples : la famille Sauces froides, conserves de légumes, légumes surgelés, Pâtisseries surgelées, traiteurs frais etc.



A NOTER : Dans le contexte de crise COVID, cet outil serait **intéressant pour mesurer les évolutions des différentes familles de produits**, pour voir à quel moment **les entreprises retrouveront leur niveau d'activités et sur quelles typologies** de familles les clients se sont portés ou reportés.

- **Outil Statistiques Produits** :

Mesurer les évolutions en valeurs, volumes, en €/kg, sur une **nomenclature de familles de produits déterminés par les fabricants**

Dans un contexte permanent de manque de DATA sur les marchés de la CHF, le GECO Food service a investi depuis plusieurs années dans un programme informatique **propre et modulable pour construire des outils Ad hoc par et pour les industriels**. Cet outil statistique **basé sur du déclaratif industriel**, permet de mesurer **de manière dynamique** :

- les valeurs, volumes ,
- les prix unitaire moyen €/kg
- sur une **nomenclature de familles de produits déterminés par les fabricants**
- selon un périmètre pertinent et une périodicité adaptée (mensuel, trimestriel, quadrimestriel, semestriel, annuel ...).

Les typologies de produits peuvent permettre une lecture des évolutions sur les segments utilisateurs, data très souvent demandées par les adhérents.

Notre prestataire gère l'outil en toute **confidentialité-sécurisation** des données sur une plateforme dédiée dont l'accès est contrôlé par le GECO Food service. Le **financement mutualisé** permet d'accéder à des outils **peu onéreux**. A date, **les outils existants** portent sur :

- Salades Traiteur
- Produits laitiers ultra-frais et fromages portions et ingrédients
- Crèmes & beurres
- Biscuits & pâtisseries sèches.

Des réunions d'extrapolation des marchés sont organisées régulièrement.

En projet pour 2020 : Des outils complémentaires à mettre en place selon votre demande !

- Des outils détaillés « marketing » sur les charcuteries en partenariat avec la FICT (Fédération des Industries de Charcuteries Traiteurs), les salades 4^{ème} gamme, les sauces froides, les fruits transformés, les produits d'hygiène professionnel ou tout **catégorie de produits alimentaires et non alimentaires (Matériel de blanchisserie)** pour les adhérents qui en feront la demande.



A NOTER : En fonction de vos besoins, d'autres statistiques produits peuvent éventuellement être mises en place : Laurence VIGNE se tient à votre disposition pour tous renseignements.

2/ - Outils FORMATIONS GECO Food service

Des outils de formation pensés **spécifiquement pour le food service**
avec des **formateurs experts**

(contact Laurence VIGNE laurence.vigne@gecofoodservice.com)

Le GECO Food Service est référencé sur la plateforme **Data Dock** permettant la **prise en charge de nos formations par vos organismes financeurs**, en leur offrant, comme à vos entreprises, d'en vérifier la solidité, le sérieux et la qualité. Nos **formateurs** sont **des professionnels experts sur les marchés de la CHD**.

Depuis 2017, un parcours de formation sur 3 journées est mis en place deux fois par an :

- **au printemps**, afin d'acquérir des savoirs et méthodologies pour **préparer** vos négociations en RHD,
- puis **à l'automne**, afin d'acquérir des savoirs et méthodologies pour **optimiser** vos négociations en RHD.

A chaque fois, le parcours donne une **vision des acteurs**, une vision **des marchés** et une vision du **cadre juridique** : très utile, autant pour **actualiser les connaissances des équipes**, que **pour les nouvelles recrues de vos entreprises**.

En 2019, **une nouvelle formation sur 2 jours** sur les **techniques de négociation « Négocier avec audace en Food Service »** a été initiée et animée par le cabinet Stimuli (Benôit CANART). Cette formation a été plébiscitée, elle est reconduite en 2020.

Un questionnaire a été adressé aux responsables des BU et aux chargés de formation : **les résultats** de ce questionnaire mettent en lumière **la qualité** des formations proposées par le GECO Foodservice et leur totale **adéquation avec les métiers du Food Service**, pour un **coût adapté**.

BILAN 2019 En progression en nombre de stagiaires et de recettes 8 sessions de formations ont été dispensées pour un effectif total de 75 stagiaires concernant 36 entreprises :

1. **Les chiffres clés du Panorama de la CHF (20 stagiaires)** un digest du Panorama de la CHF avec les chiffres clés et la méthodologie pour utiliser efficacement cet outil de données.
2. **Les Grands-Comptes Utilisateurs : Comprendre leurs enjeux et agir efficacement avec eux (6 stagiaires)**
3. **Les Relations tripartites : Comment piloter efficacement ses relations et développer ses ventes - (12 stagiaires)**
4. **Sécuriser et optimiser vos négociations commerciales en Food Service (11 stagiaires)**
5. **Conditions Générales de Ventes Un outil de performance en foodservice (10 stagiaires)**
6. **Marchés Publics : Nouvelle commande publique (6 stagiaires)**
7. **Négocier avec Audace en Food service (10 stagiaires)**



A NOTER : Enfin, selon vos besoins, nous pouvons proposer ces formations en intra-entreprise. N'hésitez pas à faire circuler les emailings des Formations quand vous le recevez !

