

# Rapport moral 2020



**MERCREDI 23 JUIN 2021**

Salons Hoche | 9 avenue Hoche | Paris 8

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE**



## Le Rapport Moral GECO Food Service 2020, c'est une mine d'informations :

- **sur le fond** notamment avec des focus sur les **chiffres** marchés 2020/2021, sur les **grands sujets impactant** 2020/2021 suivis par le GECO ;
- **sur l'activité** de votre association en 2020 et en 2021 et tout ce qu'elle met à votre disposition.

Avec les liens qui permettent, depuis le sommaire, de vous promener dans le rapport, picorez ce qui vous intéresse - Bonne lecture !

### SOMMAIRE

<b>EDITO</b> .....	2
<b>1. Marchés de la CHF</b> en chiffres 2020/2021 .....	5
<b>2. Retour sur les actions 2020</b> du GECO .....	9
<b>3. Une communication renforcée</b> en 2020 .....	12
<b>4. Les grands enjeux du Foodservice</b> en 2020/2021 - Les grands dossiers suivis par le GECO .....	17
• Encadrement des emballages/Plastiques .....	17
• Future nouvelle écocontribution : nouvelle REP dite Restauration .....	22
• Substituts aux contenants alimentaires plastiques en restauration collective : Avis 87 du CNA 24	
• EGALIM 6 Travaux du CNRC (Encadrement des approvisionnements, menu végétarien, révisions des recos ex-GEM-RCN, etc.) .....	27
<b>5. Tous vos outils et services fournis</b> par le GECO en 2020-2021.....	32
• Data / Chiffres / Etudes / Panels Conso / PANORAMA et Statistiques produits .....	32
• Formations spécialisées Foodservice .....	38
• Rencontres Clients du GECO Food Service en 2020 .....	39
• Les 5 Commissions GECO (Nutrition – Etude – Restauration durable – Equipements/hygiène – Boulangerie Pâtisserie) .....	40
<b>6. Nos points d'attention</b> en 2020-2021 .....	46

## EDITO

**Les marchés hors domicile post COVID 19 ne seront pas un « copié-collé » de l'avant crise.**

**Le GECO Food Service est un atout majeur pour disposer de l'information stratégique indispensable et anticiper les adaptations à venir**

*Par Laurent REPELIN et Frédérique LEHOUX*

C'est peu dire que l'année 2020 aura été une année **hors normes à tous points de vue** et qu'elle nous aura tous profondément marqués : tous les qualificatifs ont déjà été employés pour décrire l'ampleur et la profondeur de la crise que nous avons traversée et qui perdure encore à cette heure.

Pour la première fois dans l'histoire, une crise **sanitaire** couplée à une crise **économique** a frappé le **monde entier**, en **même temps** !

Nos marchés hors domicile, figurent parmi les secteurs d'activité économique les plus fortement impactés par la crise mondiale liée à la pandémie COVID 19.

**En France**, cela s'est traduit par un **manque à gagner en 2020 estimé à 31 Mrds d'euros** pour tous les circuits hors domicile (*Source Food Service Vision*) soit **au moins à 1,8 milliards de repas non servis** estimés en 2020 (*Source Gira Conseil*).

- Depuis un an, l'activité RHD indispensable à l'équilibre économique et financier des **entreprises alimentaires**, subit de plein fouet la crise (*Source ANIA*) :
  - Une perte inédite de plus de 30 % en moyenne sur un an sur les segments hors domicile. 80% des entreprises agroalimentaires ont été confrontées à une baisse de CA sur le segment de la RHD depuis un an. Au global, une entreprise alimentaire sur deux se voit dans l'incapacité de réorienter son business sur d'autres segments de distribution que la RHD (GMS, vente directe).
  - Pour plus de 60 % des entreprises, cette situation affecte leurs fournisseurs agricoles.
  - Pourtant, une proportion importante d'entreprises agroalimentaires en proie à d'importantes difficultés en RHD déclare n'avoir aucun accès aux dispositifs publics de financements (43%).
  - Hors PGE (Prêt Garanti par l'Etat) et chômage partiel, les entreprises peinent à mobiliser les aides économiques mises en place par le gouvernement (fonds de solidarité, exonérations de charges) du fait de critères d'éligibilité trop restrictifs (perte de chiffre d'affaires, plafonds salariaux, période de référence...). On évalue ainsi à moins de 15%, le nombre d'entreprises ayant pu les mobiliser en 2020.
- En ce qui concerne le **commerce de gros** (*Source CGI Confédération du commerce de Gros et International*) :
  - Depuis mars 2020, les entreprises sont dans une situation très délicate avec une baisse moyenne de leur activité de près de 40 % à fin février 21.
  - Cela s'est accentué encore avec le dernier « confinement » de mars 2021. En effet, ce nouveau confinement génère une baisse supplémentaire moyenne de CA de -16 %, avec sur le segment de la restauration collective une baisse supplémentaire de 25% à 30%.
  - Il convient de préciser que la marge nette des grossistes tourne autour des 2-3% et que le modèle économique repose sur une mutualisation des coûts de fonctionnement, mutualisation mise à terre avec la fermeture partielle, voir totale pour certains de leurs débouchés.

**Dans ce contexte, les entreprises, grossistes et producteurs agricoles envisagent potentiellement une longue période de transition avant un retour à la normale** : lors de la dernière crise (d'une ampleur toute autre), il avait fallu attendre 2018 pour retrouver les volumes CHD de 2008. (*Source NPD GROUP Panel CREST*)

D'autant qu'en **sortie de crise, les enjeux seront de taille** pour la filière agricole et alimentaire. **Pour ses acteurs, il s'agira de concilier durabilité, croissance économique et revitalisation du tissu productif local, préalable indispensable à toute idée de souveraineté alimentaire.**

La préservation de toute une filière amont de la restauration, plus que jamais mise en danger par la crise, reste une condition sine qua non à la poursuite de ces objectifs stratégiques. Elle est également indispensable à la reprise, tant attendue de l'ensemble des activités de restauration et de l'hôtellerie.

**Ceci étant dit, il faut désormais se tourner vers l'avenir : toute crise est source d'opportunités.**

Nous savons que - contrairement à la consommation alimentaire à domicile - la consommation hors domicile était précédemment **portée par des dynamiques fortes de développement** avant la crise COVID 19 : sans qu'on sache à quel horizon temporel ni avec quelle rapidité, on sait que **les consommations dites hors domicile vont reprendre.**

- 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, puis marqué par une très forte léthargie globale.
- On constate que la crise COVID 19 a joué **un rôle d'accélérateur fulgurant** de nombreuses tendances déjà présentes sur nos marchés et de changements de comportements : développement des Dark kitchens, de la vente à emporter, de la livraison à domicile, de la digitalisation de nos marchés, du télétravail, etc.
- Pour s'alimenter hors de son domicile, le consommateur bénéficie désormais **d'offres encore plus diversifiées** notamment avec la poursuite du développement des offres issues des commerces de proximité, des métiers de bouche, de la GMS, des circuits de vente alternatifs.
- Les périmètres, les définitions des **différents canaux de distribution** de l'offre alimentaire hors domicile se sont encore plus brouillés pour laisser place à une **forte hybridation de la distribution** hors domicile.
- Comme jamais, durant cette crise, **l'offre alimentaire dite hors domicile s'est invitée dans les foyers : nos marchés hors domicile ont étendu leur territoire** pour pénétrer fortement le lieu de consommation à domicile.

On le voit, pour répondre aux enjeux de demain, aux défis du redémarrage de nos marchés, **plus que jamais disposer de la bonne information va être déterminant** : il va falloir comprendre au mieux ce qui se met en place sous nos yeux, en décrypter les clés, et se mettre en **capacité de s'adapter rapidement**, que ce soit aux nouvelles configurations des marchés, au comportement du consommateur post crise COVID 19, **sans oublier l'adaptation aux nouvelles contraintes réglementaires !**

- **La crise COVID ne doit en aucun cas occulter l'obligation** pour toutes nos entreprises d'opérer un **changement radical de paradigme de production** : toutes les entreprises, qu'elles soient alimentaires ou non alimentaires, doivent passer d'un modèle économique de production linéaire, à un modèle économique de production circulaire. **Cette transition va nécessiter des investissements !**

Pour relever ces défis, comprendre les enjeux, **votre association est plus que jamais un atout majeur** pour les acteurs du food service :

- sur des marchés où le manque d'informations est criant, votre association **centralise les informations économiques et réglementaires** impactant les marchés du hors domicile ;
- dans un contexte économique très compliqué pour de nombreuses entreprises, votre association vous permet de **réaliser des économies substantielles** pour **accéder à de l'information stratégique à moindre coût**, puisque le fonctionnement de l'association repose sur le **principe de la mutualisation** des outils fournis par le GECO Food Service ;

- face à des injonctions politiques et réglementaires toujours plus fortes, votre association éclaire les décideurs publics et les relais d'opinion pour **faire comprendre les réalités et les spécificités** de nos marchés, pour **mettre en valeur les entreprises fournisseurs** des marchés hors domicile, et **assurer leur défense collective**.

Nous aurons **beaucoup de choses à nous dire lors de notre Assemblée Générale** du 23 juin prochain, outre le plaisir de nous retrouver enfin !

Pour l'heure, un peu de lecture vous est proposée avec ce rapport moral qui 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 2020**.

## 1. Marchés de la CHF en chiffres : 2020 versus 2019 - Insights 2021

Par Laurence VIGNE

### Chiffres clés du marché de la CHD en 2020

- **Au niveau macroéconomique**

L'année 2020 aura été marquée par **un recul du PIB de -8,2%** avec une progression estimée +5.2% en 2021 (selon [Xerfi previsis Avril 2021](#)). Les points forts de l'économie française ont été et restent durablement affectés **dans l'aéronautique** (13% des exportations françaises), **dans le tourisme** (1ère destination touristique au monde) notamment. **Du côté exportations**, du fait d'une forte interdépendance avec l'Europe, un trou catastrophique a été laissé par l'année 2020 **(-16,3% vs 2019)**.

Alors même que l'économie a connu une perte de PIB de plus de 8%, inégalée depuis l'après-guerre, **les effectifs salariés du privé ont « seulement » diminué de 320.200 (-1,6%)** en 2020.

2,4 millions de personnes bénéficiaient ainsi encore partiellement ou pleinement du chômage partiel en décembre 2020.

L'activation des dispositifs d'accompagnement des chômeurs, notamment en matière de formation, le volet emploi du Plan de relance, via les enveloppes consacrées à l'apprentissage, à la formation, devraient amortir et agir directement sur les statistiques du chômage.

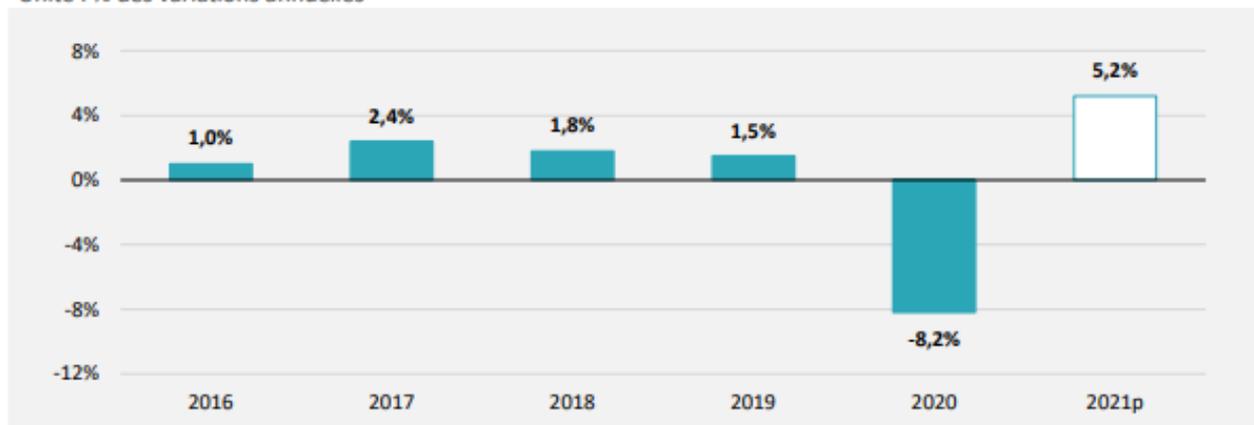
Enfin, **la consommation des ménages** reste une grande inconnue :

- le surplus d'épargne de 2020 (130 milliards d'euros environ par rapport à 2019 selon une estimation de la Banque de France) est rapidement réinjecté dans l'économie et donne un grand coup d'accélérateur à la consommation ;
- ou la prudence va prévaloir dans un environnement dégradé sur le marché du travail et le surplus de revenu mis de côté servira à lisser les à-coups attendus des rémunérations au cours des prochains trimestres et se diffusera lentement dans le temps.

Après un repli de 7,3% en 2020, la consommation des ménages pourrait dans ce contexte rebondir de + 4,6% en 2021.

