

Rapport moral 2021



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

MERCREDI 22 JUIN 2022

Salons Hoche | 9 avenue Hoche | Paris 8

Le Rapport Moral GECO Food Service 2021, une mine d'informations :

- **sur le fond** notamment avec des focus sur les **chiffres** marchés 2021/2022 ;
- **sur l'activité** de votre association en 2021 et en 2022 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

| | |
|---|----|
| Le Rapport Moral GECO Food Service 2021, une mine d'informations : | 2 |
| EDITO | 3 |
| 1. Marchés de la CHF en chiffres : 2021 versus 2020/19 - Insights 2022 | 5 |
| 2. Retour sur les actions 2021 de votre association <i>Par Frédérique LEHOUX</i> | 9 |
| 3. Une communication active en 2021 pour mettre en lumière les fournisseurs de la restauration | 14 |
| 4. Tous vos outils et services fournis par le GECO Food Service en 2021-2022 | 18 |
| 1. Les outils Data / Chiffres / Etudes et Panels du GECO Food Service | 18 |
| 1/7. Le PANORAMA de la Consommation Hors Foyer | 18 |
| 2/7. Les données conso en CHF - Le PANEL CREST | 19 |
| 3/7. Le Baromètre de la Restauration Collective (Cabinet CHD Expert) | 20 |
| 4/7. Fin de l'Etude annuelle 2019 : Novembre 2021, le Quanti de notre Etude 2019 enrichi de questions liées au COVID | 20 |
| 5/7. Etude annuelle 2022 La Restauration Digitale post COVID | 22 |
| 6/7. NOUVEAU en 2022 un nouvel outil de mesure dédié à l'Offre alimentaire en entreprise | 22 |
| 7/7. Les chiffres et statistiques produits : des outils de pilotage de votre activité via la plateforme datagecofoodservice | 23 |
| 2. Les outils Formations du GECO Food Service | 24 |
| 3. Les outils Business, les Rencontres Clients du GECO Food Service en 2020 | 26 |
| 4. Les outils Expertise : les Commissions du GECO Food Service | 26 |
| Commission Nutrition, Qualité, Santé | 27 |
| Commission Etudes & Outils Marketing | 29 |
| Commission Restauration Durable | 30 |
| Commission Equipements, Services & Hygiène | 31 |
| Commission Boulangerie-Pâtisserie | 32 |
| 6. Nos points d'attention en 2021-2022 | 33 |

EDITO

Un constat : la crise COVID et ses conséquences ont fait voler en éclat toutes les grilles de lecture des marchés hors domicile.

Une nécessité : pour appréhender les transformations en cours, il faut disposer d'une information 360° pertinente, centrée sur les marchés hors domicile.

Une solution : un GECO FOOD SERVICE renforcé pour accompagner toujours mieux votre performance

Par Laurent REPELIN et Frédérique LEHOUX

Une **flambée inédite des prix** des matières premières agricoles et des matières premières industrielles, ainsi que des composants industriels, des transports, de l'énergie ; une **hybridation renforcée des marchés** hors domicile aux segments floutés ; une consommation **hors domicile qui s'invite à domicile** ; des **convives** devenus **consommateurs** ; une **inflation** qui galope, un **pouvoir d'achat** qui se rétracte ; des **contraintes structurelles d'investissement fortes** liées aux nécessaires transitions alimentaire, écologique, industrielle et numérique ; etc...

Comment piloter son activité hors domicile dans un contexte aussi mouvant, incertain et contraint ?

Les enjeux sont de taille pour la filière hors domicile. Pour ses acteurs, il s'agit de **concilier durabilité, croissance économique et revitalisation du tissu productif local**, préalable indispensable à toute idée de **souverainetés alimentaire et industrielle**, désormais mentionnées dans l'intitulé des ministères « de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire » (Marc FESNEAU) et « de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique » (Bruno LE MAIRE).

On le voit, pour répondre aux enjeux et aux défis du redémarrage de nos marchés, **plus que jamais disposer de la bonne information est 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**.

- **Les difficultés conjoncturelles actuelles ne doivent en aucun cas occulter l'obligation** pour toutes nos entreprises d'opérer un **changement radical de paradigme de production** : qu'elles soient alimentaires ou non alimentaires, les entreprises, 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**.

Au cours des 4 années écoulées, les sujets entrant dans le périmètre d'activité du GECO n'ont cessé de se multiplier, en nous mobilisant fortement :

- Etats Généraux de l'Alimentation (EGA),
- Loi EGALIM1 et ses décrets d'application,
- Feuille de Route Economie Circulaire (FREC),
- Loi AGECE et ses décrets d'application,
- Loi Climat&Résilience,
- Loi EGALIM2,
- Le Conseil National de la Restauration Collective,
- La REP des emballages de la Restauration,
- Et la crise COVID19 (prise en compte de la filière fournisseur dans les dispositifs d'aides à la restauration, suivi des impacts et fermetures sur nos marchés, suivi des protocoles, etc.),
- Flambée des prix, blocages et ruptures sur les marchés publics,
- Nutriscore en restauration,
- Révision des recommandations de l'ex-GEM RCN,
- La standardisation des données produit dématérialisées en RHF,
- Etc.

Ces sujets sont venus s'ajouter à nos activités « courantes » :

- Suivi et gestion des différentes **Etudes** / conception, organisation et gestion des **Formations** / conception, organisation et gestion des **Rencontres Clients** / animation et organisation des **Commissions de travail** / **Revue de Presse** hebdomadaire / **Echanges réseau** avec les organisations professionnelles de notre écosystème food service/ etc.