Les programmes, bulletins d'inscription, CV des formateurs sont en ligne [sur le site Internet du GECO Food service](#).

3/ - Outils business, les RENCONTRES Clients GECO 2019

Au travers des Rencontres Clients, le GECO Food Service organise 3 ou 4 fois par an **des moments privilégiés de dialogue et de communication** entre les entreprises et leurs clients (Distributeurs/grossistes – Sociétés de restauration collective), pour une meilleure compréhension mutuelle permettant de dynamiser les activités de chacun.

Sur un format de 2h, de 17h à 19h, les Rencontres Client du GECO Food Service sont une opportunité **de sortir la posture des relations commerciales pratiquées en conventions/séminaires** : lors de nos Rencontres, nos invités sont reçus par votre association hors toutes relations commerciales, **en terrain neutre**, les échanges peuvent **aller plus loin, en profondeur**.

Nos invités :

- présentent la **situation actuelle de leur structure**, son fonctionnement, sa gouvernance, les interlocuteurs contacts des fournisseurs ;
- présentent ses **développements** ;
- précisent sa **stratégie**
- et ce qu'ils **attendent des fournisseurs**.

Votre association :

- Sans s'exposer en tant que fournisseur, peut **poser des questions sensibles**.
- Nous pouvons ensemble **croiser nos visions** d'une législation, réglementation, d'un sujet, etc...

La Rencontre est **suivie d'un cocktail** qui permet de poursuivre les échanges agréablement, en échangeant des cartes, en prenant des contacts.

Au cours de l'année 2019, nous avons ainsi **3 Rencontres étaient programmées** : à raison des grèves dans les transports notre dernière Rencontre prévue en Décembre 2019 avec PRO A PRO a dû être reportée.

Avril 2019 – TRANSGOURMET :



Acteur national majeur, grossiste alimentaire de référence en vente livrée de produits alimentaire et d'hygiène pour les professionnels de la restauration et de la boulangerie pâtisserie et en même temps.

Nous avons eu le plaisir de recevoir nos invités TRANSGOURMET afin qu'ils nous reprécisent l'ADN de TRANSGOURMET, son organisation, ses ambitions, sa stratégie, alors que le groupe suisse COOP a pris le contrôle de TRANSGOURMET, il y a 10 ans.

TRANSGOURMET doit aujourd'hui faire face à de nouveaux défis avec des évolutions fortes sur le secteur des grossistes/distributeurs : des défis à relever en partenariat avec ses fournisseurs.

Au sein des Salons HOCHE (PARIS 75008) étaient présents :

- Eric DECROIX | Président
- Yves CEBRON DE LISLE | Directeur Commercial et de l'Offre,
- Philippe LAZARD | Directeur des achats
- Eric CHAZEIX | Chef de groupe Surgelés et Boulangerie Pâtisserie
- Jérôme DUMONT | Chef de groupe frais
- Laurent COHEN SCALI | Chef de groupe épicerie

Octobre 2019 – L'Economat des Armées : Envie de nouveaux marchés ou de développer du business différemment ? Avez-vous pensé aux opportunités liées à l'Economat des Armées ? Un marché à (re)découvrir ou à mieux connaître.



Dédié au soutien des forces et des organismes relevant du ministère des armées, l'Économat des Armées (EdA) est un établissement public autonome qui s'appuie sur 500 collaborateurs aux savoir-faire multiples.

L'EdA exerce ses activités au quotidien dans des conditions très variées sur le territoire national, en outre-mer et à l'étranger.

Son client principal est le ministère des armées. Toutefois, il peut aussi accompagner d'autres administrations françaises, l'Organisation des Nations-Unies (ONU), l'Union Européenne (UE), l'Union Africaine (UA) et l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN).

Ses cœurs de métier sont les **approvisionnements en denrées alimentaires**, la **restauration collective** et la **gestion de camps en opérations**. L'EdA opère également dans le domaine de **l'événementiel**.

1. **Marcel CHANTOME** | Directeur des Achats
2. **Bruno MEYER** | Direction France Restauration
3. **Yann ROUDAUT** | Direction France Restauration (en attente de confirmation)
4. **Stéphanie LE COUR GRANDMAISON** | Cheffe de la Division Technique Produits Agroalimentaires
5. **Frédéric CHARDON** | Adjoint DTPA, Chef de produits viande volaille charcuterie
6. **Nolwenn LE ROCH** | Cheffe de produits élaborés frais et surgelés
7. **Un représentant de l'activité MRC** | Matériel de Restauration

4/ Les outils expertise : les COMMISSIONS du GECO Food Service

Le GECO Food service est composé de 2 collèges, à savoir le Collège IAA (industries agroalimentaires) et le Collège Equipements, Services et Hygiène (ESH), œuvrant autour de **4 Commissions de travail** :

- Commission Nutrition Qualité santé
- Commission Etudes & Outils Marketing
- Commission Restauration Durable
- Commission Equipements, Services et Hygiène

Cette configuration rend plus lisible la légitimité de votre association à prendre la parole en nous reposant sur la **complémentarité des métiers** : ensemble, les entreprises de transformation alimentaire (transformation de la production agricole française en produits alimentaires, ingrédients et produits finis), et les entreprises d'équipements, de service et d'hygiène rendent possible les consommations hors domicile et le tourisme en France.