### Le PIB de la France

Unité : % des variations annuelles



Prévision Xerfi (dernière mise à jour le 08/04/2021) / Source : Insee

### Le scénario macro-économique pour la France à l'horizon 2021

Unité : % des variations annuelles

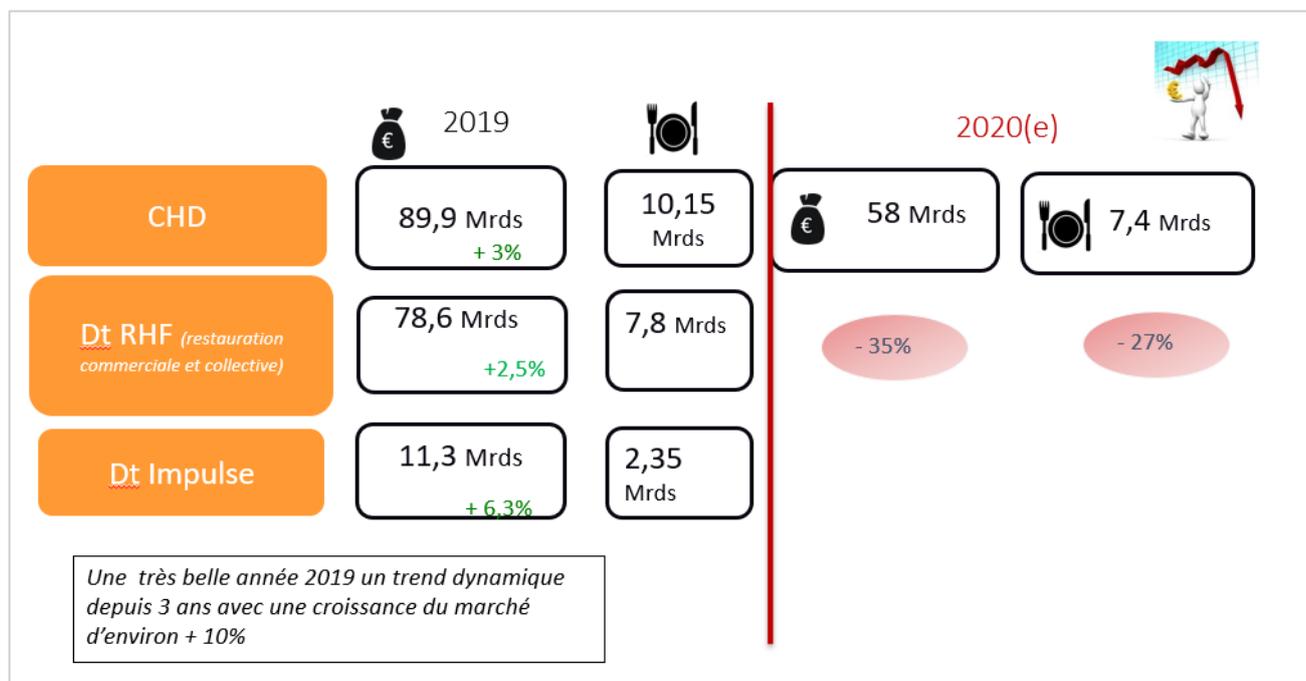
	2018	2019	2020	2021 (p)
<b>PIB</b>	1,8%	1,5%	-8,2%	5,2%
<b>Consommation</b>	0,8%	1,5%	-7,3%	4,6%
<b>Conso. publique</b>	0,9%	1,7%	-3,1%	5,0%
<b>Investissement</b>	3,2%	4,3%	-10,3%	8,2%
<b>Construction</b>	2,4%	4,4%	-13,1%	9,6%
<b>Équipement</b>	2,4%	4,0%	-14,1%	8,8%
<b>Importation</b>	3,1%	2,6%	-11,5%	8,2%
<b>Exportations</b>	4,6%	1,8%	-16,3%	9,1%

Prévisions Xerfi (dernière mise à jour le 08/04/2021) / Source : Insee

- **Côté marchés RHD** (Source GIRA Food Service)

A l'heure où nous travaillons ce rapport moral, les chiffres clés du Gira Food service sur lesquels votre association se fonde ne sont pas encore publiés.

Néanmoins ce que nous pouvons envisager comme résultats pour 2020 sont les suivants : une baisse de chiffres d'affaires de -35% versus 2019 et de -27 % en volume de repas.



Ce recul reste une extrapolation avec des impacts différents selon les segments d'activité, restauration collective, commerciale ou Circuits de Vente Alternatifs. Une vision côté consommateurs permet de corroborer ces résultats. (Voir ci-après)

- **Côté consommateurs (Source NPD GROUP)**

En 2020, **les pertes du marché RHD** sont sans précédent : le marché RHD+DA perd **-37,9% en dépenses** et **-34,6% en visites** versus 2019. A noter que comme la **structure du marché a fortement changé** pendant le confinement (la restauration assise fermée, davantage de vente à emporter et de livraison dans tous les circuits), le **ticket moyen a perdu -5,1% vs 2019**.

Les circuits qui ont le **mieux résisté à la crise** (en occasions de consommation et en dépenses) sont les circuits de la **Restauration rapide**, notamment les **GMS/Retail** (pour la consommation personnelle et immédiate comme salades, sandwiches préemballés, etc.), les boulangeries, les Pizza VAE et dans une moindre mesure les Burgers (-22,1% en dépenses et -23,9% en occasions de consommation).

La **Restauration à table** est fortement impactée – en **recul de -48,5% en dépenses** et de **-48,7% en visites** vs 2019. La **restauration Loisirs et Transports** a également subi de fortes pertes (-50,5% en dépenses et -51,3% en visites vs 2019).

La **Restauration collective** perd également en **dépenses (-38,3%)** et en **visites (-39,6%)** sur la période (Restauration d'entreprises essentiellement-voir Périmètre CREST).

Seule la **consommation nomade** est un peu moins impactée (en restauration commerciale) car ses pertes représentent « seulement » **-5,8% en occasions de consommation** : La vente à emporter et la livraison, les deux modes de commande disponibles pendant les phases de confinement, ont partiellement « sauvé » les performances de la consommation nomade.

## En 2020, c'est une consommation alimentaire en pleine mutation et hybridation

- **Ce qui s'est imposé :**

L'hygiène, la santé, la sécurité sanitaire qui, plus que jamais dans nos métiers de la CHF vont être scrutés avec l'émergence de labels sanitaires tels (COVID free, etc.).

La montée en puissance du numérique, de la digitalisation et des compétences des salariés.

Le drive, le paiement sans contact, le Click&collect, la livraison qui étaient des tendances émergentes mais qui ont explosé – Food Service Vision a d’ores et déjà annoncé un marché de la livraison en progression de + 47% en deux ans avec un CA de 4,9 Milliards en 2020, marché qui pourrait atteindre les 10 milliards en 2024.

- **Ce qui a été conforté :**

Le modèle alimentaire français : L’hédonisme, le fait maison, la convivialité, préparer ses repas ensemble, renforcement du rituel.

Les exigences de responsabilité en termes environnemental avec le local, la proximité, le soutien à la production française.

La recherche d’un mode de vie plus sain et plus sobre (Economie circulaire, moins de gaspillage alimentaire, recherche de la seconde main).

- **Ce qui s’est totalement réinventé :**

**Le travail** à distance et ses effets sur la consommation, l’effacement des frontières entre vie professionnelle et personnelle.

**La maison (réaménagement intérieur) et rêves d’exode loin des villes.**

**Les circuits courts** ont été plébiscités avec les drives, la vente à emporter et la livraison quel que soit le secteur d’activités.

Toutes ces mutations entraînent et vont entraîner des bouleversements structurels sur nos marchés à travers la montée en puissance des « Dark Kitchen », des agrégateurs, des cantines connectées comme Foodles, Popchef, I lunch etc. La restauration à table va s’adapter, s’hybrider avec des espaces dédiés au service et à la livraison, se digitaliser. La restauration collective va devoir se réorganiser pour tenter de capter les convives sur les lieux de consommation mais aussi leur proposer des services à leur domicile. Le consommateur a pris conscience que lui seul est responsable de santé : Les applications de nutrition personnalisée, de communication sur l’origine des produits, la provenance etc. vont continuer de se développer y compris sur nos marchés où le Nutri- Score, l’affichage environnemental vont peu à peu apparaître sur les recettes.

**En 2021**, suite à la crise sanitaire, ces tendances vont s’accroître et s’ancrent probablement dans les habitudes de consommation. La restauration commerciale va devoir faire face à une pénurie de personnels car certains salariés auront choisi de se reconvertir. 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.

**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.**

## Reprise heurtée pour 2021

Le maintien sur les 4 premiers mois de l’année de contraintes sanitaires pour freiner la propagation de l’épidémie pèsera une nouvelle fois sur le niveau d’activité et entraînera une légère contraction du PIB en début d’année. La croissance ne ferait son retour qu’au printemps, d’abord soutenue par la consommation à partir du mois de mai (sous l’hypothèse que le calendrier annoncé de la levée des restrictions soit respecté) et l’ouverture progressive des lieux de vie puis par l’investissement des entreprises avec la mise en œuvre du plan de relance.

## 2. Retour sur les actions 2020 de votre association en période de crise COVID 19

Par Frédérique LEHOUX

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

A compter du 17 mars 2020, l'équipe du GECO Food Service (3 personnes) s'est **immédiatement organisée pour travailler à distance et rester joignable sans discontinuité**. En lien étroit avec le **Président Laurent REPELIN** et le **COMEX** des actions ont été mises en place pour les adhérents :

### Réajuster le budget 2020 de l'association :

- Depuis 2016, les cotisations du GECO Food Service n'ont pas connu d'augmentation.  
Fin 2019, avant la crise, **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) 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'achat 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**.

### Business :

**Fournir des outils de compréhension des marchés impactés par la crise**

### Des études, des données, des chiffres

- ✓ **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 ont été transmis (Synthèse) et présentés **le 12/10** puis le 19/10 le Rapport complet était diffusé.
  - Cette étude a également fait l'objet d'une **conférence de presse** en visio **le 16/10**.
- ✓ Cette étude est venue 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<sup>er</sup> 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. **Baromètre de la restauration collective** : Via les responsables à l'achat, nous avons des éléments de perception de **4 sous segments de marché suivis en restauration collective** : restaurations Scolaire, Santé, Sociale (maisons de retraites/EHPAD) et Entreprise. **(livré le 22 déc.)**
  3. **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).
4. Présentation de la « **Revue Stratégique #3 Food Service Vision** » par l'équipe de François BLOUIN **le 08/07** (événement organisé en collaboration avec l'ANIA).
5. Présentation des résultats de la Vague 3 de l'Etude IRI GIRA Food Service « **Impact du COVID 19 sur les consommateurs** » par l'équipe IRI GIRA **le 12/10** (98 inscrits – 65 entreprises).
6. Présentation de la « **Revue Stratégique # Food Service Vision** » par l'équipe de François BLOUIN **le 16/12** (104 inscrits – 62 entreprises).

## Business :

### Préparer la reprise à l'issue du confinement

- ✓ 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.**

## 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 **(Tout au long de l'année depuis juin)**.
- ✓ Nous avons œuvré à un **rapprochement ANIA – CGI** pour **constitution d'un collectif RHD** : FNSEA – Coopération agricole – ANIA – GECO Food Service – CGI **(Tout au long de l'année actif depuis juin)**.
- ✓ Le GECO Food Service a pris part à des **Rendez-vous parlementaires et avec des cabinets** (téléphone et Visio) : Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation - 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 **(Tout au long de l'année depuis mai)**.
- ✓ **Le 14 décembre**, le GECO Food Service a été auditionné par le CGAAER (Le Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux) sur **l'application du menu végétarien** dans le cadre de **l'expérimentation obligatoire prévue par la loi EGALIM** à compter du 1<sup>er</sup> novembre 2019 (Cf un menu végétarien obligatoirement proposé au moins une fois par semaine en restauration scolaire).

Présidé par le ministre en charge de l'agriculture, le CGAAER assure des missions de conseil, d'expertise, d'évaluation, d'audit et d'inspection, par exemple sur des questions stratégiques comme l'agro-écologie et la lutte contre le changement climatique, la gestion de crises de marché ou de crises sanitaires, l'appui à l'international. Il peut aussi participer à la conception de lois.

## 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.
- Lors de la **conférence de presse** organisée par le SIRHA, **le 21/09**, le GECO Food Service vous annonçait le report du salon au 29 mai – 2 juin 2021.
- Le **dialogue rapproché s'est poursuivi et se poursuit encore** en 2021 :
  - nous vous avons tenus informés **en décembre**, en janvier, en février ;
  - avant de vous annoncer le 23/02/21 en avant-première, le 2<sup>nd</sup> report ;
  - le SIRHA est désormais fixé du 23 au 27 septembre 2021 ;
  - nous sommes toujours en lien régulier avec les organisateurs.
- ✓ **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.**

### 3. Une communication renforcée et très active en 2020 pour vous défendre en temps de crise

#### Communiqués de presse :

- ✓ 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*

#### Activation forte des Prises de parole GECO Food Service :

- ✓ Nous avons activé nos **Prises de parole** 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](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-repelin-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** : *Annonce 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 Hotelière** : *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.neorestaurant.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 - AGR179** : *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 Eco (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>

**Septembre :**

- **PARIS-MATCH : Les restaurateurs limitent la casse : prise de parole GECO Food Service ▶**
- **LES MARCHES - REUSSIR**
- **L'OBS/CHRONIQUE France Inter - Sophie FAY, Chef du service éco**
- **18/09/20 - Communiqué de presse : Les marchés de la CHD à l'épreuve de la crise COVID 19 : des restaurations à réinventer en synergie filière ?**



- **24/09/20 - CANTINA 2020 : Table Ronde Acteurs clés concernés par les enjeux environnement**

La vidéo : <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6717329362980483072>

Les photos : <https://phpartners.fr/cantina/cantina-2020-2>

**Octobre :**

- **05/10/20 - Le Monde du Surgelé : Le Covid accélère les nouvelles pratiques en restauration** <http://lemondedusurgele.fr/Actualites/Fiche/8203651#.X3gVxdTgqpp>
- **LES ECHOS : Covid-19 : l'agroalimentaire orphelin des cantines et des restaurants ▶**
- **20/10/20 - LES MARCHES « Des milliers de fournisseurs de la restauration en danger »**
- **19/10/20 - L'HOTELLERIE RESTAURATION #coronavirus : 24% des clients se renseignent avant leur venue sur les mesures d'hygiène prises par l'établissement**
- **19/10/20 - NEORESTAURATION GECO FoodService : « La crise, un accélérateur de tendances de consommation en RHD »**
- **16/10/20 - BRA RESTAURATION Covid-19 & CHD : quels impacts sur les consommateurs ? – thème de la nouvelle étude du GECO Food Service :**
- **19/10/20 - ZEPROS CHD : Les consommateurs ont adopté de nouvelles habitudes**
- **16/10/20 - SNACKING Avant le couvre-feu, 49 % des Français allaient déjà moins souvent au restaurant**