En 2022, pour répondre à vos attentes et à des besoins toujours plus importants, le GECO FOOD SERVICE :

- **Finance plus de 130.000 €** d'Etudes, chiffres, datas, **fournis dans le cadre de votre adhésion** ;
- **Déménagement** dans des locaux plus fonctionnels et plus facilement accessibles ;
- Va **recruter** un.e JUNIOR pour renforcer l'équipe.

Vous épauler, vous informer, vous défendre, c'est ce à quoi s'emploie chaque jour l'équipe du GECO Food Service, pour vous permettre en 2022 **d'accueillir l'inattendu le plus sereinement possible, parce que bien outillés** sur vos marchés hors domicile.

Nous aurons plaisir à vous retrouver lors **de notre Assemblée Générale** du 22 juin prochain.



Cette année, l'Assemblée Générale sera aussi l'occasion d'adresser nos **remerciements** à Laetitia ROUAULT :

- **Après 17 années** au service des adhérents du GECO Food Service, Laetitia a pris de nouvelles fonctions le 23 mai dernier.
- Elle a réussi à se libérer pour venir vous dire au revoir lors de notre Assemblée Générale.

Pour l'heure, parcourez 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 2021 et en 2022.**

1. Marchés de la CHF en chiffres : 2021 versus 2020/19 - Insights 2022

Par Laurence VIGNE

Chiffres clés du marché de la CHD en 2021

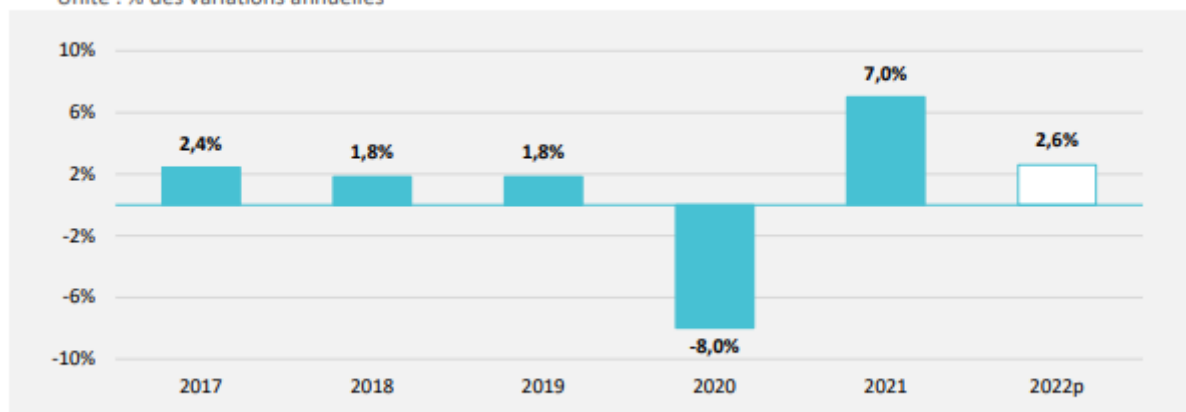
- **Au niveau macroéconomique**

Selon l'INSEE, la **croissance économique** a atteint 7 % en France en 2021. Il s'agit de la plus forte progression du produit intérieur brut (PIB) depuis 1969, année en pleine période des Trente Glorieuses au cours de laquelle il avait augmenté de 7,1 %. **Cette croissance de 7 % constitue donc, en partie, la contrepartie mécanique de la chute de 2020 (Rappel-7,9%)**.

En 2022 le PIB devrait progresser de +2,6% vs 2021.

■ Le PIB de la France

Unité : % des variations annuelles



Prévision Xerfi (dernière mise à jour le 12/05/2022) / Source : Insee

- **La consommation des ménages** a progressé de +4.8% en 2021. Cependant la cagnote de 169 milliards accumulée par les Français n'a pas été réinjectée dans l'économie. Le rythme d'accumulation a ralenti avec un retour à l'épargne plus classique en 2021.

En 2022, la consommation sera freinée par un pouvoir d'achats affecté par les hausses d'énergie et matières premières selon Xerfi sur le 1^{er} semestre. Elle devrait reprendre de la vigueur sur le 3^{ème} trimestre 2022 et se maintenir au niveau de + 4,8% pour l'année. Le matelas de l'épargne pourrait donc amortir le choc des hausses. Les secteurs brimés par la crise sanitaire devraient être le fer de lance de la croissance en 2022 : hôtellerie, loisirs, transports ...

■ Le scénario macro-économique pour la France à l'horizon 2022

Unité : % des variations annuelles

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 (p) |
|------------------------|------|--------|-------|----------|
| PIB | 1,8% | -8,0% | 7,0% | 2,6% |
| Consommation | 1,9% | -7,2% | 4,9% | 3,0% |
| Conso. publique | 1,0% | -3,2% | 6,4% | 1,9% |
| Investissement | 4,1% | -8,9% | 11,5% | 1,4% |
| Construction | 4,4% | -12,2% | 14,4% | 1,2% |
| Équipement | 3,1% | -11,2% | 8,8% | -0,4% |
| Importation | 2,4% | -12,2% | 7,9% | 5,3% |
| Exportations | 1,5% | -16,1% | 9,8% | 6,0% |