Les commissions de travail du GECO Food Service sont **des lieux de réflexion et d'échanges** importants sur tous les sujets qui complètent la veille et les études destinées aux membres.



A NOTER : Pour **suivre les travaux des Commissions**, pour **participer aux réunions** (en présence **physique** ou en **visio-conférence**), pour recevoir les informations, vous êtes invités à prendre contact avec la responsable en charge de la Commission (pour rappel, voir adresses ci-dessous).

Nous traitons des sujets qui sont les vôtres : **n'hésitez pas à nous faire part de vos demandes, vos suggestions.**

Commission Nutrition – Qualité – Santé (Laurence VIGNE laurence.vigne@gecofoodservice.com - Animée par Hervé GOURTAY- ST MICHEL Professionnel, et Laurent HAEGELI- CAP TRAITEUR

La commission s'articule autour de trois axes :

- La veille règlementaire, juridique et technique
- Le développement d'outils pour les membres et leurs clients
- L'audition et intervention de parties prenantes

avec, en filigrane, le partage de problématiques identiques entre membres et la défense des intérêts.

La commission informe régulièrement les membres sur les différents sujets impactant nos marchés :

- Chaque thème fait l'objet d'une réflexion sur les impacts pour nos clients et nos activités sur les marchés.
- Pour alimenter les différentes prises de position dans les groupes de travail des administrations, nous consultons les membres régulièrement pour synthétiser des contributions argumentées.
- La consultation et audition de parties prenantes viennent implémenter les connaissances, la culture CHD pour apporter aux adhérents des clés de compréhension.

En 2019, trois réunions se sont tenues au total réunissant plus de **66 personnes (33 entreprises)**. **La réunion de Décembre a été annulée (Grèves) et reportée en Janvier 2020.**

❖ **La veille 2019 a porté sur les sujets suivants :**

➤ **Information du consommateur**

- Le règlement INCO (Acte d'exécution de l'origine de l'ingrédient primaire, Délai de consommation après ouverture, rapport de la CE sur les systèmes d'information nutritionnelle, nouveau Q/A de la CE sur INCO, acides gras trans...)
- Etiquetage Additifs /Extraits de plantes

➤ **Nutrition**

- Le [PNAN](#) Programme National Nutrition Alimentation grand plan national de Santé Publique regroupant le [PNNS 4](#) et [PNA 3](#) (Programme National de l'Alimentation)
 - Impactant fortement nos secteurs :
 - La publication des repères nutritionnels par Santé Publique France des repères nutritionnels dédiés aux adultes (Janvier 2019)
 - Les avis ANSES publiés en Juillet 2019 sur les nouveaux repères alimentaires pour les populations de la petite enfance, enfance, femmes dès la ménopause et les hommes de plus de 65 ans, femmes enceintes et allaitantes -Impacts à identifier
 - De nombreux impacts sur la restauration scolaire à venir notamment
 - Nutri Score : Lancement d'expérimentation en restauration collective en restauration universitaire (*Voir ci-dessous intervention de Nathalie Beugnot Directrice du CROUS de Versailles*)
 - Mise en place de la loi EGAlim avec l'introduction d'un menu végétarien par semaine pour la restauration pour une expérimentation « obligatoire » pour 2 ans à compter du 1^{er} Novembre 2019
 - Les aliments Ultra transformés et la classification Nova
- **Etudes diverses** ([Alimentation Planète santé-Eat pour Le LANCET](#), Etude Nicole DARMON Sup agro INRAE et MOISA sur la qualité des plats végétariens en restauration scolaire)

❖ **Le développement de FICHES pour les membres et leurs clients utilisateurs**

Principe : De sous-groupes de travail sont constitués pour la rédaction de fiches outils/livrables sur des thématiques impactantes pour nos marchés.

Ces fiches sont **disponibles sur le site internet** du GECO Food Service dans **l'Espace dédié aux professionnels**:

- Une fiche « **Nutri Score sur les produits commercialisés en Food service** » est en cours de finalisation avec la validation de Santé Publique France
- Révision de la **Note « Inco et les produits commercialisés en RHD »** pour y intégrer les particularités de l'acte d'exécution sur l'origine de l'ingrédient primaire en cours de finalisation.