- **21/10/20 - ZEPROS** [La nouvelle « cantine », c'est chez vous !](#)
- **28/10/20 - LE MONDE DU SURGELE** : *La crise sanitaire impacte toute la filière de la consommation hors domicile*

### Novembre :

- [Zone de perturbations](#) : novembre 20
- [Zepros collective - 02/11/20](#)
- **10/11/20 - LES MARCHES - REUSSIR** : *Dossier sur l'impact de la 2<sup>ème</sup> vague et le 2<sup>nd</sup> confinement sur la restauration* - Les fournisseurs de la restauration dans la tourmente : les fournisseurs de la restauration commerciale sont dans une situation très préoccupante à cause de la fermeture du secteur. Après avoir tiré la sonnette d'alarme, les opérateurs bénéficient de nouvelles aides de l'État qui sont toutefois loin de faire l'unanimité.
- **L'OPINION** : *Impact des fermetures de la restauration sur la filière amont*
- **LSA + NEORESTAURATION** : *Impact de la 2<sup>ème</sup> vague et 2<sup>nd</sup> confinement sur les fournisseurs*

### Décembre :

- **Congrès NEO RESTAURATION** : *Quel modèle de restauration à l'horizon 2022 ?*

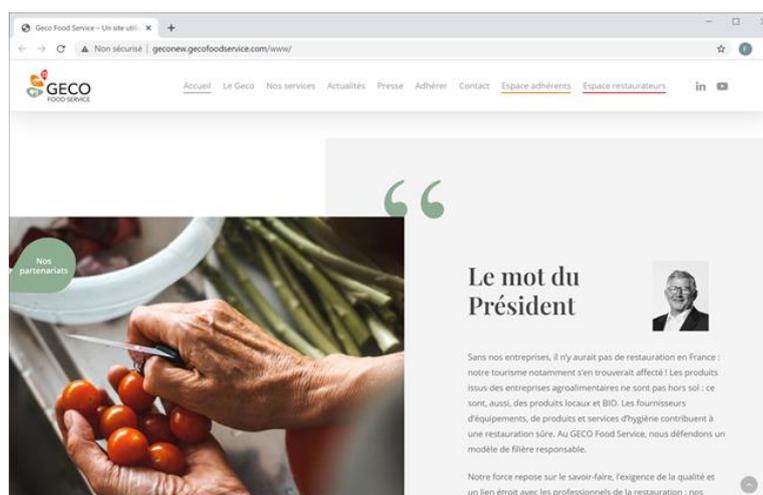
#### Table Ronde sur la restauration commerciale :

- *Bérangère O, BIG MAMA*
- *Mélanie GUILLDOU, LAGARDERE TRAVEL RETAIL*
- *Frédérique LEHOUX, GECO Food Service*



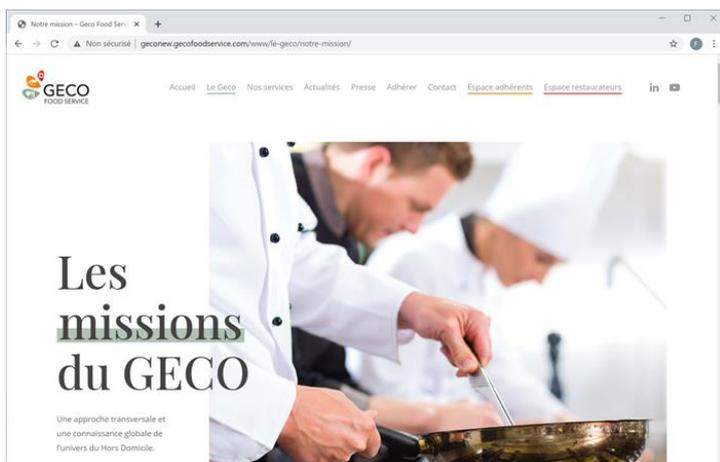
### Amélioration des outils de communication du GECO Food Service :

En parallèle de tout cela, **l'équipe du GECO Food Service** s'est également mobilisée **pour améliorer les outils de sa communication** :



- ◀ **Nouveau format de Revue de presse**
- ◀ **Futur nouveau site internet du GECO Food Service**

Un projet mené **durant 7 mois en 2020, à compter de mai**, qui s'est poursuivi au cours des 5 premiers mois de 2021 et qui se finalise.



**Vous pourrez très prochainement découvrir notre nouveau portail de communication avec vous et avec nos contacts extérieurs !**

\*\*\*\*\*

**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 !**

## 4. Les grands enjeux du foodservice : Les grands dossiers suivis par le GECO Food Service en 2020 et 2021

L'année 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 : avant la COVID 19, les attentes du consommateur hors domicile, étaient déjà grandissantes sur ces sujets, elles le seront 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 2020, avec des interventions, des participations pour la défense des intérêts des entreprises fournisseurs des marchés de la RHD ! **Le travail continue en 2021** pour vous accompagner vers la sortie de crise.

### 1/ Un enjeu stratégique pour les entreprises :

Le sujet Emballages, décliné autour des plastiques, et de la REP Restauration (Responsabilité Elargie des Producteurs)

**Le sujet des emballages**, qu'ils soient **en plastique ou tout autre matériau**, qu'ils soient **primaires (en contact avec le produit) ou secondaires**, est plus que jamais central pour les entreprises : **il a lieu d'être identifié comme sujet stratégique.**

### Encadrement des emballages et matériaux plastiques

L'année 2021 et les années à venir vont être profondément marquées par l'application de **la loi AGEC**. Cette **loi majeure va impacter tous les secteurs de l'économie** : elle va particulièrement impacter le secteur alimentaire, et l'univers du hors domicile. Elle entend **accélérer le changement de modèle de production et de consommation afin de limiter les déchets et préserver les ressources naturelles, la biodiversité et le climat**. Nos entreprises vont devoir se mettre en capacité d'anticiper les évolutions à venir, d'investir en R&D, éventuellement dans de nouveaux outils de production et/ou d'emballages, dans de nouveaux emballages, etc.

Le contexte réglementaire européen et français amène des **contraintes très fortes** dans l'organisation des productions pour les années à venir :



1. **Niveau Européen** : Pour lutter plus efficacement contre le phénomène de pollution plastique maritime, avec la **Directive Single Use Plastic (dite SUP)** du 05 juin 2019, l'Union européenne (UE) a décidé de nouvelles règles 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 : ils 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. Les Etats Membres ont la charge d'incrémenter dans leur législation nationale les obligations découlant de la Directive.

2. **Niveau Français** : La **loi dite AGECE (Anti Gaspillage et Economie Circulaire)** transpose la Directive et apporte une nouvelle « couche réglementaire » s'ajoutant aux contraintes issues de précédentes lois françaises.

Elle 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).

Conçue comme une loi cadre, au fil de ses 130 articles, elle fixe des grands objectifs et des stratégies de longs, mais sur certains sujets (ex plastique à usage unique) elle fixe parfois également des échéances très courtes, et elle renvoie à de très nombreux textes d'applications (Décrets, arrêtés), plus d'une centaine dont une partie a été finalisée en 2020.



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

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).

Les Etats Membres ont l'obligation d'implémenter dans leur législation nationale les mesures suivantes :

#### **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) dont : les **Couverts** (fourchettes, couteaux, cuillères, baguettes), **Assiettes**, **Pailles** (à l'exception des pailles utilisées à des fins médicales), **Bâtonnets mélangeurs** pour boissons, **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 ; **Récipients pour boissons en polystyrène expansé**, y compris leurs bouchons et couvercles ; **Gobelets pour boissons en polystyrène expansé**, y compris leurs moyens de fermeture et couvercles.

**Exigences applicables aux produits (art. 6) : Bouchons solidaires** - Les récipients pour boissons en plastique à usage unique, avec bouchons ou couvercles constitués significativement de matière plastique doivent avoir des bouchons et couvercles qui restent attachés au récipient. (Directive - Annexe partie C)

**Responsabilité élargie des producteurs (REP) (art. 8) :** Mise en place d'un système de REP pour différents produits plastiques. (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)

En 2020, la Commission européenne devait élaborer des **spécifications et des lignes directrices sur les produits plastiques à usage unique**. Ces lignes directrices devaient être publiées par la Commission au plus tard le 03/07/2020, en consultation avec les États membres. Pour élaborer ces lignes directrices, la CE a fait appel à Rambol, une société de conseil basée au Danemark, Deloitte.

Un premier projet de proposition a été présenté le 11/03/2020 au groupe d'experts sur les déchets qui s'occupe spécifiquement de la SUP. La proposition de ligne directrice était également à l'ordre du jour de leur réunion du 24/04/2020.

D'une part, les lignes directrices devraient énoncer des **termes généraux** et des **définitions**. D'autre part, il est nécessaire de se concentrer sur la **définition des produits en plastique à usage unique**, y compris **des critères** pour des produits spécifiques et des exemples.

Entre-temps, les États membres et les parties prenantes ont présenté leurs observations et, sur cette base, une deuxième version a été soumise au début du mois de septembre aux États membres pour discussion.

On attend la version finale des Lignes directrices.



**2/ Au niveau français : 2020, suivi des textes d'application de la loi dite AGEC n°2020-105 du 10 février 2020. [Texte au Journal Officiel](#)**

La loi répondait à **4 orientations** :

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

Elle comporte 4 volets :

1. Objectifs **nationaux** de gestion et de prévention de la production de déchets ;
2. **Information du consommateur** ;
3. Dispositifs pour **favoriser** le **réemploi** (Cf dans une boucle, l'emballage n'acquiert pas le statut de déchet, il n'est pas à usage unique, il est réemployé pour la même fonction) et la **réutilisation** (cf. l'emballage acquiert un statut de déchet, sa fonction est changée pour un autre usage), le **recyclage** (cf. l'emballage devenu un déchet est détruit, le matériau issu de la destruction est utilisé) et **lutter contre le gaspillage** alimentaire ;
4. **Responsabilité** des producteurs.

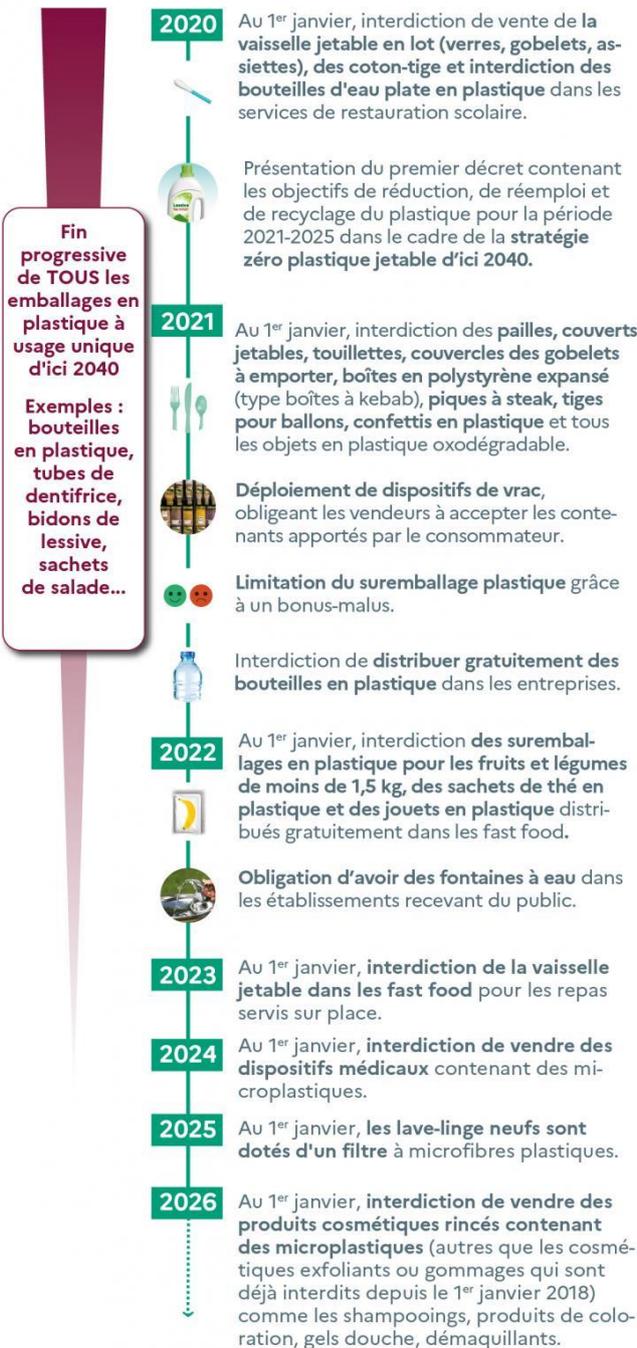
**Entrée en vigueur au 1er janvier 2021, des mesures portant sur :**

- Pailles, couverts, touillettes, boîtes à sandwich, couvercles de boissons, tiges pour ballons, confettis et piques à steak : depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021, ces produits en plastique à usage unique sont interdits.
- La distribution gratuite des bouteilles en plastique dans les établissements recevant du public ou dans les locaux professionnels est interdite.
- Lors d'événements festifs, culturels ou sportifs, les sponsors ne peuvent plus imposer l'utilisation de bouteilles en plastique.
- Les confettis en plastique seront interdits au 1er janvier 2021.
- Des bacs de tri devront être installés dans les supermarchés. Ils permettront de collecter les emballages achetés après passage en caisse.
- Les boîtes en polystyrène expansé sont interdites.
- La fabrication et l'importation de sacs en plastique à usage unique est interdite.
- 

**Entrée en vigueur au 1er janvier 2022, des mesures portant sur :**

- Le suremballage plastique des fruits et légumes frais de moins de 1,5 kilogramme sera interdit.
- Les établissements recevant du public seront tenus d'être équipés d'au moins une fontaine d'eau potable accessible au public.
- Les publications de presse et les publicités seront expédiées sans emballage plastique.
- Les sachets de thé et de tisane en plastique non biodégradable seront interdits à la vente.
- Les jouets en plastique, proposés gratuitement aux enfants dans le cadre de menus, seront interdits.
- Coller une étiquette directement sur les fruits ou les légumes sera interdit, sauf si ces étiquettes sont compostables et constituées en tout ou partie de matières biosourcées.
- L'État n'achètera plus de plastiques à usage unique que cela soit pour une utilisation sur ses lieux de travail ou dans les événements qu'il organise.