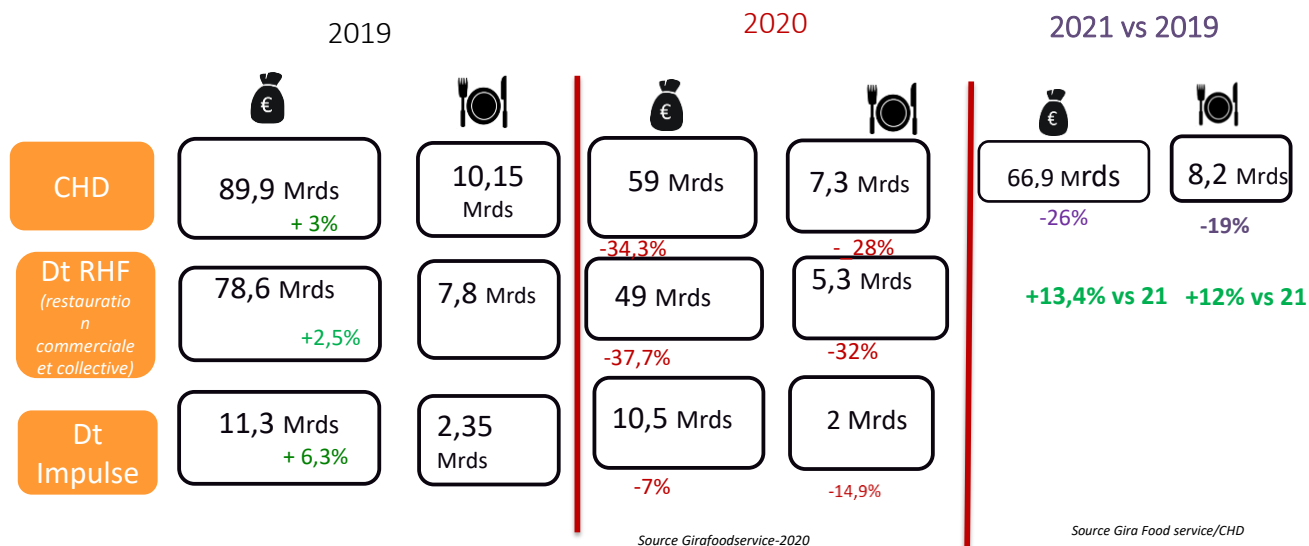
Prévision Xerfi (dernière mise à jour le 12/05/2022) / Source : Insee

- **Au niveau Marchés CHD**

> *Concernant les datas marchés (Source GIRA Food Service)*

A l'heure où nous travaillons ce rapport moral, les chiffres clés du Gira Food service 2021 sur lesquels votre association se fonde ne sont pas encore publiés. Les chiffres 2021 sont une extrapolation.

Rappel : en 2020 les restaurants ont été fermés 4 mois et 17 jours. En 2021, 4 mois et 18 jours avec une réouverture le 19 mai 2021 .



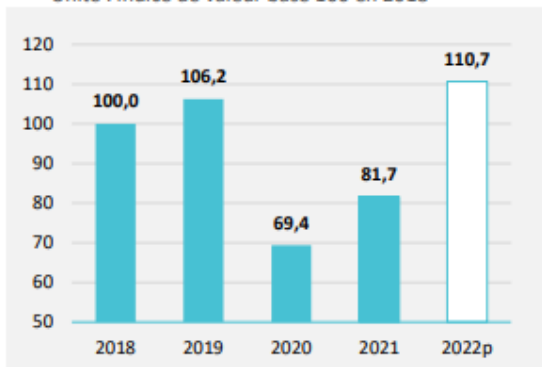
2021 est caractérisée par une reprise de l'activité vs 2020 mais avec un recul à deux chiffres de l'activité tant en valeur qu'en volume vs 2019.

Ce recul reste une extrapolation avec des impacts différents selon les segments d'activité, restauration collective, commerciale ou Circuits de Vente Alternatifs.

En 2022, Selon [xerfi Prévisis \(Note de Mai 2022\)](#), après deux années très difficiles, l'hébergement-restauration dépassera son niveau d'avant-crise en 2022 (+35.5%). Les professionnels pourront compter sur le dynamisme de la clientèle de loisirs, même si les pressions inflationnistes risquent d'inciter une partie des Français à revoir à la baisse leur budget vacances. La filière profitera également de la reprise du tourisme d'affaires et la reprise des événements organisés par les entreprises. Seule ombre au tableau, les difficultés de recrutement dans l'hébergement-restauration ne permettront pas toujours aux professionnels de faire face pleinement à la hausse de leur activité.

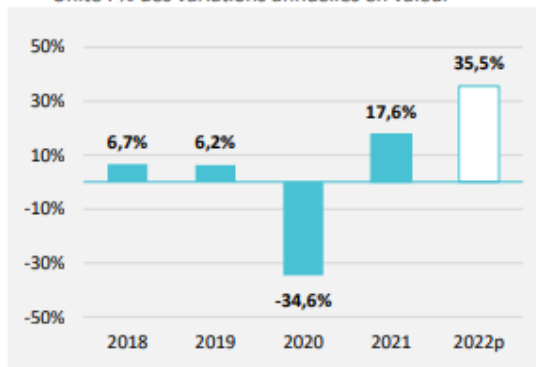
■ **Le chiffre d'affaires de l'hébergement et de la restauration**