RAPPEL fiches :

- *sur les **Additifs, les Allergènes à déclaration obligatoire** (relayant nos obligations de fabricants mais aussi les obligations des restaurateurs)*
- **le Gluten** en collaboration avec l'**AFDIAG** (Association Française Des Intolérants Au Gluten)
- **et l'huile de palme**

❖ **L'audition et intervention de parties prenantes :**

En Février 2019, nous avons reçu **Carole Galissant SODEXO Directrice pôle culinaire Education** - Expertise Nutrition Services aux Opérations France sur le sujet du Clean Labelling, évolution des recettes et de nos produits en Restauration Hors Foyer. C'est un enjeu majeur pour Sodexo qui souhaite supprimer un certain nombre d'additifs selon les mêmes orientations que CARREFOUR et UFC Que Choisir. Nous avons rappelé notre volonté de tendre vers une évolution de nos recettes mais dans certains cas, il s'avère parfois difficile de « cleaner » car cela peut impliquer des délais de conservation plus courts par ex.

En 2020, les principaux sujets portent sur trois axes :

- **Mise en place de l'expérimentation du menu végétarien en restauration scolaire** – Loi EGalim- à compter du 1^{er} Novembre 2019 (expérimentation obligatoire pour deux ans) ->Travaux avec les parties prenantes au sein du GT Nutrition du Conseil national de la Restauration Collective
Rédaction d'un guide d'accompagnement pour les professionnels de la restauration Travaux sur la formation des cuisiniers et le cursus initial ;
Sur les indicateurs à mettre en place dans le cadre d'une étude sur l'expérimentation (rapport au Gouvernement en mai 2021)
- **Nutri SCORE** sur les produits en BTOB T et le suivi de l'expérimentation du Nutri Score en restauration collective (restauration d'entreprises et restauration universitaire)
- **Sur l'Alimentation des Seniors** : Organisation d'un atelier seniors faisant intervenir des experts du groupe SOS, de Silver Fourchette, Elixir Santé et Alim 50+ en janvier 2020 et la semaine de lutte contre la Dénutrition qui devrait avoir lieu en octobre.
- En projet un livrable à destination des clients pour expliquer nos obligations en termes **d'étiquetage des origines des produits**, en réponse aux multiplications de leurs demandes.

Retrouvez les slides et les comptes-rendus dans [l'Espace Adhérents](#)

Commission Etude et outils marketing (Frédérique LEHOUX frederique.lehoux@gecofoodservice.com)
Animée par **Fabienne ROCHEFORT**, Directeur Marketing – PIERRE MARTINET

A NOTER : Vous souhaitez rejoindre un cercle de professionnels Marketing en Food Service

- ou nourrir vos équipes d'une réflexion commune, de mises en relations, d'idées nouvelles,
- ou faire des propositions d'orientations nouvelles pour les outils du GECO Food Service ?

Intégrez la Commission Etudes & Outils Marketing en contactant **Frédérique LEHOUX** frederique.lehoux@gecofoodservice.com outre l'accès aux 4 réunions (en physique ou en visio-conférence) vous serez inclus dans le fil de son actualité par mails.

La Commission est composée de tous salariés des entreprises membres du GECO, ayant manifesté un intérêt à suivre et/ou participer aux travaux de la Commission. (Plus de 130 personnes sont inscrites à la liste de diffusion). **Retrouvez l'ensemble des documents dans l'Espace Adhérents**

Elle est le **lieu de réflexions et de mutualisation sur tous sujets impactant les marchés Hors Domicile** :

- Elle est composée de **profils très divers** (Directeur Mkting, Directeur Com, Resp Mkting, Chef de groupe RHF, Compte-clé, Category manager, Chefs de produits, Chef des ventes, chef de produits, etc...), issus des 2 collèges de l'Association : IAA + ESH (Equipements, Services et Hygiène). C'est aussi un **réseau unique de professionnels** spécifiquement tournés vers le Hors Do.
- La commission se réunit **4 fois par an** (format réunion : ½ journée) et travaille autour **de trois axes** :
 1. La **veille réglementaire, juridique et technique** impactant les produits et marchés hors domicile ; Ex : suivi de la loi EGALIM et les textes d'application ainsi que leurs impacts = sur les appros des restaurations collectives concernées + impacts restriction utilisation des contenants alimentaires en plastique en restau coll + impacts plastique à usage unique
 2. L'intervention **d'invités à même de nourrir la réflexion de chacun** ;
 3. Le **développement et le suivi d'outils** pour les membres : Chaque année, elle choisit le thème de **l'Etude annuelle financée par le GECO Food Service** pour les membres de l'Association.

Les membres de la Commission proposent des **thèmes** et des idées de **cabinets** à solliciter – les thèmes les plus transversaux aux 2 collèges sont privilégiés – elle **finalise le cahier des charges** à soumettre au cabinet – elle **auditionne les cabinets** et fait un **choix validé en COMEX** – elle valide le questionnaire – contribue au suivi de l'Etude annuelle.