## SORTIR DU PLASTIQUE À USAGE UNIQUE



ecologie.gouv.fr

En 2020, la phase de rédaction des décrets a été très dense : près d'une centaine de textes d'application prévus dans la loi !

Le GECO Food Service s'est pleinement 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... !!!

En ce début d'année 2021, tous les textes d'application ne sont pas encore finalisés (ci-dessous rappel des textes de 2020) et les travaux autour de la REP dite Professionnels de la Restauration s'intensifient avec un potentiel impact lourd pour les entreprises fournisseurs des marchés de la restauration hors domicile.

### Décembre 2020

- [Décret n° 2020-1828 du 31 décembre 2020 relatif à l'interdiction de certains produits en plastique à usage unique](#)
- [Décret n° 2020-1758 du 29 décembre 2020 portant diverses modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la gestion des déchets](#)
- [Décret n° 2020-1757 du 29 décembre 2020 relatif à l'indice de réparabilité des équipements électriques et électroniques](#)
- [Décret n° 2020-1725 du 29 décembre 2020 portant diverses dispositions d'adaptation relatives à la responsabilité élargie des producteurs](#)
- [Décret n° 2020-1724 du 28 décembre 2020 relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires et à diverses dispositions de lutte contre le gaspillage](#)
- [Décret n° 2020-1651 du 22 décembre 2020 relatif au label national « anti-gaspillage alimentaire » en application de l'article L. 541-15-6-1-1 du code de l'environnement](#)
- [Décret n° 2020-1573 du 11 décembre 2020 portant diverses dispositions d'adaptation et de simplification dans le domaine de la prévention et de la gestion des déchets](#)

## Novembre 2020

- [Décret n° 2020-1455 du 27 novembre 2020 portant réforme de la responsabilité élargie des producteurs](#)
- [Décret n° 2020-1420 du 19 novembre 2020 relatif aux explosifs déclassés placés sous la responsabilité du ministère de la défense](#)

## Octobre 2020

- [Décret n° 2020-1274 du 20 octobre 2020 relatif aux dons de denrées alimentaires prévus à l'article L. 541-15-6 du code de l'environnement, à leur qualité et aux procédures de suivi et de contrôle de leur qualité](#)
- [Décret n° 2020-1249 du 12 octobre 2020 relatif à la commission inter-filières de responsabilité élargie des producteurs](#)

## Septembre 2020

- [Décret n° 2020-1133 du 15 septembre 2020 relatif à l'expérimentation d'un dispositif de médiation en cas de différend au sein des filières de responsabilité élargie des producteurs](#)

## Juin 2020

- [Décret n° 2020-731 du 15 juin 2020 relatif à la dispense de régularisation de la taxe sur la valeur ajoutée bénéficiant aux dons de biens invendus à des associations reconnues d'utilité publique](#)

## Ordonnances et rapports

### Juillet 2020

- [Ordonnance n° 2020-920 du 29 juillet 2020 relative à la prévention et à la gestion des déchets](#)
- [Rapport au Président de la République relatif à l'ordonnance n° 2020-920 du 29 juillet 2020 relative à la prévention et à la gestion des déchets](#)

Le GECO Food Service a établi et diffusé une **Note de Synthèse réglementaire** sur l'ensemble de ces points le 9 janvier 2021.

### Un sujet d'impact majeur en CHD :

Une **nouvelle éco contribution** dans le cadre **d'une nouvelle REP**

« **professionnels de la restauration** » ... Qui va payer, sur quoi, comment, combien cela va coûter ?

La loi AGECE prévoyait que **dès le 1<sup>er</sup> janvier 2021**, serait 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 AGECE)** ; c'est très vague... !

Cela vise potentiellement **les emballages de TOUS LES PRODUITS** (a priori les produits utilisés en back office ET front office, alimentaire et non alimentaire).

**La REP, qu'est-ce que c'est ?** C'est la Responsabilité Élargie du Producteur, c'est **l'obligation « de pourvoir 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

**Pour le moment**, 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 contribue financièrement à son élimination en fin de vie. **Les données EM** du MTES (Min de la Transition Ecologique et Solidaire) juillet 2018 :

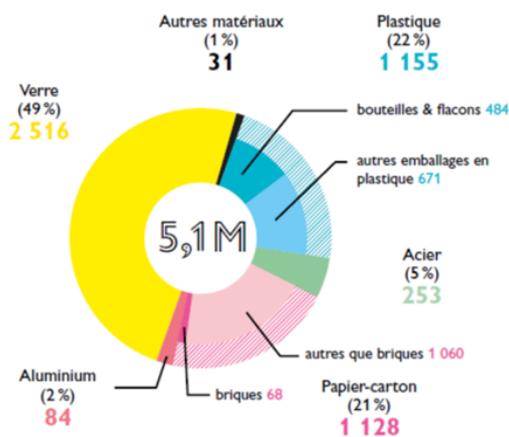
- Agrément en cours : 2018 - 2022

- Sociétés agréées mettant en œuvre leur agrément : ADELPHE - **CITEO TARIF 2021** : [https://bo.citeo.com/sites/default/files/2020-10/20201006-Citeo\\_Grille%20tarifaire\\_Tarifs\\_2021\\_FR.pdf](https://bo.citeo.com/sites/default/files/2020-10/20201006-Citeo_Grille%20tarifaire_Tarifs_2021_FR.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%

## Focus emballages ménagers : 5,1 Mt de gisement contributif, 20 800 clients et 733M€ de chiffre d'affaires



Répartition du gisement d'emballages ménagers qui contribue au financement de la filière de recyclage par matériau (en milliers de tonnes – chiffres arrondis) :



Plus de **20 800** clients et **733M€** de contributions au titre de l'année 2019

Quelques estimations de contribution par produit (tarif 2018) :



Source : Rapport annuel Groupe CITEO 2019

**A date, en Hors Domicile, sont déjà concernés** par l'écocontribution de la REP EM, 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).

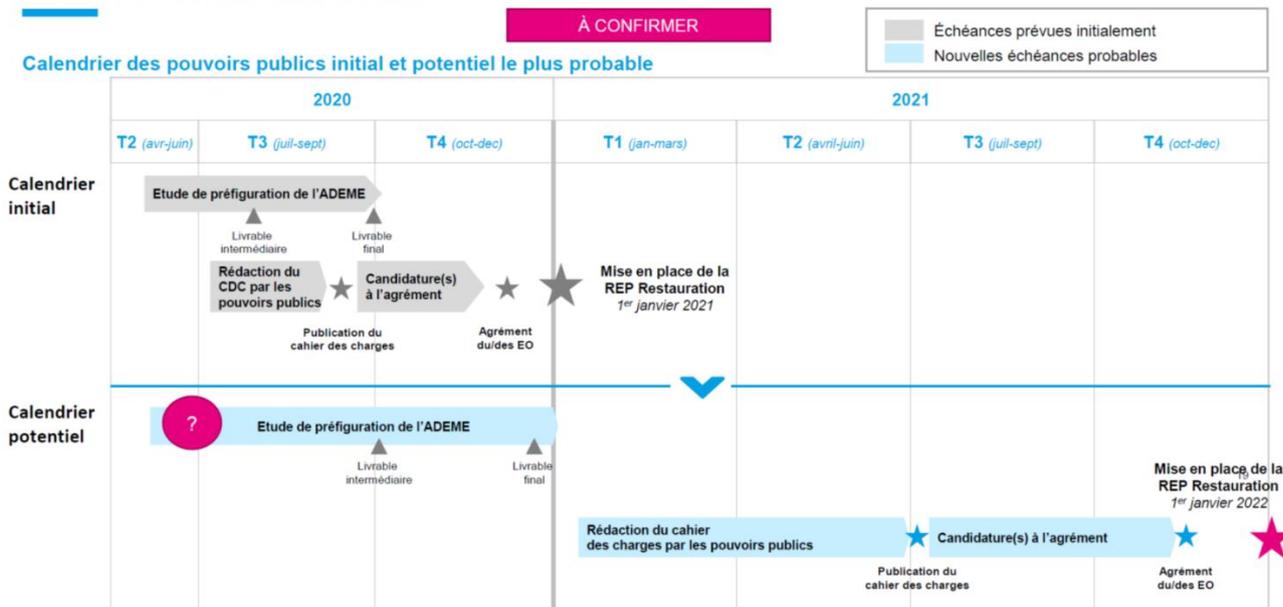
### Ne sont pas concernés par la REP EM :

- 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 ; les composantes d'une VAE.
- Ni **les emballages** des **produits utilisés en back office.**

Tout au long de **l'année 2020**, le GECO Food Service a travaillé et échangé avec différentes parties prenantes (des syndicats métiers, l'ANIA, CITEO) autour de la REP dite RESTAURATION qui devait être mise en place en janvier 2021 : aucune date n'est désormais précisée... au vu du calendrier en cours, on peut imaginer que la future REP pourrait être mise en place au mieux courant 2022 voire en 2023...

### Calendrier

La crise sanitaire va très probablement amener les pouvoirs publics à repousser la mise en place de la REP Restauration à 2022



En 2021, le GECO Food Service fait partie du **Comité de Suivi de l'étude portée par l'ADEME** pour le Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire pour dresser un « **Etat des lieux des emballages liés à la restauration** » : il ne s'agit pas d'une étude de préfiguration de la future REP.

A date, rien n'est « sur la table » concernant des tarifs, des modalités de déclaration, le périmètre exact des nouvelles contributions, l'articulation avec la REP EM déjà existantes, ni avec la future REP DEIC, etc. Nos entreprises n'ont que des questions sur ce sujet, auxquelles nous n'avons pas encore le début de réponses.



**A NOTER :** Ce sujet vous intéresse tout particulièrement, n'hésitez pas à prendre contact avec Frédérique LEHOUX - [frederique.lehoux@gecofoodservice.com](mailto:frederique.lehoux@gecofoodservice.com)

### Travaux en 2020 sur l'Avis 87 du CNA (Conseil National de l'Alimentation)

Le CNA est une instance consultative indépendante, œuvrant auprès des ministres chargés de l'environnement, de la santé, de la consommation et de l'agriculture. C'est un outil d'aide à la décision publique. Il est consulté sur la définition des politiques publiques de l'alimentation et émet des avis à l'attention des décideurs publics et des différents acteurs de la filière alimentaire sur des sujets tels que la qualité des denrées alimentaires, l'information des consommateurs, l'adaptation de la consommation aux besoins nutritionnels, la sécurité sanitaire, l'accès à l'alimentation, la prévention des crises, etc.

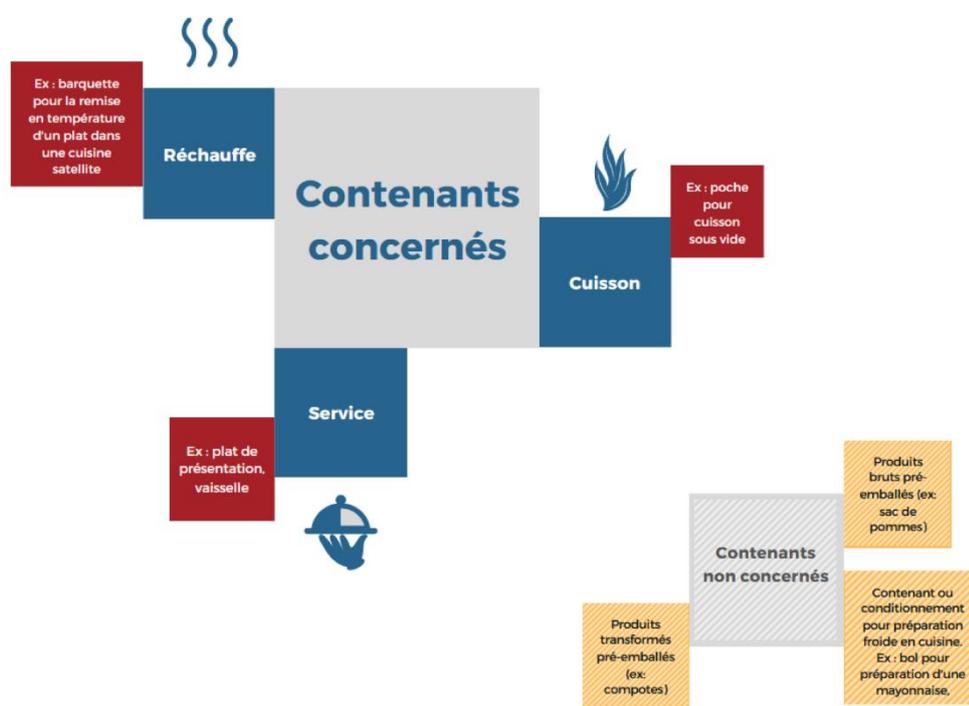
Le CNA a été saisi par ses 4 ministères de rattachement sur la question des emballages alimentaires, et plus particulièrement **sur la substitution des contenants alimentaires composés de plastique dans certains secteurs de la restauration collective**, tel que prévu par les lois « EGALIM » et « AGECE ».