Unité : indice de valeur base 100 en 2018



■ **Le chiffre d'affaires de l'hébergement et de la restauration**

Unité : % des variations annuelles en valeur

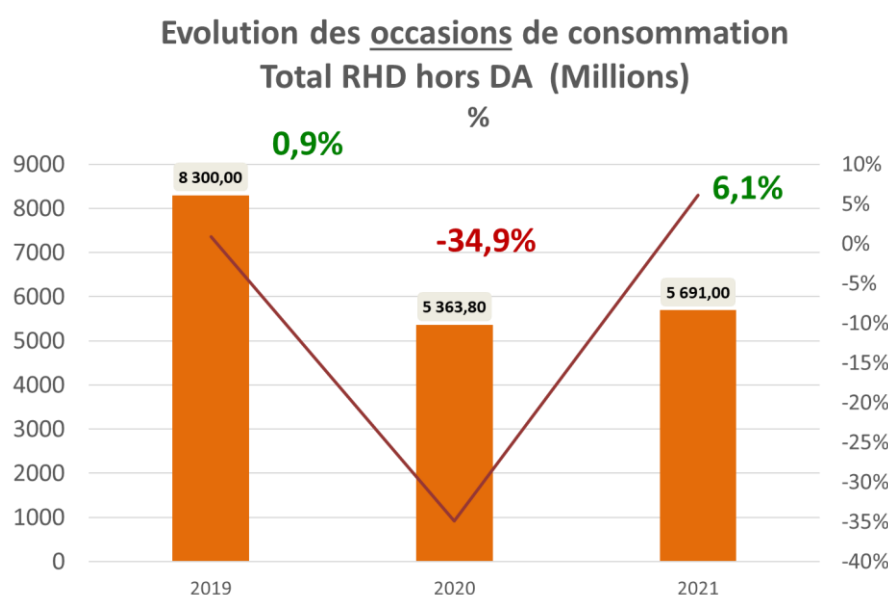
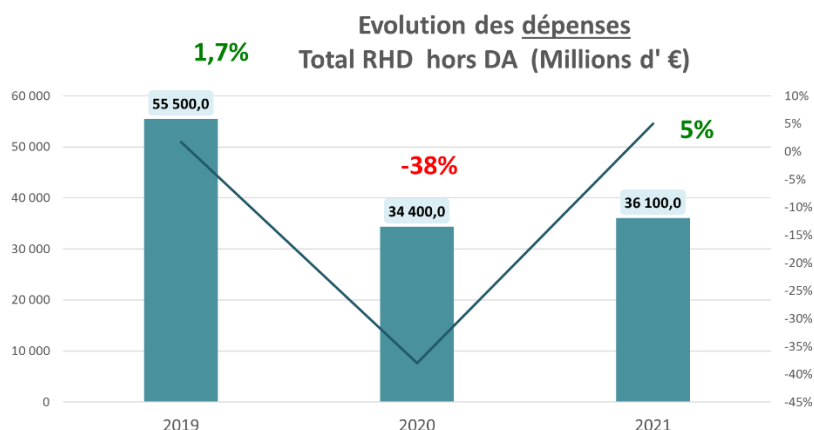


Prévision Xerfi (dernière mise à jour le 12/05/2022) / Source : Insee

> **Côté consommateurs (Source NPD GROUP- Panel Crest) ***

En 2021 vs 2020

Le marché RHD hors DA progresse **+5% en dépenses** et **+6.1% en occasions de consommation** avec une dépense moyenne qui régresse de -1,6% au global.

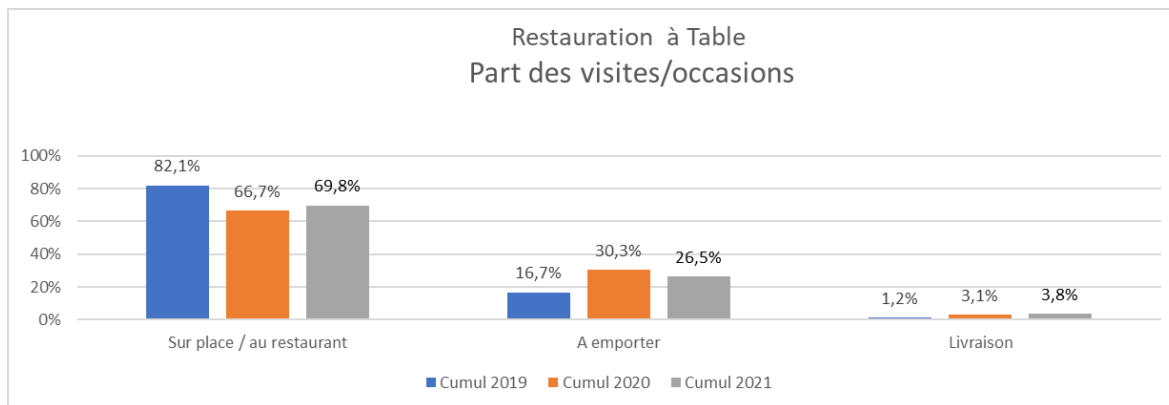


C'est la **Restauration rapide** (+15,2% en dépenses et +12,6% en occasions de consommation vs 2020) qui tire la croissance du marché en restauration commerciale avec les Burgers (+20,3% en dépenses et +23.1% en occasions) et les boulangeries (+18,8% en dépenses et +19,2% en occasions).

La **Restauration à table** reste fortement impactée – en recul de **-8,1% en dépenses** et de **-11,6% en occasions** vs 2020. La **restauration Loisirs et Transports** reste en retrait (-6.7% en dépenses et -1,8% en occasions de consommation).

La **Restauration d'entreprises** reprend de la vitalité **en dépenses (+5,1%)** et **en occasions (+7,5%)** mais reste en retrait versus 2019.

Grâce aux données achetées auprès de NPD Group, on mesure la **progression des modes de consommation que sont la Vente à Emporter et la Livraison sur les grands segments de la restauration commerciale**. Ainsi la livraison à domicile a progressé de 300% en restauration à Table comme le montre le graphique ci-dessous.