Elle suit plus généralement l'ensemble des outils chiffres /Datas / panels de l'Association : **PANEL CREST – Baromètre de la Restauration Collective.**

A NOTER : la **Réunion de rentrée de la Commission est fixée au 25 septembre de 9h30 à 12h30.**
Nous vous y attendons nombreux.

Commission Restauration Durable (Frédérique LEHOUX frederique.lehoux@gecofoodservice.com)

Animée par **Christophe LITVINE**, Global Account Director Food Service & Retail - DIVERSEY

Organisation : Pour faciliter l'organisation des adhérents, les 4 réunions de la Commission Etudes & Outils Marketing et de la Commission Restauration Durable **sont planifiées le même jour** : Matinée (Etudes & Outils Marketing) – Après-midi (Restauration Durable).



A NOTER : la **Réunion de rentrée de la Commission est fixée au 25 septembre de 14h30 à 17h00**.
Nous vous y attendons nombreux.

Le périmètre de la Commission Restauration Durable est large. La Commission est attentive :

- aux contraintes et injonctions Restauration Durable dans le **contenu des assiettes** (approvisionnements, localisme, qualité, etc...)
- ainsi qu'aux contraintes liées aux **conditions de production, de distribution** des denrées, et les **conditions de leur mise en œuvre** en cuisine, puis les **conditions de consommation**.

Ses sujets peuvent aller :

- Des emballages, des déchets, sujets plastiques (cf. fin de l'utilisation des plastiques pour les couverts, les pailles, les assiettes du hors domicile – lutte contre les déchets sauvages liés aux consommations hors domicile),
- Gestion des biodéchets,

A l'aménagement des cuisines, ou les enjeux et des impacts en termes d'hygiène, etc...

La Commission travaille autour d'enjeux forts pour les entreprises notamment à :

- Mobiliser l'information sur les produits alimentaires permettant de les reterritorialiser/ les localiser (Cf par rapport à la localisation des sites de production, et/ou des appros notamment) ;
- Mobiliser l'information sur les produits permettant de fournir tous éléments propres à être pris en compte dans le cadre d'une analyse de cycle de vie (cf. critères ACV qui seront retenus dans les marchés publics, puis attendus potentiellement sur d'autres segments) ;
- Mobiliser l'information sur la participation des entreprises :
 - à la lutte contre le gaspillage alimentaire,
 - au recyclage,
 - à l'écoconception des produits et/ou des emballages ;

La Commission assure le suivi **règlementaire, juridique et technique** des sujets « approvisionnements » (Cf. obligation de 50% de local, BIO, SIQO etc...), Gaspillage alimentaire, Plastiques, tant en lien avec la réglementation française (suivi du projet de loi **EGALIM – projet de loi AGECE**) qu'avec la réglementation européenne notamment le projet de **Directive Single Use Plastic (SUP)**.

Retrouvez les slides, les documents supports et les comptes-rendus des réunions de la Commission Restauration Durable sur le site du GECO Food Service, dans [l'Espace Adhérents](#)

De manière générale, n'hésitez pas à vous inscrire à la liste de diffusion de la Commission Restauration Durable : outre l'accès aux 4 réunions (en physique ou en visio-conférence) vous serez inclus dans le fil de son actualité par mails. (Inscriptions auprès de frederique.lehoux@gecofoodservice.com)

Commission Equipements Services Hygiène (par Laurence VIGNE
laurence.vigne@gecofoodservice.com) Animée par Joséphine Copigneaux Werner&Mertz professionnel

Nourrie par le partage de problématiques identiques entre ses membres, le travail de la commission s'articule autour de trois axes :

- La veille réglementaire, juridique et technique
- Le développement d'outils pour les membres et leurs clients
- L'audition et intervention de parties prenantes

En 2019, trois réunions se sont tenues. **La réunion de Décembre a été reportée (Grèves) en Janvier 2020.**

❖ **La veille en 2019 a porté sur :**

- la Loi EGAlim :
 - sur évolutions des résultats des autocontrôles partie environnementale,
 - sur les restrictions des contenants plastiques en restauration collective,
 - sur le gaspillage alimentaire
 - sur la suppression des barquettes plastique et ses impacts en termes de nouveaux contenants et/process,
 - sur les autocontrôles impliquant une modification du Plan de Maitrise,
 - sur la maîtrise du gaspillage alimentaire impliquant le développement d'outils, solutions, équipements ;
- La directive européenne Single Use Plastic (SUP)
- le projet de Loi AGECE (Anti Gaspillage Economie Circulaire) publiée au JO le 11 février 2020
- Le lancement de SignalConso (DGCCRF) Signalconso.beta.gouv.fr
- l'Avis de l'ANSES sur les allergènes