Le groupe de concertation a débuté ses travaux le 5 février 2020. Il a focalisé ses travaux sur trois thématiques présentant des échéances et des enjeux distincts :

- (1) la liste des exemptions relatives aux emballages plastiques pour les fruits et légumes prévue par la loi AGECE [objet de l'avis intermédiaire n°86 du CNA adopté le 30 septembre 2020<sup>1</sup>];
- (2) la **substitution des contenants alimentaires composés de plastique utilisés pour la cuisson, la réchauffe et le service, dans certains secteurs de la restauration collective** telle que prévue par les lois « EGALIM » et « AGECE » [objet de l'avis intermédiaire n°87 du CNA adopté le 10 mars 2021<sup>2</sup>];
- (3) la sobriété des emballages alimentaires en général [objet d'un futur avis].

**En 2020**, le GECO Food Service a participé et suivi les travaux sur la substitution des contenants en restauration collective : **8 auditions et 6 réunions se sont tenues en 7 mois** entre juin 2020 et janvier 2021. Ces travaux ont fait l'objet l'avis 87.

- Notre attention était particulièrement forte puisque **cet avis a vocation à venir éclairer les décideurs publics** (Mairie, Régions, acheteurs etc.) et **privés** sur le périmètre, les définitions et les clés d'interprétation des dispositions légales EGALIM et AGECE. Or, nombreuses sont les parties prenantes dont des ONG siégeant, à vouloir aller au-delà de la loi.



Sur **le périmètre**, l'Avis retient : (p.13 de l'Avis)

Sur **les définitions**, l'Avis retient qu'on entend par : (p.12 et s.)

- **Emballages** : tout objet, quelle que soit la nature des matériaux dont il est constitué, destiné à contenir et à protéger des marchandises, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. Tous les articles "à jeter" utilisés aux mêmes fins doivent être considérés

comme des emballages<sup>3</sup>.

- **Plastique<sup>4</sup>** : « matériau constitué d'un polymère tel que défini à l'article 3, point 5), du règlement (CE) n° 1907/2006, auquel des additifs ou autres substances peuvent avoir été ajoutés, qui peut jouer le rôle de composant structurel principal de produits finaux, à l'exception des polymères naturels qui n'ont pas été chimiquement modifiés<sup>5</sup> ».
- **Produit en plastique à usage unique** : produit fabriqué entièrement ou partiellement à partir de plastique, et qui n'est pas conçu, créé ou mis sur le marché pour accomplir, pendant sa durée de vie, plusieurs trajets ou

<sup>1</sup> Avis n°86 « Fruits et légumes pouvant être exemptés de l'interdiction de présentation dans des emballages plastiques » consultable sur le site internet du CNA.

<sup>2</sup> Avis n°87 « Substitution des contenants alimentaires composés de plastique en restauration collective » consultable sur le site internet du CNA.

<sup>3</sup> Code de l'environnement (Livre V, titre IV, chapitre III, section 5, Article R543-43).

<sup>4</sup> L'interprétation des définitions données par la réglementation des plastiques est en cours de discussion au niveau européen. Une fois les lignes directrices européennes publiées, il conviendra de s'y référer.

<sup>5</sup> Article D.543-294 du Code de l'environnement.

rotations en étant retourné à un producteur pour être rempli à nouveau ou réutilisé pour un usage identique à celui pour lequel il a été conçu<sup>6</sup>.

- **Polymères naturels non chimiquement modifiés<sup>7</sup> :**
  - polymères naturels : polymères qui résultent d'un processus de polymérisation qui s'est produit dans la nature, indépendamment du processus d'extraction par lequel ils ont été extraits (lignes directrices ECHA) ;
  - substance non modifiée chimiquement : une substance dont la structure chimique demeure inchangée, même si elle a été soumise à un processus ou à un traitement chimique ou à un processus physique de transformation minéralogique, par exemple pour éliminer les impuretés (règlement REACH).
- **Restauration collective** : activité de restauration hors foyer caractérisée par la fourniture de repas à une collectivité de consommateurs réguliers, liée par accord ou par contrat, ainsi que les cuisines centrales qui, le cas échéant, les approvisionnent<sup>8</sup>. Elle peut être concédée ou en régie. (le périmètre traité dans cet avis est précisé en page X).
- **Contenants de cuisson, réchauffe, service<sup>9</sup>** : objets destinés à contenir des denrées alimentaires (conditionnements, récipients, articles de vaisselle, etc.), en contact avec les aliments, utilisés lors des étapes de cuisson, réchauffe ou de service, c'est à dire ceux utilisés :
  - pour la cuisson ;
  - entre la préparation des plats chauds en cuisine et la remise en température en satellites ;
  - pour la remise en température ;
  - pour la présentation des plats chauds et froids aux convives ;
  - par les convives (c'est à dire la vaisselle).

Les conditionnements des produits bruts ou transformés pré-emballés n'entrent pas dans ce périmètre.

- **Réemploi** : toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui ne sont pas des déchets sont utilisés de nouveau pour un usage identique à celui pour lequel ils avaient été conçus<sup>10</sup>.
- **Réutilisation** : toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui sont devenus des déchets sont utilisés de nouveau<sup>11</sup>.

Le périmètre de travail de l'avis :

- Restauration collective des établissements **scolaires, universitaires** et d'accueil des enfants de **moins de six ans** ;
- Restauration dans les services de **pédiatrie, d'obstétrique**, de **maternité**, et dans les **centres périnataux** de proximité.

La disposition de la loi AGECE relative au **portage quotidien à domicile** porte sur une problématique différente : elle concerne la mise en place de contenants réemployables faisant l'objet d'une collecte, quel que soit le matériau, d'ici au 1<sup>er</sup> janvier 2022. Pour les cuisines centrales qui préparent des repas pour différents types de convives et de contextes de restauration, cela doit donc également être pris en compte dans le contexte réglementaire général.

Le groupe n'a pas pu traiter des spécificités des autres secteurs de la restauration collective (entreprises, armée, centres de vacances, etc.) compte-tenu du temps imparti et des priorités fixées dans le mandat et la lettre de cadrage du groupe présentées en annexes.

<sup>6</sup> 2° de l'article D543-294 du Code de l'environnement.

<sup>7</sup> Guides technique en cours de rédaction dans le cadre de la directive SUP au niveau européen.

<sup>8</sup> Arrêté du 21 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits d'origine animale et denrées alimentaires en contenant.

<sup>9</sup> Il n'existe pas de définition réglementaire.

<sup>10</sup> Article L541-1-1 du Code de l'environnement.

<sup>11</sup> Article L541-1-1 du Code de l'environnement.

Le CNA formule 4 recommandations :

1. diffuser les solutions déjà identifiées et accompagner les professionnels dans leur mise en œuvre effective ;
2. former les professionnels des entreprises et des collectivités ;
3. identifier les chefs de file ;
4. préciser le calendrier de déploiement de l'interdiction des plastiques de cuisson, réchauffe, service au regard des solutions opérationnelles concrètes.

**Les travaux du CNA vont être prolongés par ceux du CNRC (Conseil National de la Restauration Collective) qui va travailler à la suite de l'Avis 87 dans les aspects plus opérationnels, et également pour l'application des dispositions de la loi au secteur de la restauration collective dans les services de **pédiatrie, d'obstétrique, de maternité**, et dans les **centres périnataux** de proximité.**

Le GECCO Food Service siège également au sein du **CNRC** et sera attentif à ces **prochains travaux autour du plastique en restauration collective** : à date, le Groupe de Travail « Plastiques » n'a pas encore été mis en place.

\*\*\*\*

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**.

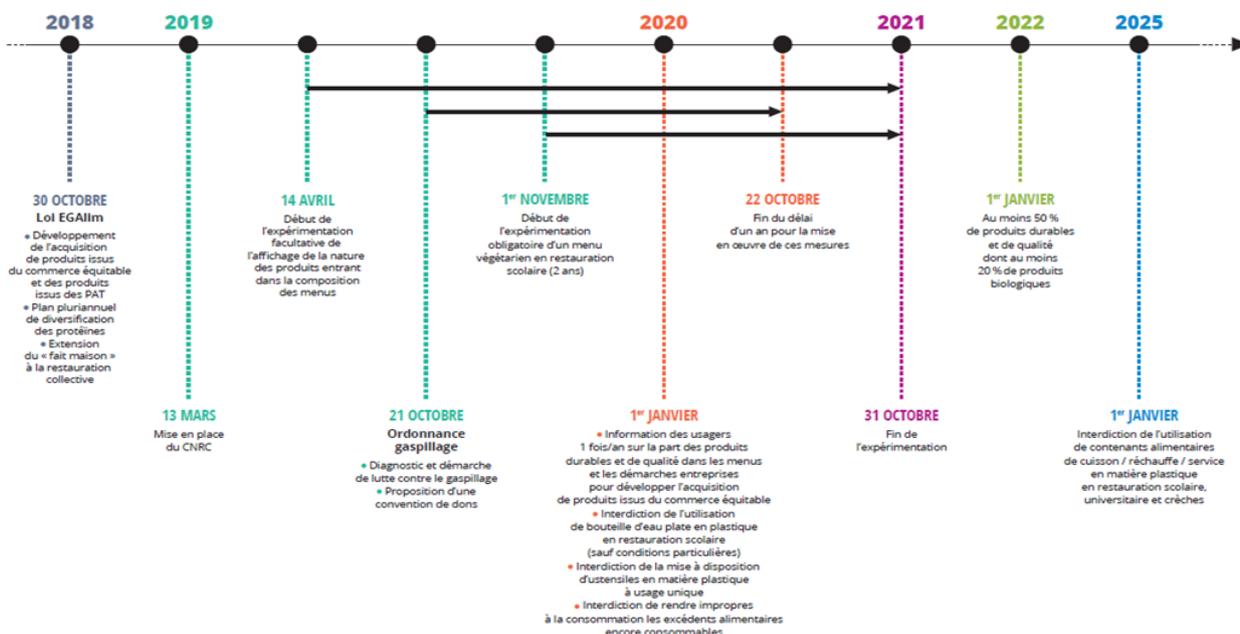
Que ce soit sous l'angle des **déchets sauvages** et des **déchets marins** liés à des consommations alimentaires nomades, ou sous l'angle des utilisations, les dispositions règlementaires et légales, européennes et françaises **obligent les entreprises à engager une réflexion « plastiques »**.

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, 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 DATES-CLÉS



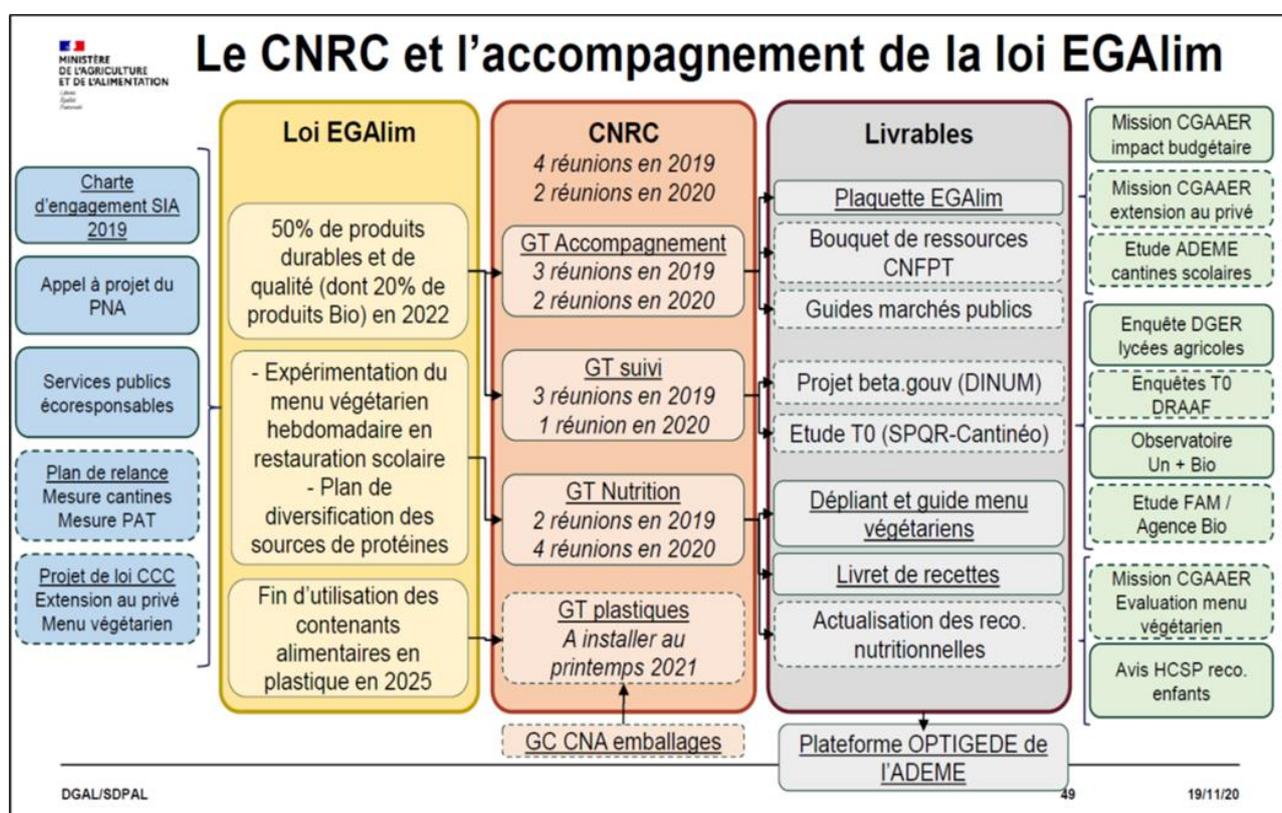
## Les textes d'application de la loi dite EGALIM :

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.