Le panel Crest couvre toute la restauration commerciale, la restauration du travail, les autres collectivités (cafétérias dans les hôpitaux par exemple), ainsi que la distribution automatique. **La restauration collective (malades, personnes âgées, enfants prisonniers ...) et le **tourisme étranger ne sont pas couverts par le Panel.***

En 2021, mutation et hybridation se renforcent.

Les modèles alimentaires convergent vers davantage de transparence, de végétal, de Bien-être, de juste rémunération avec des politiques publiques qui incitent vers davantage de circularité et de prise en compte de l'urgence climatique (Loi AGEC et Climat & Résilience).

Les modes de consommation poursuivent leurs évolutions en laissant une part belle à la livraison, le Click&Collect, avec une restauration rapide qui poursuit son développement. Néanmoins le consommateur, avec près de deux années d'absence de fréquentation de restaurant en service à table est à la recherche de plaisir, de convivialité et d'expérience. Idem pour le salarié qui est prêt à dépenser davantage lorsqu'il fréquente son restaurant d'entreprises.

Face à toutes ces nouvelles tendances, les restaurateurs et opérateurs de la restauration font évoluer leurs process de fabrication. Confrontés au manque personnel, à une fréquentation « fluctuante », ils se tournent vers des nouveaux modes de fabrication, de nouveaux concepts Dark Kitchen, Food court, frigos connectés ; Robotisation et automatisation seront des phénomènes à observer dans les mois et années à venir.



En 2022, ces tendances vont s'accroître et s'ancrent probablement dans les habitudes de consommation. Face aux augmentations de l'énergie, des matières premières et au recrutement toujours difficile, les restaurateurs devront faire preuve d'inventivité et de résilience.

La restauration d'entreprises va poursuivre sa mutation. Les restaurations de l'enseignement, santé-social vont être confrontées à des réalités financières compliquées avec une demande de la filière CHD de repenser les enveloppes budgétaires afin que les engagements d'achats durables et de qualité, de Santé publique puissent être maintenus.

La digitalisation progresse à tous les niveaux en Front et Back office au profit de l'optimisation, du service et de la transparence de quoi faire progresser la filière.

Autant de sujets sur lesquels le GECO Food service vous aidera pour vous apporter des éclairages, des données à travers les études et en particulier l'Etude annuelle consacrée au Digital, les rencontres Clients, les formations et son engagement aux côtés des parties prenantes de la filière Hors Domicile.

2. Retour sur les actions 2021 de votre association

Par Frédérique LEHOUX

Politique : **Défendre les intérêts collectifs des entreprises fournisseurs de la restauration, Des Actions menées seul et en Filière :**

Tout au long de l'année 2021, placée sous le sceau de la réouverture de nos marchés, le GECO Food Service s'est mobilisé pour animer des actions aux côtés de nombreuses organisations de notre écosystème : agir en filière de la fourche à la fourchette.

1. RESTAUCO pour la restauration collective ;
2. Le SNARR pour la restauration rapide ;
3. Le SNRC pour la restauration collective concédée ;
4. Le SNRTC pour la restauration thématique chainée ;
5. Le SNERS pour la restauration collective concédée (PMEs)
6. La CGI pour les grossistes distributeurs dont METRO adhérent au sein de FEDALIS, fédération membre de la CGI ;
7. La Coopération Agricole
8. La FNSEA

Que le GECO Food Service intervienne seul ou en filière, les combats menés au fil des mois ont été divers, notamment :