❖ **Livrables (Le développement d'outils pour les membres et leurs clients)**

- En lien avec la Commission Restauration Durable, des travaux ont été initiés sur **un livrable « le plastique en pratique »** destiné aux clients pour expliquer les différents types de plastiques utilisés dans notre secteur et les impacts de leur utilisation avec la loi EGAlim. Ces travaux vont reprendre après la clarification issue des décrets d'application de la loi AGECE.
- **Mise à jour** de [J'Aplic l'Hygiène en cuisine professionnelle](#) , outil développé par le Collège Hygiène en 2016 (labellisé PNA Ministère de l'Agriculture)destiné aux opérateurs de la restauration commerciale indépendante dépourvus de responsable Qualité sur site .C'est un outil pratique reprenant les fondamentaux de l'hygiène en cuisine avec des Fiches de Bonnes Pratiques téléchargeables gratuitement.
- Sa mise à jour est d'autant plus attendue dans le contexte de sécurité sanitaire actuel : **Objectif de finalisation avant Fin 2020**

6. Les Partenariats

Par ailleurs, le GECO Food Service met en place pour ses adhérents des tarifs privilégiés et/ou offres promotionnelles pour avoir accès, selon ses partenaires, à des **Stands, Etudes, badges d'entrée...** etc.



GIRA FOOD SERVICE : des tarifs préférentiels réservés à nos membres pour l'accès à différentes **Etudes 2019 et 2020**

1. Etude **Foodservice France 2020**, avec une nouveauté cette année, la possibilité de souscrire à une vision plus détaillée sur les **nouveaux enjeux des Circuits Impulse**. Une analyse foodservice d'autant plus importante que les données à fin 2019 seront des données de référence entre l'avant Covid et l'après. Nous ferons également un

point sur **la perte actuelle de repas et les impacts en termes d'habitude de consommation** qui pourront découler de cette période inédite.

2. **Panorama de la Distribution** des Produits alimentaires et boissons à la CHD

3. **Répertoire des Acheteurs Comptés Clés**

Le Congrès du Snacking : juin 2019



Cette manifestation dédiée aux professionnels de la restauration rapide et nomade est l'occasion de découvrir les nouvelles opportunités du snacking tout en profitant de retours d'expériences de restaurateurs, distributeurs, boulangers, fournisseurs et autres ensembleurs. Flexitarisme, végétal, digitalisation, décryptages de cabinets d'experts, dernières tendances, Speed Dating de concepts émergents, actualité digitale et revendications des millennials.

Le Salon Sandwich & Snack Show: 2019 - 2020

Le Sandwich & Snack Show, réunit les professionnels de la restauration rapide et du snacking. Durant **2 jours de salon**, le Sandwich et Snack Show couvre tous les métiers du snacking : des produits alimentaires, en passant par les boissons, la distribution automatique, l'emballage, les services, les équipements, etc. Le salon accueille près de **12 500 professionnels** du secteur qui se déplacent pour rencontrer les **450 marques présentes**.



Le 33ème Forum AGORES : Juin 2019

AGORES
L'intelligence collective de la restauration territoriale
professionnels de terrain.

Le FORUM regroupe, une fois par an, tous les membres de l'association, représentant l'ensemble des métiers de gestion de la restauration territoriale. Les entreprises présentes avec un stand ont ainsi une opportunité d'accès direct à des

7. Pour parler du GECO Food Service autour de vous

L'intérêt de l'adhésion au GECO Food Service pour traverser la crise ?

L'adhésion, c'est une mutualisation d'outils, d'informations, de services spécifiques aux marchés du food service et plus que jamais essentiels pour piloter son business en hors domicile.

L'adhésion fera la différence pour vous aider jusqu'à la sortie de crise

En ces temps d'incertitudes et de crise majeure sur les marchés de la consommation alimentaire hors domicile, plus que jamais **le GECO Food Service est une « boîte à outils », un « observatoire 360° de la CHD » déterminant pour les entreprises :**

- **L'information, la compréhension, la lisibilité des marchés, des consommations et des nouvelles contraintes réglementaires vont être essentielles pour passer la crise.** Adhérer au GECO Food Service, c'est pouvoir accéder, à de nombreux outils, services et informations spécifiques Food Service pour **un coût mutualisé** entre les adhérents.
- **En 2020, un effort conséquent est fait :** in fine, en 2020, les adhérents du GECO Food Service bénéficieront d'Etudes, chiffres, datas **pour une valeur globale de plus de 100.000 €, outre tous les autres services de veille, d'informations et de défense !**
- **Une seule des études fournies coûte plus cher** à l'achat individuel, que la cotisation annuelle au GECO Food Service : rien qu'avec les études, datas et chiffres fournis, **le retour sur investissement de l'adhésion est immédiat**, outre tous les autres services compris dans l'adhésion.

Dépister les évolutions, affirmer le rôle des entreprises Agroalimentaires sur notre marché, défendre les intérêts de nos entreprises et **revendiquer leur légitimité en CHF**, feront partie des priorités du GECO Food Service en 2020.