**En 2020**, ont notamment été finalisées et publiées le **27 juillet** par la DGCCRF les **Lignes Directrices de la DGCCRF sur les indicateurs agricoles** : annoncées depuis avril 2019, elles ont été attendues pendant plus d'un an. Elles viennent préciser les conditions d'application de **l'Ordonnance n°2019-358 du 24 avril 2019 relative à l'action en responsabilité pour prix abusivement bas** obligeant notamment (ce compris en BtoB, Hors domicile) à mentionner des **indicateurs agricoles** dans certains cas, dans les CGV et induisant une mention particulière dans les conventions écrites, etc.

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



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

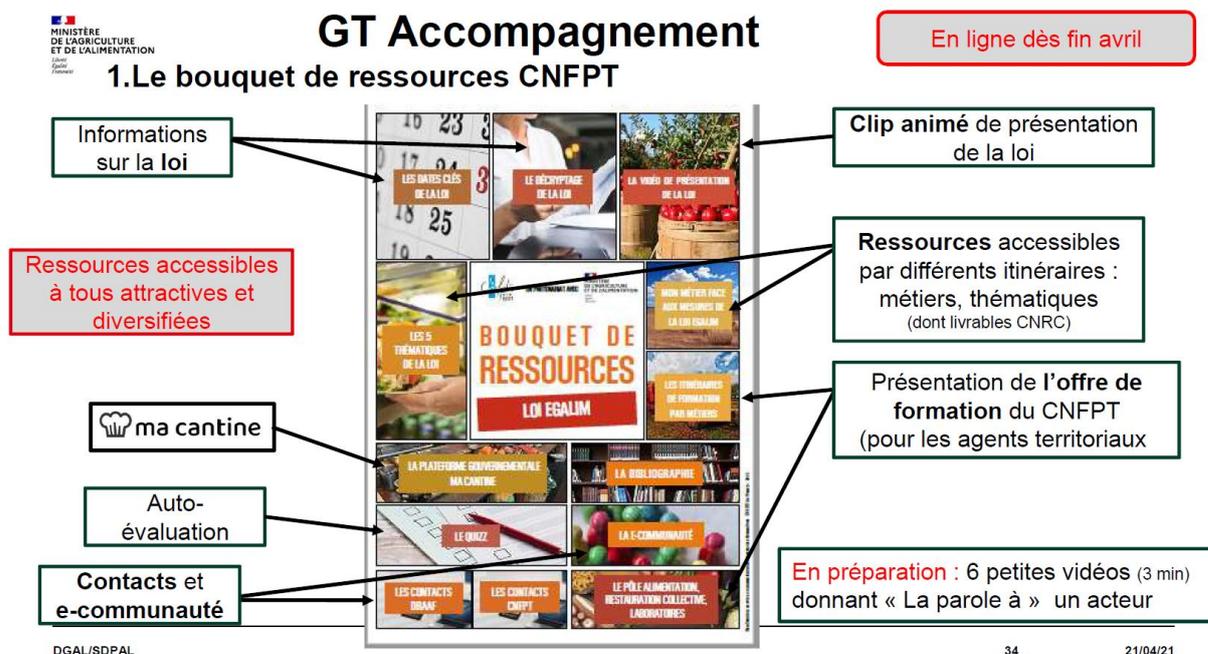
➤ Le CNRC est une **instance de concertation** avec l'ensemble des acteurs concernés par l'alimentation en restauration collective. Outre les représentants des pouvoirs publics, il réunit **sept collèges (et 50 sièges)** correspondant aux différentes catégories d'acteurs impliqués :

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

- Il a pour **mission 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**.
- 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.

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 : 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-dessus début de chapitre) + [Plaquette Synthèse de la loi et des décrets sur les mesures applicables en restauration collective](#) - [Guide pour les acheteurs en restauration collective](#) / Plateforme gouvernementale « [ma cantine](#) » (onglet « [ressources](#) »).



- **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.
- **GT Nutrition** - Laurence VIGNE : En 2020, le GT Nutrition a œuvré **sur plusieurs thématiques en créant des sous-groupes sur chaque thématique** :
  - **Plan de diversification des Protéines** pour répondre à l'article 24 de la loi EGALIM (codifié à [l'article L230-5-4 du code rural](#) et de la pêche maritime qui prévoit la promotion des protéines végétales en restauration collective pour les structures de plus de 200 couverts/jour.

L'objectif de ce document est d'apporter un cadre général et des sources d'exemples pour aider les structures dans la matérialisation d'un plan pluri annuel de diversifications des sources de protéines. La rédaction définitive de cet outil est prévue **pour la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2021**. Il a fait l'objet de nombreuses controverses au sein de ce sous-groupe (Rééquilibrage entre aliments source de protéines végétales et montée en gammes des aliments sources de protéines animales). La nature du document est de l'ordre d'un cadre général et non d'un guide.

- **Evolution de la formation initiale des cuisiniers** : Un sous-groupe a été créé pour élaborer un **cahier des charges visant à synthétiser les constats quant aux besoins d'évolution de la formation initiale des cuisiniers** face aux évolutions législatives, tendances globales de marchés et attentes des consommateurs. Au-delà de la restauration collective, ces constats et attentes concernent également la restauration commerciale. Ce cahier des charges sera repris par l'Education Nationale et les représentants pédagogiques pour traduire en objectifs pédagogiques présentés à la Commission paritaire consultative (représentant les professionnels, les syndicats et l'EN) **à l'automne 2021**. Le Geco Food service a participé avec deux conseillers culinaires pour apporter notre expertise et nos savoirs -faire dans l'écosystème de la formation.

- **Evolution des recommandations nutritionnelles (GEMRCN-2015) et révision de [l'Arrêté du 30 Septembre 2011 relatif à la qualité nutritionnelle des repas servis en restauration scolaire](#)** :

#### **Objectifs :**

- se mettre en adéquation avec la loi EGALIM (introduction d'un menu végétarien par semaine) et le PNNS 4 ;
- être en conformité avec [l'avis de l'ANSES sur les nouveaux repères alimentaires pour les enfants de 4 à 17 ans](#) - Juin 2019 ;
- suivre les [recommandations du HCSP de Juin 2020 relatif à la révision des repères alimentaires pour les enfants âgés de 0-36 mois et de 3-17 ans](#).

Ces travaux ont pour objectif d'aboutir à de nouvelles recommandations nutritionnelles CNRC d'ici l'automne et un nouvel arrêté en 2022.

#### **Rétro planning :**

- **Octobre 2020** : Début des travaux du GT nutrition sur l'élaboration des nouvelles recommandations en restauration scolaire.
- **Janvier à juin 2021** : Elaboration de recommandations alimentaires en restauration scolaire et sur des menus dirigés dans le secondaire par le GT nutrition.
- **Juin 2021** : Validation des nouvelles recommandations.
- **Été 2021** : Rédaction par les administrations de l'arrêté révisé sur la qualité nutritionnelle en restauration scolaire.
- **Septembre 2021** : Avis de l'ANSES sur les régimes spécifiques et la réponse aux questions du GT sur le nombre de menus végétariens.
- **Septembre / octobre 2021** : Saisine de l'Anses sur les nouvelles recommandations / projet d'arrêté.
- **Fin 2021** : **Validation** par l'Anses.
- **2022** : **Publication du nouvel arrêté** sur la qualité des repas scolaires.

Les discussions sont tendues car les parties prenantes ne souhaitent pas complexifier des recommandations existantes, plutôt bien suivies et en adéquation avec la couverture des besoins physiologiques des enfants ([cf. Etude N.DARMON MS Nutrition -2016](#)). Une évolution reste nécessaire pour satisfaire les objectifs nutritionnels du HCSP (Haut Conseil de Santé Public).

Le GECO Food Service s'attache à ce que :

- les obligations qui pourraient entrer en vigueur ne perturbent pas les équilibres économiques de vos entreprises qui ont subi de plein fouet la crise COVID-19 et la dégradation des marchés de la RHF ;
  - les obligations ne stigmatisent pas systématiquement les denrées alimentaires transformées qui subissent des attaques régulières sur « l'ultra-transformation ».
- [Menu végétarien obligatoire en restauration scolaire](#) depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2019.
- En 2020 : Finalisation d'un guide complété par un livret d'exemples de recettes outils très attendus des opérateurs.
  - En 2021 : Le Conseil Général de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Espaces Ruraux (CGAAER) a remis au parlement un rapport sur l'évaluation de l'expérimentation d'un menu végétarien hebdomadaire en restauration collective, conformément à l'article 24 de la loi EGAlim du 30 octobre 2018. Il s'est plus particulièrement agi de :
    - identifier les freins et leviers à la mise en place du menu végétarien hebdomadaire,
    - analyser l'impact sur le gaspillage alimentaire, la fréquentation et le coût des repas,
    - évaluer l'impact sur la diversité et l'équilibre des repas servis et leur qualité nutritionnelle,
    - formuler des propositions argumentées quant aux suites qui pourraient être données à l'expérimentation.

➤ **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 le seuil d'ingrédients issus d'exploitations certifiées Environnementales de Niveau 2 pour qu'une denrée composée soit « éligible » EGALIM - 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. Les guides du CNRC

❖ **Déjà disponibles :**

- la plaquette EGAlim
- le guide de la mise en œuvre du menu végétarien
- le livret de recettes
- le guide des marchés publics destiné aux acheteurs de la restauration collective en gestion directe



❖ **En préparation :**

- le guide pour la mise en œuvre de la diversification des sources de protéines (prévision : mai 2021)
- le guide des marchés publics aux acheteurs de la restauration collective en prestations de services (prévision juin 2021)

## 5. Tous vos outils et services fournis par le GECO Food Service en 2020-2021

### 1. Les outils Data / Chiffres / Etudes et Panels du GECO Food Service

Dans un univers hors domicile où les données font défaut et coutent 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 pages d'informations collectées, synthétisées, analysées

Contact : Laurence VIGNE - [laurence.vigne@gecofoodservice.com](mailto: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 2020, tous les chapitres ont été remis à jour en s'appuyant sur les datas 2019** comme référence et en **insérant chaque fois que possible, les impacts de la crise COVID au fil des mois** :

- Les marchés et la distribution en France (Chiffres 2019) ;
- Les enjeux (réglementations 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 restaurations commerciale et collective (~50 Fiches).

Les fiches des principales enseignes des restaurations commerciale et collective (~50 Fiches) n'ont pas été mises à jour faute de temps, ce temps consacré à l'insertion des impacts de la crise COVID.

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 2021, une nouvelle mise à jour sera effectuée sur les différents chapitres (**Chiffres 2020**) avec des **insights 2021 au fil des informations collectées**.

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 »**. 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. Contact : [laurence.vigne@gecofoodservice.com](mailto:laurence.vigne@gecofoodservice.com)

## 2/6. Les données conso en CHF - Le PANEL CREST

Un outil de suivi des **consommations** hors foyer **par sous-segments**

Contact : Frédérique LEHOUX - [frederique.lehoux@gecofoodservice.com](mailto: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 Restauration Rapide**.

En 2019, il avait été envisagé de modifier en 2020 la fréquence d'achats des données : passer de 2 fois par an, à une livraison globale sur une année entière et avoir une réunion de présentation des chiffres.

Avec la crise COVID, **en 2020** cette décision a été annulée : il était essentiel de pouvoir disposer des chiffres du premier semestre ! Ils ont été livrés et transmis dès réception le 06/08/2020, puis pour l'année 2020 entière le 3 février 2021.

En 2021, des données complémentaires TRIMESTRIELLES ont été achetées :

#### PRESTATION 2 : Indicateurs macro trimestriels avec le zoom sur le mode de commande

**Mesures** : dépenses, occasions, dépense moyenne

**Fréquence des données** : trimestrielle

**Format des données** : tableaux de bord Excel

**Détails de l'accès aux données 2021** :

- Segments : RHD + Restauration à table + Restauration rapide + Restauration collective + DA
- Croisements :
  - o Mode de commande : sur place / vente à emporter / livraison

**Périmètre géographique** : Total France

Sur le **premier Trimestre 2021**, le marché RHD perd **-49% en valeur** entre Q121 et Q120 et **-41% en visites** (en 2020 la fermeture des restaurants avait eu lieu le 15 mars 2020, nous avons donc « perdu » 2 semaines d'activité vs la fermeture complète de la RAT en Q1 2021).

Sans surprise la livraison progresse partout sur le marché RHD, la consommation sur place étant quasi inexistante et remplacée par la vente à emporter et la livraison. En RHD, **la livraison** représente **5,8% en visites** en Q121 (vs 2,9% il y a 1 an) et **10,8% en dépenses** (vs 4,2% il y a un an). Ainsi, la livraison a doublé en RHD en 12 mois.

### 3/6. Le Baromètre de la Restauration Collective (Cabinet CHD Expert)

Contact : Frédérique LEHOUX - [frederique.lehoux@gecofoodservice.com](mailto:frederique.lehoux@gecofoodservice.com)

Décembre 2020



Le « Baromètre de la restauration collective » permet de disposer d'indicateurs faisant défaut dans le panel CREST : segments enseignement et santé/social notamment.

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

L'enquête 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).