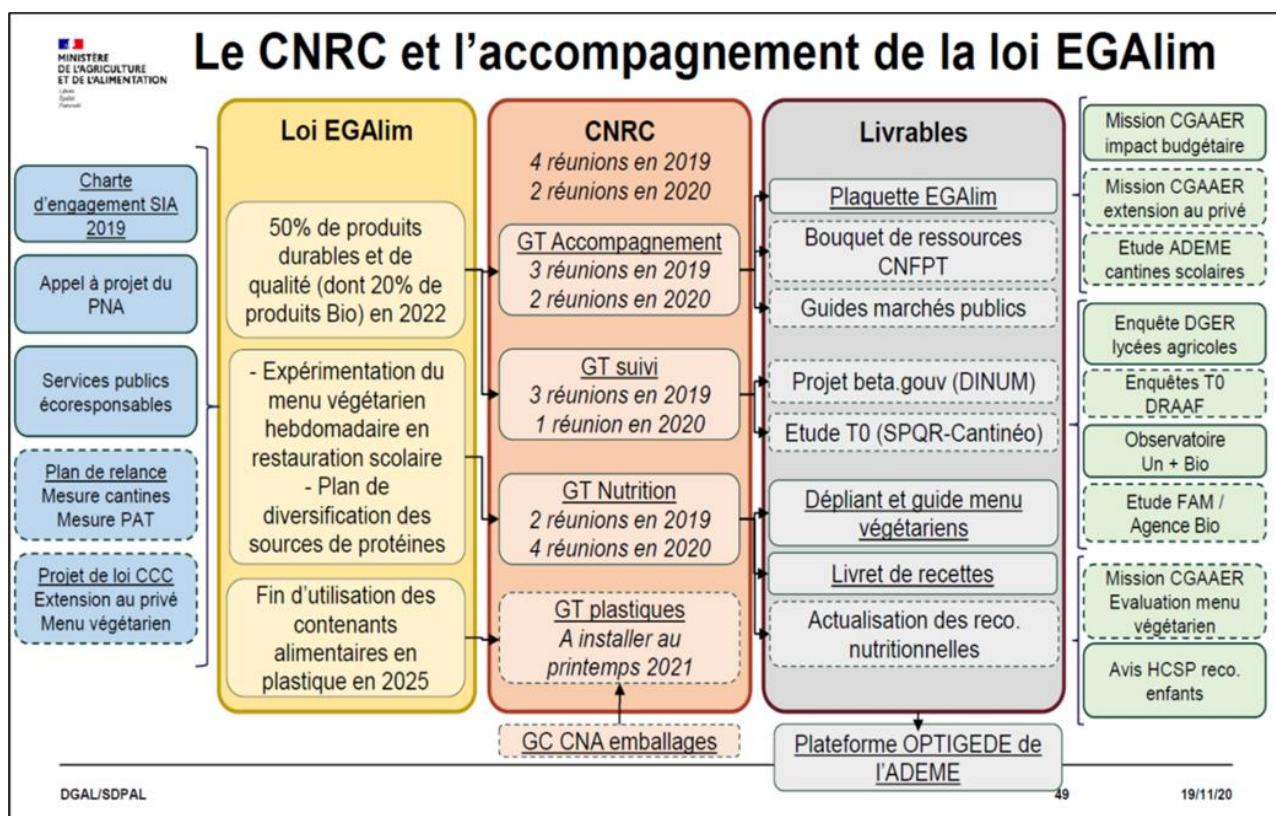
- Au premier semestre, pour le **maintien des aides** au bénéfice des acteurs de l'approvisionnement des restaurations – pour la **réouverture de la restauration commerciale** ;
- Pour une attention et une vigilance maintenue envers les acteurs de la filière approvisionnement, à compter du **redémarrage de la CHD**, la **filière étant fragilisée**, le **contexte de reprise très incertain** ;
- **Pour que la loi EGALIM2** ne constitue pas risque de frein très fort au redémarrage balbutiant des marchés hors domicile, à notre aval. Le nouveau formalisme lourd et renforcé s'avérait totalement inadapté aux milliers de référence hétérogènes vendues par les grossistes distributeurs. In fine, EGALIM2 ne s'applique pas aux Grossistes.
- Sur la **flambée des prix** des matières premières et industrielles, des transports, de l'énergie, etc... et la **rigidité des Marchés Publics**, l'absence **d'indicateurs pertinents**, l'approche des acheteurs publics à faire évoluer pour trouver des **solutions d'adaptation (marchés en cours – marchés en passation)**, la nécessité absolue **d'augmentation des budgets alloués à l'achat des denrées alimentaires** en restauration collective.

- Pour la compréhension la plus éclairée possible des marchés hors domicile, dans la perspective de la future **REP Emballages de la Restauration** : telle que rédigée dans la loi AGECE de février 2020, précisée par la loi CLIMAT&RESILIENCE d'août 2021, l'écocontribution financière a vocation à s'appliquer à tout emballage de tous produits (alimentaires et non alimentaires) « utilisés ou consommés par les professionnels ayant une activité des restauration ». L'impact financier peut-être très lourd.
- Pour une **exacte perception des produits alimentaires fournis par les entreprises alimentaires**, à destination de la restauration, notamment dans le cadre de débats vifs autour du **Menu Végétarien** en restauration collective.
- Pour le suivi des **textes d'application, et de l'interprétation de la loi EGALIM1**.

Auditions parlementaires, auditions du CGAAER (Conseil Général de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Espaces Ruraux), rendez-vous auprès de députés, de sénateurs, rendez-vous en cabinets ministériels, échanges avec le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, l'année 2021 a été riche en occasions pour le GECO Food Service de monter au créneau pour défendre les entreprises fournisseurs des marchés de la CHD.

En 2021 encore, le GECO Food Service a apporté à l'ANIA son expertise des marchés hors domicile et appuyé des actions.

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**.
- Jusqu'au mois d'avril 2022, le CNRC a été **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](#) - **Guides pour les acheteurs en restauration collective** / Plateforme gouvernementale « [ma cantine](#) » (Bas de page d'accueil - onglet « [documentation](#) »).



GT Accompagnement


1. Le bouquet de ressources CNFPT

En ligne dès fin avril

Informations sur la loi

Clip animé de présentation de la loi

Ressources accessibles à tous attractives et diversifiées



Ressources accessibles par différents itinéraires : métiers, thématiques (dont livrables CNRC)

ma cantine

Présentation de l'offre de formation du CNFPT (pour les agents territoriaux)

Auto-évaluation

En préparation : 6 petites vidéos (3 min) donnant « La parole à » un acteur

Contacts et e-communauté

DGAI/SDPAL 34 21/04/21

- **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 2021, le GT Nutrition du CNRC a œuvré **sur plusieurs thématiques en créant des sous-groupes sur chaque thématique** :

➤ **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 1 (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.](#)
- [Intégrer l'avis de l'ANSES \(Appui Scientifique et technique\) sur les fréquences alimentaires recommandées en restauration scolaire dans le cadre de l'expérimentation du menu végétarien](#)

De nouvelles recommandations alimentaires (et non plus uniquement nutritionnelles) vont être publiées Fin 2022 couplées à des tableaux de grammages révisés. Parallèlement un nouvel arrêté viendra remplacer l'arrêté du 30 Septembre 2011. Ces nouvelles exigences seront validées au préalable par l'ANSES.