GECO Food Service, une association au service de ses adhérents :

Votre association GECO Food Service est **la seule organisation** offrant une **vision 360°** des différents marchés du hors domicile, en réunissant entreprises de **transformation alimentaire, équipementiers, fournisseurs de services et produits d'hygiène**, dédiés à ces marchés. Alliant **expertise** des **marchés**, des **consommations** et expertises **réglementaires** spécifiques au food service, elle vous **offre tous les outils** pour **performer sur les marchés de la consommation hors domicile et défendre vos intérêts collectifs.**

- **Vous accompagner, en vous offrant une boîte à outils pour appréhender toujours mieux les marchés complexes de la consommation hors domicile :**

Formations spécifiques food service, Rencontres clients, études, panels, groupes de travaux (visio-conférence possible), veille réglementaire, etc... et en vous permettant de **vous créer un réseau professionnel unique** au sein des **entreprises food service** membres de notre association.

Le GECO Food Service est **l'outil de mutualisation** des entreprises qui en sont membres, un outil à votre disposition, pour votre performance.

- **Pour défendre vos intérêts collectifs en rappelant votre place, essentielle à l'économie française**

Elle est mobilisée pour rappeler que restaurer les consommateurs hors de leur domicile **en France, tout au long de l'année, en permettant 10 milliards de prestations par an** (en restaurations et en circuits de vente alternatifs), ne serait **pas possible** sans nos entreprises.

Nos entreprises de transformation alimentaire (transformation de la production agricole française en produits alimentaires, ingrédients et produits finis), aux côtés des entreprises d'équipements, de service et d'hygiène **rendent ensemble possible** les consommations hors domicile et le **tourisme** en France.

Produire en **qualité et diversifié**, produire **local** avec des **emplois en France**, et **en complément d'autres circuits** dits « courts » ou « de proximité », **innover** et produire en **volume** pour permettre aux acteurs de tous types de restauration hors domicile en France de travailler à leur tour, en respectant **la demande et les attentes** des consommateurs : **c'est le défi relevé quotidiennement** par nos entreprises du food service, pour une alimentation saine et durable.

Enfin, il est rappelé que les **salles de réunion du GECO Food Service** sont à la disposition de ses membres en fonction des disponibilités. En 2019, vous avez été un certain nombre à profiter de ce service compris dans votre adhésion.

Pour une **réunion, un rendez-vous, un bureau de passage à Paris, il suffit de contacter :**

Laetitia ROUAULT : 01 53 01 93 10 –

Par mail laetitia.rouault@gecofoodservice.com

8. En 2020/2021, nos points d'attention :

Pour cette fin d'année 2020 et le début d'année 2021, on le voit, les sujets de préoccupation seront nombreux, notamment :

- ❖ Poursuivre le dialogue avec les pouvoirs publics, donner plus de visibilité au rôle et à la situation des fournisseurs de la restauration hors domicile en contexte de crise économique COVID 19, pour maintenir un soutien nécessaire à notre filière ;
- ❖ Répondre aux nouvelles attentes de nos restaurateurs et recréer une dynamique de croissance ;
- ❖ Maintenir un dialogue constructif avec nos partenaires de la distribution ;
- ❖ Sensibiliser les Pouvoirs Publics à nos problématiques : nécessité d'un temps d'adaptation de nos outils industriels face à des réformes contraignantes pour nos entreprises (Plastiques, ...) ou sur la nouvelle REP des professionnels de la Restauration, etc...
- ❖ Rester vigilants sur les conditions d'application de la loi EGalim et sur la loi AGECE ;
- ❖ Avancer sur le sujet de la dématérialisation des données produits pour amener l'information jusqu'au convive ;
- ❖ Etc.

Pour **vous apporter le maximum d'outils pertinents et utiles pour traverser cette crise**, nous resterons en lien avec les pouvoirs public, les organisations professionnelles de notre filière (Restauration commerciale chaînée, indépendante, rapide – Restauration collective concédée, en gestion directe – Grossistes/distributeurs, Cash and carry – etc...) : information, défense, formation, datas/Chiffres, expertise, etc...

Pour répondre au mieux à vos attentes, nous avons besoin que vous nous disiez quels sont vos besoins de chiffres, de statistiques, d'études qualitatives, quantitatives, de formation, de sujets d'attention, etc...

En 2020, n'hésitez pas à nous contacter, notre équipe est à votre écoute !



Juillet 2020

chers Amis Adhérents

Nous sommes, pour la plupart d'entre nous, en préparation de nos budgets 2021, et il me paraît important de vous communiquer les éléments de cet exercice relatifs au GECO Food Service.

Pour rappel, votre association est un **outil de mutualisation de moyens** permettant de financer plus de services, **tout en faisant réaliser des économies conséquentes** à chacun de **ses membres**.

Plus que jamais, votre association se mobilise à vos côtés durant la période de crise COVID19 : nous vous avons annoncé en début d'année 2020, une augmentation de nos cotisations de 1,5 %, compte-tenu de la situation très exceptionnelle que nous avons tous connue, nous avons pris la décision lors de notre dernier COMEX de ne pas procéder à cette augmentation. Avec cette décision, les cotisations de l'association sont **inchangées depuis 2016**.