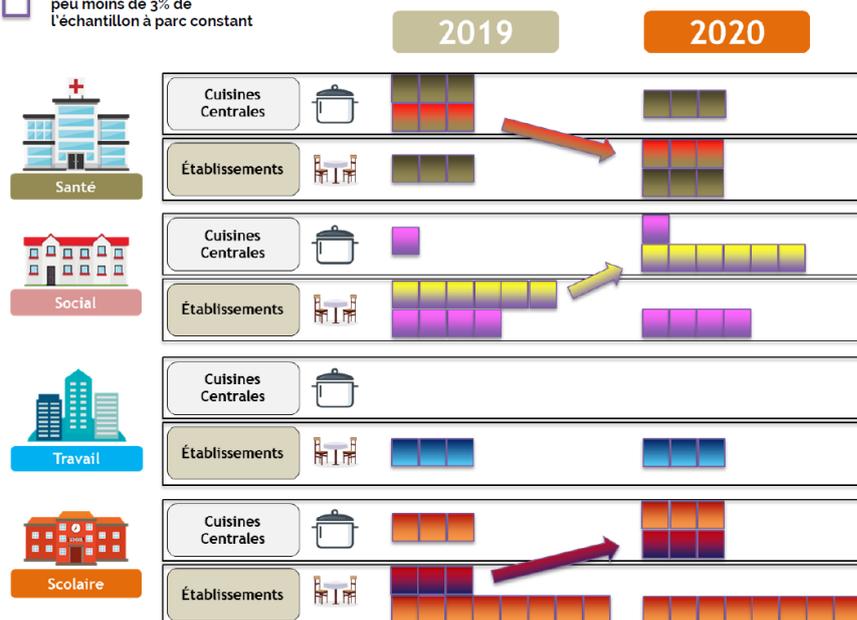


**14 Indicateurs vague 1** : ▪ Signalétique détaillée (activité, type de gestion...) ▪ Nombre de convives ▪ Type de services ▪ Nombre de services / repas ▪ Fournisseurs ▪ Régime de passation ▪ Fréquence d'appel d'offre ▪ Budget par repas ▪ Evolution des coûts matières ▪ Evolution du budget ▪ Evolution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

# Modes de préparation des repas par secteur

Répondants interrogés en 2019 et 2020

☐ Chaque carré représente un peu moins de 3% de l'échantillon à parc constant



Les Cuisines Centrales interrogées en 2020 sont proportionnellement plus nombreuses sur le parc constant en 2020 (+ 60%), et sont composées pour moitié d'établissements – surtout des secteurs Social et Scolaire – ayant adopté ce mode de fonctionnement cette année (elles ne se déclaraient pas en cuisines centrales les années précédentes).

Les établissements préparant eux-mêmes les repas interrogés en 2020 sont de nature très différente à ceux des échantillons précédents. Les conditions de terrain, attestées par les résultats eux-mêmes (y compris sur le parc constant), montrent qu'il s'agit essentiellement des établissements de taille moyenne organisés pour des convives résidents.

Nos constats sur les changements de situation des établissements interrogés à un an d'intervalle

Dans le secteur de la santé, le tiers des établissements, qui fonctionnaient en tant que cuisine centrale avec d'autres services ou bâtiments comme satellites, sont revenus à un fonctionnement plus direct ou restreint, sans satellite.

Le secteur social connaît une évolution inverse, avec une majorité des points de restauration qui ont adopté un mode de fonctionnement en cuisine centrale, probablement par la fin des repas au réfectoire, remplacés par un service en chambre (charriots).

Le secteur du travail est celui dont les établissements ont été, en comparaison des autres secteurs, le plus souvent non disponibles pour l'enquête (ou sans réponse). Il ne représente plus que 10% de l'échantillon à parc constant au lieu de 25% environ en 2019.

En restauration scolaire, les services centralisés au réfectoire diminuent (de presque 25%) au profit d'une préparation centralisée, avec les repas distribués en plusieurs lieux satellites (petites salles..)

12

En 2020, l'enquête a été réalisée en octobre et livrée le 22 décembre.



**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.

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

## 4/6. L'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](mailto: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).



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 : 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 finalement en novembre 2021 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 sur le site GECO Food Service, Espace Adhérents.

## 5/6. L'Etude annuelle 2020

Fournir des données sur « L'impact de la crise sanitaire sur les consommateurs en food service » !  
(Cabinet IRI GIRA Foodservice)

Contact : Frédérique LEHOUX - [frederique.lehoux@gecofoodservice.com](mailto: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 a été lancé le 17 septembre avec une **réunion de restitution** le 12 septembre.



**A NOTER** : Retrouvez tous les documents relatifs à l'Etude annuelle 2020 sur le site GECO Food Service, Espace Adhérents.

### 6/6. Les chiffres et statistiques produits : des outils de pilotage de votre activité via la plateforme datagecofoodservice

Des outils statistiques indispensables pour mesurer la reprise sur vos catégories de produits  
Une plateforme sécurisée, précise et accessible à des coûts mutualisés

Contact : Laurence VIGNE - [laurence.vigne@gecofoodservice.com](mailto: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.**



**Indispensable pour le pilotage** : En 2021, dans le contexte de crise COVID, ces outils sont intéressants et nécessaires pour mesurer les évolutions des différentes familles de produits, pour voir à quel moment les entreprises vont retrouver leur niveau d'activités, à quels rythmes (% d'évolution de N sur N-1 et N-2) et sur quelles typologies de familles les clients se sont portés ou reportés.

**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.

**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.

- Des outils détaillés « marketing » peuvent être envisagés sur toutes les familles de produits (charcuteries Traiteurs), les salades 4<sup>ème</sup> gamme, les sauces froides, les fruits transformés, les produits d'hygiène professionnel ou tout **catégorie de produits alimentaires et non alimentaires** pour les adhérents qui en feront la demande.



**A NOTER : Des outils complémentaires à mettre en place selon votre demande en fonction de vos besoins ! Un webinaire va être organisé à destination des membres pour rappeler l'importance de ces outils notamment dans le contexte de la reprise ! Laurence VIGNE se tient à votre disposition pour tous renseignements.**

## 2. Les outils Formations du GECO Food Service

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

Contact : Laurence VIGNE - [laurence.vigne@gecofoodservice.com](mailto: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 et pour aller plus loin une formation audacieuse en place depuis 2 ans, sur les techniques de Négociation « Négocier avec audace en Food Service »**.

**BILAN 2020** : Un contexte particulièrement difficile avec la nécessité pour le GECO Food service d'organiser ces formations en distanciel et de faire preuve d'agilité. Pour les formations en présentiel, nous avons tenu compte des mesures sanitaires et jauges d'où un moindre effectif formé. Les formations Marchés Publics, Enjeux et pilotage des Grands Comptes Utilisateurs, Conditions Générales de Ventes Un outil de performance en foodservice n'ont pas eu lieu en 2020 faute d'inscriptions suffisantes.

**Au total 6 sessions de formations ont été dispensées pour un effectif total de 44 stagiaires concernant 28 entreprises :**

1. **Les chiffres clés du Panorama de la CHF (24 stagiaires)** : Un digest du Panorama de la CHF avec les chiffres clés 2019, les estimations 2020, les perspectives 2021 et la méthodologie pour utiliser efficacement cet outil de données. **Trois sessions** ont été organisées dont deux en distanciel.
2. **Les relations tripartites : Comment piloter efficacement ses relations et développer ses ventes (5 stagiaires)**, en présentiel.
3. **Sécuriser et optimiser vos négociations commerciales en Food Service (10 stagiaires)**, en distanciel.
4. **Négocier avec Audace en Food service (5 stagiaires)**, 2 jours en présentiel.



**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 ! **En projet une formation dédiée au category management en Food service.**

Les programmes, bulletins d'inscription, CV des formateurs sont en ligne sur le site Internet du GECO Food Service.

### 3. Les outils Business, les Rencontres Clients du GECO Food Service en 2020

**En « année non COVID »**, 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 Clients 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**. La Rencontre est **suivie d'un cocktail** qui permet de poursuivre les échanges agréablement, en échangeant des cartes, en prenant des contacts.

#### 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.



Présentation Pro à Pro

GECO - 30 Juin 2020

PRO A PRO UNE FILIALE DU GROUPE METRO

**En 2020**, les Rencontres Clients n'ont pu se tenir comme il l'était prévu.

**Néanmoins, nous avons souhaité maintenir la Rencontre Client GECO Food Service / PRO A PRO** qui s'est tenue le 30 juin 2020, soit à horizon d'un mois après la réouverture des restaurants post confinement 1 :

- Parce que le dialogue avec vos clients est plus que jamais indispensable en période de crise, **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 était 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 : il faut mettre en place les synergies entre distributeurs et fournisseurs, pour permettre un redémarrage le plus efficace possible des marchés.
- Nos invités, **Philippe IBORRA** Directeur des Achats et **Stéphane HUE** Directeur Stratégie et Business Development de PRO A PRO, se sont prêtés à un véritable exercice de dialogue et d'échange, en précisant leur vision, à date, de leurs marchés à la rentrée de septembre, leurs attentes, leur stratégie,

les synergies avec METRO, leur approche de la loi EGALIM dans les appros de la restauration collective. Ils ont également partagés avec les inscrits des informations intéressantes sur les pistes de développement à l'international.

#### 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 **5 Commissions de travail** :

- Commission Nutrition, Qualité, Santé
- Commission Etudes & Outils Marketing
- Commission Restauration Durable
- Commission Equipements, Services & Hygiène
- Commission Boulangerie-Pâtisserie - **NEW en 2020**

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. Nourri par le partage de problématiques identiques entre ses membres, le travail des commissions s'articule autour de trois axes :



- **la veille réglementaire, juridique et technique**



- **le développement d'outils pour les membres et leurs clients**



- **des interventions de parties prenantes**

avec, en filigrane, la mesure des impacts de toutes nouvelles réglementations sur les business.



**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

Animée par Hervé GOURTAY | St MICHEL Professionnel et Laurent HAEGELI | CAP TRAITEUR

Contact : Laurence VIGNE - [laurence.vigne@gecofoodservice.com](mailto:laurence.vigne@gecofoodservice.com)

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 2020, cinq réunions se sont tenues au total réunissant plus de **66 personnes (39 entreprises)**.



## La veille 2020 a porté sur les sujets suivants :

### ➤ **Information au consommateur**

- Le règlement INCO (Acte d'exécution de l'origine de l'ingrédient primaire, Délai de consommation après ouverture,...).
- Nouveau règlement BIO.

### ➤ **Nutrition**

**Les thématiques abordées** ont été essentiellement consacrées à celles du GT Nutrition du CNRC (voir supra les grands enjeux) :

- 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<sup>er</sup> Novembre 2019 → Rédaction d'un guide complété d'un livret de recettes.
- **Evolutions des recommandations nutritionnelles du GEMRCN et de l'arrêté du 30 septembre 2011** → Veille, consultation des adhérents, impacts. La présence du GECO Food service dans ce sous-groupe de travail permet aux adhérents d'être en anticipation sur ces évolutions.
- **Plan pluriannuel de diversification des protéines rédaction d'un cadre général à destination des collectivités pour répondre aux obligations de la loi EGAlim.**
- Evolutions de la formation initiale des cuisiniers CAP et BAC Pro.

**Nutri Score :** Suivi de l'expérimentation en restauration collective en restauration universitaire. (Intervention de Nathalie BEUGNOT, Directrice du CROUS de Versailles)

Et le suivi du règlement d'usages de Santé Publique France autorisant les entreprises non engagées dans le NS et commercialisant des produits BTOB à s'extraitre des obligations légales en termes d'utilisation du logo. (Voir Note GECO Food Service sur le Nutri Score)

**Alimentation des séniors** (Voir organisation de l'atelier ci-après)

### ➤ **Etudes, avis et sources diverses, etc.** [Stratégie européenne Farm to Fork](#)

Retrouvez ces supports dans l'Espace Adhérents (Outils et ressources).



## Le développement d'outils pour les adhérents et leurs clients :

### **Des fiches thématiques 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 **vs les produits « RHD »**.

RAPPEL des fiches disponibles :

- **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.**

**Un atelier le 28 janvier 2020** pour répondre aux questions que les membres du GECO Food Service se posent sur les marchés des Séniors : *Quels séniors ? Quelles solutions d'hébergement ? Quelles évolutions à prévoir au niveau de l'accueil, des services ? Quelle alimentation et offre alimentaire pour répondre aux besoins ? Quelle place pour nos entreprises ?*

### Cet atelier a réuni les intervenants suivants :

- Francois GUILLON d'Alim 50+ a décrypté les typologies de seniors ;
- Guy FONTAINE du Groupe SOS a présenté les chiffres des marchés des seniors dépendants et son entreprise à caractère social ;
- Floriane LENOIR de SILVER FOURCHETTE nous a montré ;
- Véronique MOURIER, Responsable Nutrition d'ELIOR Santé, nous a exposé les travaux d'Elior sur les pathologies liés au grand âge et les alimentations texturées et enrichies.

Enfin, Laurent HAEGELI a apporté son témoignage d'industriel et Laurent REPELIN a conclu cette matinée.

Cet atelier a conduit le GECO Food Service à adhérer à Alim 50 +, véritable incubateur de connaissances et d'expertises réunies.

**26 entreprises ont répondu présentes. Un atelier #2 est prévu en 2021.**



### L'audition et intervention de parties prenantes :

En janvier 2020, nous avons reçu Nathalie Beugnot Directrice Restauration CROUS de Versailles (Expérimentation du Nutri Score en restauration universitaire, l'idée étant de comprendre le processus d'expérimentation avec les difficultés qu'elle rencontre (rappel le Nutri Score est calculé sur 100g de produit vendu ou tel que consommé, algorithme basé sur les valeurs nutritionnelles INCO, pertes à la cuisson, absence de données sur les quantités de fruits et légumes dans la composition...)).

Nathalie BEUGNOT est de nouveau intervenue en février 2021 pour partager les résultats de cette étude qui a été perturbée par la crise COVID.

**En 2021**, les principaux sujets portent sur trois axes :

- **Les évolutions des recommandations nutritionnelles** pour la restauration scolaire et les  **futures obligations réglementaires** (ex GEMRCN et arrêté du 30 septembre 2011).
- **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) et restauration commerciale.
- **L'Alimentation des Seniors** : Organisation d'un atelier #2 avec une approche pragmatique date novembre 2021.

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 Etudes & Outils Marketing

Animée par Fabienne ROCHEFORT, Directrice Marketing | PIERRE MARTINET

Contact : Frédérique LEHOUX – [frederique.lehoux@gecofoodservice.com](mailto:frederique.lehoux@gecofoodservice.com)



**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](mailto: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 Marketing, Directeur Com, Responsable Marketing, 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 Domicile.
- 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.**

Retrouvez les slides et les comptes-rendus dans l'Espace Adhérents.