9 Réunions depuis 2020 et une consultation écrite en 2021

- **Sous-groupe de travail sur les grammages** qui sont en cours de finalisation .
3 réunions en 2021 /2022
- **Travaux sur les menus dirigés dans le secondaire (Collèges et Lycées) pour les offres à choix multiple**, conformément au PNNS 4. Ces menus à choix dirigés seront intégrés dans les nouvelles recommandations alimentaires
- **Contribution aux travaux d'élaboration d'un guide pédagogique sur « Former les cuisiniers de demain aux enjeux d'une alimentation durable »** à destination des référents pédagogiques de l'Education Nationale pour les CAP/Bac pro Cuisine. Le Geco Food service a participé avec deux conseillers culinaires pour apporter notre expertise et nos savoirs -faire dans l'écosystème de la formation

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 ».
- **NOUVEAUTE Juin 2022 GT Economique** - Frédérique LEHOUX : A la suite de la forte mobilisation des 7 organisations de la Filière Restauration Collective (FNSEA / La Coopération Agricole / CGI / GECO Food Service / RESTAUCO / SNRC / SNERS) – cf. voir fin de rapport - **au titre de l'une de nos demandes**, le Ministre de l'Agriculture a mis en place un NOUVEAU GT Economique. Il s'est réuni pour la 1^{ère} fois le 8 juin 2022.

5 points ou questions sont retenus et devront être travaillés par le GT économique :

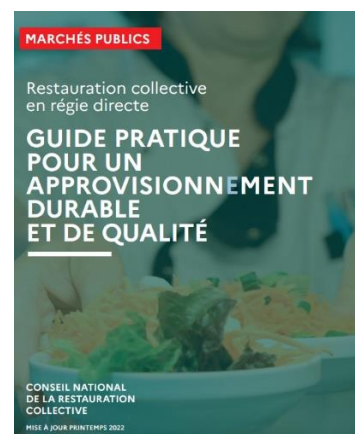
1. La quantification pour déterminer les impacts budgétaires : l'objectif est d'élaborer des chiffres simples pour éclairer les décideurs budgétaires ;

2. Comment absorber les hausses ? Sur cette question complexe, il importe de faire remonter un constat objectif et complet via une note aux autorités ;
3. Les précisions à apporter à la circulaire et le travail spécifique sur le choix des indices adaptés ;
4. Les difficultés d'application de la théorie de l'imprévision et des avenants ;
5. L'application opérationnelle de la circulaire : la sécuriser en recensant les difficultés et en proposant des bonnes pratiques, en assurer l'appropriation par les réseaux d'acteurs

➤ **Les GUIDES produits par le CNRC :**



Pour répondre à l'article 24 codifié en L203-5-4 du code de l'environnement



Guide pour délégation de prestations services

Guide régie directe

➤ **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 pour rendre une denrée composée « éligible » EGALIM – la prise en compte du coût des externalités environnementales liées au cycle de vie du produit, etc.

Le Monde du Surgelé – Interview de Frédérique LEHOUX - A quand le retour à la normale en restauration ? Le rapport des français avec la restauration a-t-il changé ? Les nouvelles restaurations comme les Dark Kitchens vont-elles impacter la typologie des produits fournisseurs ?

JUIN :

LES MARCHES-REUSSIR – 10 juin 2021 : Verbatims de Frédérique LEHOUX – Qu’attendre de la reprise en restauration commerciale ?

NEORESTAURATION : Avant/après la crise - Frédérique Lehoux, DG du Geco, “Des points positifs et des points de vigilance” ; Le redémarrage de l’amont est en cours, facilité par l’appétit des consommateurs, un peu moins par les incertitudes économiques et la pression réglementaire, comme l’explique Frédérique Lehoux, directrice générale du Geco...

AOUT - LES MARCHES-REUSSIR : Interview Frédérique LEHOUX - La restauration scolaire sera-t-elle prête à respecter les critères de la loi Egalim sur la montée en gamme de son offre au 1^{er} janvier 2022 ? Pourquoi les restaurants scolaires qui ne respectent pas les objectifs fixés par la loi Egalim ne seront pas sanctionnés ? Ce gain de qualité va-t-il entraîner une augmentation du prix du repas ?

SEPTEMBRE

LAURENT REPELIN, PRÉSIDENT DU GECO
« Un hommage à la deuxième ligne »
Avec son « Petit traité de fierté », le Geco souhaite rappeler aux pouvoirs publics l'importance et l'utilité de la filière agroalimentaire, du champ à l'assiette.



NEORESTAURATION : Interview de Laurent REPELIN

« Vous sortez un « Petit traité de fierté », de quel « agri-IT » ?
C'est d'abord un traité de la filière ARHD, du champ à l'assiette, un hommage à la deuxième ligne – tous ces gens qui se donnent, travaillent, sont agiles, créatifs et ont dû au premier choc de crise se remettre à l'ouvrage. Depuis mai 2020, ensuite, nous avons aimé de parler de fierté car elle caractérise le métier de restaurateur vis-à-vis de son produit, le fierté vis-à-vis des produits qui nous sont confiés. Nous ne sommes donc pas la parole à nos adhérents pour qu'ils reconnaissent ce qu'ils réalisent de cette période inédite, très compliquée. Ils ont souffert, mais ils gagnent le moment, la fierté, l'enthousiasme du tout simple. Pour nous, il faut rappeler de leur penser la grande vis-à-vis des pouvoirs publics. Du producteur au restaurateur, c'est toute une économie qui est en jeu, avec des produits concrets et développés spécialement pour le RHD, et qui se sont retrouvés pour servir dans une autre dimension avec la fermeture des restaurants. C'est le cas par exemple des œufs, les producteurs n'ont pas pu les vendre à la GMS, parce qu'ils ne sont pas les mêmes calibres.

« Que restera-t-il de cette période de parole des fournisseurs ?
Le spectre de leurs commentaires est très large, sur du côté humain et du côté technique. Mais surtout, j'ai été surpris par leur optimisme en sortie de crise... Il faut dire que c'est un métier de passion.