En ce qui concerne 2021, si nous devons appliquer la règle usuelle, d'asseoir notre cotisation sur le CA réalisé en Hors Domicile par les adhérents en 2020, la pérennité de notre association risquerait d'être remise en cause, nous perdriions les moyens de poursuivre nos missions, tout le monde serait perdant.

Pour préserver la pérennité du GECO Food Service, lors de notre AG du 16 septembre prochain, **le COMEX vous proposera de geler votre cotisation 2021** : elle sera appelée sur la moyenne des 3 dernières tranches de CA déclarées. (Cf détails dans votre convocation jointe à la présente).

Comme toujours, nous resterons à l'écoute des situations particulières et nous ne laisserons personne sur le bord de la route.

Pour mémoire, le GECO Food Service, c'est :

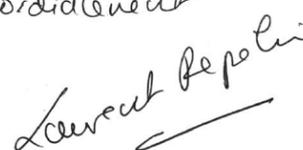
1. Une **source d'information sur un secteur Hors Domicile qui en dispose peu** (Études de marché, mise à disposition de données spécifiques sur les marchés, les acteurs, les tendances de consommation etc...). Le **montant de votre cotisation annuelle comprend notamment la fourniture d'outils de chiffres et d'études laquelle cette année 2020 s'élèvera à une valeur globale de plus de 100.000 €** (outre tous nos autres services) :

- **PANEL CREST** : données de consommations sur tous les sous-segments de marchés – 14.000 consommateurs interrogés 365/an : nombre de composantes, ticket moyen, lieu, horaires – évolutions en occasions, dépenses, tickets moyens, déjeuner/hors déjeuner - parts de marchés etc... - sous-segments de la restauration rapide – sous-segments de la restauration servie à table – sous-segments Loisirs & Transports – Restauration collective travail – Distribution Automatique – Consommation nomade.
- **Baromètre de la Restauration Collective** : Suivi des évolutions sur les sous-segments : Santé – Social – Scolaire – Travail – auprès des responsables de restauration – questionnaire en alimentaire et équipements, services et hygiène.

- *Etude annuelle* : Etude IRI GIRA Food Service « Impacts COVID 19 sur le comportement des consommateurs food service » - 3 vagues de questionnaires on line, auprès de 1.200 consommateurs constituant un échantillon représentatif FR.
 - *PANORAMA complet de la CHF* (600 pages) : Bible recensant sur une année complète toutes les informations indispensables pour se développer sur les marchés de la Consommation Hors Foyer – Marchés, achats, distribution, enjeux, tendances de consommation, acteurs, par sous-segments de la Restauration Commerciale, sous-segments de la Restauration Collective, Circuits de vente alternatifs, Distribution Automatique etc.
2. La **source de veille réglementaire et législative** de tout ce qui peut impacter les marchés du Hors Domicile (suivi et veille sur les textes d'application de la loi EGALIM tout au long de l'année 2019 – sur les textes d'application de la loi AGECE tout au long de l'année 2020, emballages, déchets, règles sanitaires, REP Professionnels de la restauration avec de gros enjeux financiers, etc.).
 3. La **défense des intérêts collectifs** de nos adhérents, auprès des pouvoirs publics et un dialogue constructif avec tous les maillons de la filière Hors Domicile (EGALIM, dispositif d'aides et soutien COVID, protocole sanitaire, en direct avec les pouvoirs publics et/ou en coordination avec l'ensemble des organisations de notre filière).
 4. **3 à 4 Rencontres Clients** annuelles, avec les grossistes, les acteurs de la restauration, les C&C, pour mieux comprendre, mieux anticiper l'évolution de nos marchés.
 5. Un organisme de **Formations, spécifiquement dédiées et pensées** pour renforcer les compétences de vos collaborateurs en **Hors Domicile** (actualisation des formations au contexte COVID).
 6. Une **présence et de l'information** lors des crises qui affectent notre univers RHD et qui malheureusement se font de plus en plus nombreuses.

En 2021, les sujets de préoccupation seront nombreux, notamment : Comment répondre aux nouvelles attentes de nos restaurateurs et recréer une dynamique de croissance ? Comment maintenir un dialogue constructif avec nos partenaires de la distribution ? Comment sensibiliser les Pouvoirs Publics à nos problématiques ? Nécessité d'un temps d'adaptation de nos outils industriels face à des réformes contraignantes pour nos entreprises (Plastiques,...) ? Comment avancer sur le sujet de la dématérialisation des données produits pour amener l'information jusqu'au convive ? Etc.

Le GECO Food Service sera plus que jamais présent pour y répondre et poursuivre son action à votre service. Ensemble, au sein du GECO Food Service, nous renforçons nos moyens pour traverser cette crise et redynamiser le plus rapidement nos marchés du food service.

Cordialement


Laurent REPELIN
Président, GECO Food Service