## Commission Restauration Durable

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

Contact : Frédérique LEHOUX – [frederique.lehoux@gecofoodservice.com](mailto:frederique.lehoux@gecofoodservice.com)

**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).

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 et les comptes-rendus dans l'Espace Adhérents.**

### Commission Equipements, Services & Hygiène

Animée par Joséphine COPIGNEAUX | WERNER & MERTZ Professionnel

Contact : Laurence VIGNE - [laurence.vigne@gecofoodservice.com](mailto:laurence.vigne@gecofoodservice.com)

En 2020, trois réunions se sont tenues **réunissant 30 personnes**.



#### La veille en 2020 a porté sur :

##### **La Loi EGAlim :**

- 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 maitrise du gaspillage alimentaire impliquant le développement d'outils, solutions, équipements.

##### **Le projet de Loi AGECE (Anti Gaspillage Economie Circulaire) publiée au JO le 11 février 2020 :**

- Restrictions des plastiques à usage unique
- Réemploi réutilisation et recyclage
- Les perturbateurs endocriniens et l'affichage des informations
- Ecoconception -Indice de réparabilité
- REP restauration (produits d'hygiène)

##### **La directive européenne Single Use Plastic (SUP)**

Le plan de relance (enveloppe de 50 millions d'Euros pour financer un plan de soutien aux cantines scolaires dans 1 500 petites communes) : Consultation du collège ESH par la DGAI (*Direction Générale de l'Alimentation*) pour élaborer une fiche d'équipements et services nécessaires pour remplir les obligations d'EGAlim (Achats durables, Formation des équipes, etc.).



## Livrables - Développement d'outils pour les membres et leurs clients

En Avril 2020, le GECO Food Service a engagé des discussions filière pour travailler ensemble sur des protocoles et sur la relance de l'activité après le 1<sup>er</sup> confinement.

Les membres du Collège ont décidé de rédiger des outils sur la maîtrise spécifique des règles d'hygiène versus le Sars-CoV-2 à destination des professionnels de la restauration.

- **Avril 2020** : Publication d'une première FAQ à l'attention des restaurateurs reprenant des éléments d'information sur les modes de transmission, de contamination et les mesures d'hygiène spécifiques en ligne dans l'Espace Professionnels et Post LinkedIn.
- **Juin 2020** : Une deuxième FAQ a été élaborée sur les organisations à mettre en place et les mesures d'hygiène par secteur dans un restaurant en vue de de la reprise FAQ Etape 2.



- Travaux de **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. **Nouvelle version en ligne sur le nouveau site !**



## Des interventions de parties prenantes

Compte tenu du contexte sanitaire, nous n'avons pas pu réunir la Commission en présentiel et les acteurs n'étaient pas disponibles.

**Retrouvez slides et comptes-rendus sur le site internet dans l'Espace Adhérents, Commissions.**

### **Commission Boulangerie-Pâtisserie**

Animée par Véronique RACINE | SAVENCIA Food Service et Olivier CANNIC | BARRY CALLEBAUT

Contact : Laurence VIGNE - [laurence.vigne@gecofoodservice.com](mailto:laurence.vigne@gecofoodservice.com)

Dans le contexte de la crise sanitaire qui a frappé nos marchés, un des segments d'activité qui semble avoir le mieux résisté aux restrictions d'ouverture et confinements « serait » le segment des Boulangeries -pâtisseries. Les adhérents du GECO Food service ne sont pas tous investis sur ce segment. Afin de répondre à cette demande des adhérents, le GECO Food Service a créé une commission ad hoc pour répondre aux objectifs suivants :

- Mieux comprendre l'activité, la place des marques, le poids de ce segment en élaborant des outils, livrables ou en réalisant des études mutualisées ;
- Echanger avec des organisations professionnelles (FEB, CEBP) ;
- Inviter des acteurs pour mieux aborder leurs stratégies et modes d'organisation ;
- Mutualiser des données ;
- Se nourrir des Bonnes pratiques des membres de la Commission et le réseau.

- La 1<sup>ère</sup> réunion, le vendredi 6 novembre, a été consacrée au tour de table sur les besoins et attentes des adhérents vis-à-vis de ce marché. Les membres ont été invités à exprimer et prioriser leurs besoins via un tableau EXCEL, à mutualiser les données existantes.
- La 2<sup>ème</sup> réunion a eu lieu le 8 février 2021 : un 1<sup>er</sup> livrable comprenant les datas macros de ce marché a été élaboré. La prochaine étape est d'accueillir un invité (11 juin 2021).

A date, 26 entreprises participent à cette commission.

**Retrouvez les slides et les comptes-rendus dans l'Espace Adhérents.**

\*\*\*\*

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 aviez été un certain nombre à profiter de ce service compris dans votre adhésion. La mise à disposition des salles va reprendre en 2021 en fonction des règles sanitaires applicables.

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

**Laetitia ROUAULT - 01 53 01 93 10 - [laetitia.rouault@gecofoodservice.com](mailto:laetitia.rouault@gecofoodservice.com)**

## 6. Nos points d'attention en 2020-2021

Dans ce concert de sujets, nous sommes déjà très mobilisés :

**1/ Sur le suivi du Projet de loi « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » dit projet de loi Climat :**

Le Projet de loi issu de la Convention Citoyenne pour le Climat comprend des dispositions impactant notamment la restauration collective avec l'élargissement de l'expérimentation du Menu Végétarien en restauration scolaire, avec la modification des produits éligibles au budget EGALIM, avec d'éventuelles nouvelles règles pour la commande publique en restauration.



Projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

### Projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets



- **Projet de loi déposé le 10 février** en conseil des ministres (procédure accélérée)
- Concrétisation législative des propositions de la **Convention citoyenne pour le climat** (21 juin 2020 - 149 propositions)
- 6 titres - 5 thématiques : consommer, produire et travailler, se déplacer, se loger, se nourrir et évolutions du droit pénal de l'environnement
- Examen **du 29 mars au 17 avril 2021**, en première lecture, en séance publique
- **Près de 7 000 amendements** en discussion.
- Examen au Sénat en juin 2021

**Projet de loi**  
TITRE V SE NOURRIR

CHAPITRE IER - Soutenir une  
alimentation saine et durable pour  
tous peu émettrice de gaz à effet  
de serre

Article 60

- Extension des objectifs  
d'approvisionnements durables et de  
qualité au privé (1<sup>er</sup> janvier 2025)

Assemblée  
nationale

Article 60

- Extension des objectifs d'approvisionnements durables et de qualité au privé (1<sup>er</sup> janvier 2024)

- Extension du périmètre aux produits issus du commerce équitable

- Niveau 2 de la certification environnementale jusqu'en 2026 et non 2029

- Nouvel objectif de 60% de viandes et produits de la pêche répondant aux critères d'approvisionnement (1<sup>er</sup> janvier 2024)

- Prise en compte de la fraîcheur, saisonnalité et niveau de transformation des produits dans les marchés publics

- Obligation d'affichage permanent, actualisé au moins chaque année, et communication électronique au moins une fois par an sur les % d'approvisionnement

Tous  
Obligation

- Le Gouvernement transmet au Parlement et rend public un bilan annuel de l'application de cet article

Gouvernement

Article 60bis : rapport au Parlement sur les chèques alimentation durable (6 mois après promulgation)

Etat

**Projet de loi**  
TITRE II PRODUIRE ET TRAVAILLER  
CHAPITRE IER - Verdir l'économie

Article 15

Modification de la deuxième partie du code de la commande publique.

Assemblée  
nationale

Article 15 bis

Les acheteurs peuvent conclure sans publicité ni mise en concurrence préalables un marché répondant à un besoin dont la valeur estimée est inférieure à 100 000 euros hors taxes et portant sur la fourniture de denrées alimentaires produites, transformées et stockées avant la date de cessation de l'état d'urgence sanitaire (douze mois à l'issue de la cessation de l'état d'urgence sanitaire déclaré par le décret n° 2020-1257 du 14 octobre 2020 déclarant l'état d'urgence sanitaire)

Tous  
Volontaire  
és  
ent

**Assemblée Nationale** : A l'issue de 110 heures de débats et l'examen de plus de 7 000 amendements, l'Assemblée nationale a achevé samedi 17 avril 2021 l'examen du projet de loi « Climat et résilience ». Le vote solennel est intervenu le 4 mai 2021.

Le GECO Food Service a été auditionné avec l'ANIA par la rapporteure Mme la Députée Célia DE LAVERGNE, sur le titre SE NOURRIR.

**Sénat** - Le calendrier est le suivant :

- Commission des affaires économiques : 31 mai et 1er juin 2021
- Commission du développement durable : du 2 au 4 Juin 2021
- Séance publique à partir du 14 juin 2021

Le GECO Food Service a été auditionné par la rapporteure, Mme la Sénatrice Anne-Catherine LOISIER sur le titre SE NOURRIR.

## 2/ Sur le suivi de la Proposition de loi dite BESSON MOREAU :

Issue des Etats Généraux de l'Alimentation (EGA), la loi EGALIM de 2018 devait apporter à l'amont agricole les moyens de meilleurs revenus, notamment avec le mécanisme dit « du ruissellement » : le prix de denrées alimentaires devait se construire à l'avant, en tenant compte des coûts supportés par les producteurs agricoles, la valeur ajoutée dans la filière devait ruisseler vers eux.

3 ans après, le monde agricole constate l'échec des dispositifs issus de la loi EGALIM : les revenus du monde agricole n'ont pas évolué positivement, ils subissent toujours les effets déflationnistes des prix de l'alimentaire subis des acteurs de la GMS.

A l'issue d'une mission confiée par le gouvernement à Serge PAPIN (ancien dirigeant Système U – qui avait piloté un atelier EGA sur la répartition de la valeur), le député Grégory BESSON-MOREAU par ailleurs exploitant agricole porte une proposition de loi pour modifier profondément les négociations commerciales. La proposition de loi agit autour de 3 axes principaux :

- 1) Article 1 : généralisation de l'obligation de formaliser les achats de produits agricoles par des contrats écrits répondant à des caractéristiques précises ;
- 2) Article 2 : « sanctuarisation » des prix agricoles dans la négociation que fournisseurs et distributeurs mènent pour fixer le prix du produit alimentaire et introduction d'une clause de révision automatique, à la hausse et à la baisse, de cette part du prix en fonction de la variation du coût des matières premières agricoles ;
- 3) Article 3 : création d'une autorité administrative pour trancher les différends sur les contrats d'achat de produits agricoles quand le médiateur n'a pas obtenu un accord des parties.

Déjà complexe à mettre en œuvre dans la sphère du retail, cette proposition de loi le serait plus encore en hors domicile : les grossistes/distributeurs devraient eux-mêmes sortir la « part agricole » de la négociation avec leurs acheteurs de la restauration.

Le Hors domicile, bénéficie depuis la loi dite MACRON de 2015, d'un régime de négociations commerciales spécifiques, moins formaliste : ce régime n'a pas posé de problème ni suscité de remise en question depuis bientôt 6 ans, il a été complété par la loi EGALIM.

Pour éviter qu'une nouvelle réforme des négociations commerciales pensée pour apporter des solutions aux tensions avec la GMS, impacte négativement les marchés hors domicile déjà très impactés par la crise COVID, il conviendrait de pouvoir **maintenir le régime spécifique des négociations commerciales dit régime Grossistes**, en le sortant du champ d'application de la PPL BESSON MOREAU.

## 3/ Le projet Manifeste 2021 du GECO Food Service :

Les **enjeux et les défis** qui s'imposent à notre secteur sont considérables. Ils sont marqués notamment par l'impact économique de la COVID-19, la future loi Climat et résilience, mais aussi par **une image sur notre secteur de plus en plus négative** par méconnaissance de qui nous sommes et de notre rôle essentiel pour garantir la souveraineté alimentaire française en restauration.

Pour remédier à cela, le GECO Food Service a décidé, sous l'impulsion de notre COMEX, de concevoir un **support destiné à nos relais d'opinion** pour qu'ils prennent enfin conscience du rôle stratégique de nos entreprises fournisseurs de la CHD : sans nos entreprises, il ne pourrait y avoir de restaurations en France. Qu'elles soient gastronomiques ou à destination des scolaires, les restaurations ont besoin de nos produits pour offrir une cuisine saine, savoureuse et de qualité aux convives.

**Ce document, nous le bâtissons avec vous**, avec **vos** **expérience**, votre **analyse** sur notre filière. Nous voulons en tirer **ses forces**, la **fierté qu'à chaque entreprise** de travailler pour la consommation hors domicile, de valoriser des produits de qualité, de s'adapter face aux impacts majeurs de la COVID 19 sur nos débouchés, ou encore de contribuer à construire le quotidien de demain : grâce à notre capacité d'innovation, grâce aux solutions apportées au travers de nos produits, les consommations alimentaires hors domicile de demain vont évoluer, se développer.

A la suite de notre appel à candidatures, 20 entreprises adhérentes se sont portées volontaires pour échanger avec la personne qui nous accompagne dans cet exercice. Les échanges sont **confidentiels** et constitueront la matière pour nourrir et coconstruire notre « Manifeste ». Nous le finaliserons pour le **Sirha en septembre prochain** et le diffuserons notamment aux relais d'opinion concernés. Cet outil sera utilisé tout au long de l'année jusqu'aux présidentielles de 2022.

\*\*\*\*

On le voit, les sujets de préoccupation seront encore 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 ;
- ❖ Etc.

Pour **vous apporter le maximum d'outils pertinents et utiles pour traverser cette crise**, nous restons en lien avec les pouvoirs publics, les organisations professionnelles de notre filière (Restaurations - Grossistes/Distributeurs, Cash & 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 formations, de sujets d'attention, etc.**

**En 2021, n'hésitez pas à nous contacter**, notre équipe est à votre écoute !