« Quel objectif recherchez-vous avec ce traité ?
Le premier, c'est donc de donner la parole à nos adhérents, le deuxième d'alerter les pouvoirs publics sur l'utilité de notre filière. Nous voulons remettre l'ignifuge au centre du village. Nous ne produisons aucun produit d'origine à part de nos propres espèces, que ce soit pour la qualité, faciliter le travail du restaurateur... Couper, lever un produit, est ce vraiment la valeur ajoutée d'un restaurateur ? Il faut à se

propres est intéressant. Les carnets veulent en effet, mais engagent les restaurateurs de réfléchir pour les personnes fragiles, les blancs, les jaunes ou les rouges tout entiers conditionnés en Fato Pak répondent par exemple à leur exigence.

« Concrètement ?
Nous allons lancer ce Petit Traité au moment du GAMA, puis nous prendrons notre temps de parler pour aller le présenter aux députés, au ministre de l'Agriculture pour les aider à comprendre notre filière, à prendre conscience de son importance. Pour le traité il ne faut opposer les produits bruts aux produits transformés, ce sont deux approches complémentaires. Pour tout permettre d'en parler différemment aussi. Nous en attendons une reconnaissance des entreprises de l'agroalimentaire – surtout à l'échelle de France, ce n'est pas neutre – qui face à un univers de besoins, apportent un genre d'innovation... »

Conférence de presse – 21 septembre

A la veille du SIRHA (23-27/09), le GECO Food Service a mis un coup de projecteur sur la situation à l’amont de la restauration, entre le champ et l’assiette du convive.

Cet échange avec Laurent REPELIN, et Frédérique LEHOUX, a été l’occasion de revenir sur : L’impact du COVID au cours des derniers mois ; Comment les entreprises fournisseurs envisagent un avenir encore trop incertain ?

Le **Petit Traité de fierté** a également été présenté à cette occasion.



GECO Food Service : Quid de la RHD en France ?



Le GECO Food Service met des mots derrière les chiffres



La crise de la restauration bouscule l'industrie agroalimentaire



La crise du Covid a laissé son empreinte sur les achats alimentaires

Prises de parole du GECO Food Service :

16/04/2021 : Intervention Frédérique LEHOUX - WEBINAR **BLEU-BLANC-COEUR** « *Valoriser le critère du coût des externalités environnementales dans vos achats alimentaires* »

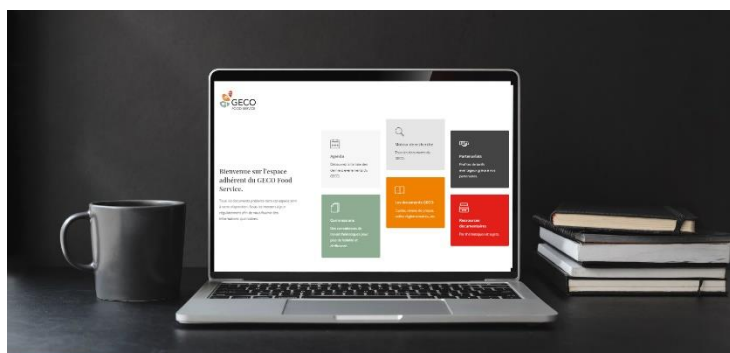
→ Process, cuisson, conditionnement et réchauffe : jusqu'en 2025, quelles alternative naissantes pour gérer la transition ? Table-ronde animée par Maxime Cordier (administrateur Agores et membre du GT Plastiques du CNA). **Cantines sans plastiques** (Jérôme Santolini, secrétaire), **GECO** (Frédérique Lehoux, directrice générale), **Uzaje** (François Satin, directeur restauration collective), **Bourgeat** (Patrick Mauries, responsable marketing), **Sorepack** (Robert Maget, directeur).

30/04/2021 : Intervention Frédérique LEHOUX - 35^{Eme} Forum AGORES (Association des Responsables de Restauration collective) à Soustons



02/12/2021 : Intervention Frédérique LEHOUX – congrès NEORESTAURATION – Interviews croisées Quels impacts financiers des réglementations REP, AGECE, EGALIM et quelles possibilités d'innovations ?

Amélioration des outils de communication du GECO Food Service :



◀ **Nouveau site internet** du GECO Food Service mis en ligne en juillet 2021 pour améliorer notre communication auprès de **nos adhérents** et des **parties prenantes extérieures**.

Un espace presse : communiqués et dossiers de presse + chiffres du marché + vidéothèque + infographies + Charte/Petit Traité

Un espace hors adhésion : Formations + Rencontres + Outils statistiques



Petit traité de fierté

Entre le champs et l'assiette, tout un univers



◀ **Manifester la Fierté de nos entreprises !**

Un support **destiné à nos relais d'opinion** pour une prise de 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.

Un **document construit avec nos adhérents** : 20 entretiens pour recueillir votre expérience, votre analyse sur notre filière.

En tirer **les forces de nos entreprises**, la **fierté** de travailler pour la consommation hors domicile, de **valoriser des produits** de qualité, de s'adapter 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.

“ Derrière une assiette,

il y a des milliers de femmes et d'hommes qui contribuent à permettre aux professionnels de la restauration hors domicile de nourrir et d'apporter du plaisir aux 67 millions de Français et à nos touristes. ”

◀ **NOUVELLES PLAQUETTES : à utiliser !**

L'association référente des fournisseurs de la CHD

- Evolution des ventes (Statistiques, indicateurs)
- Veille réglementaire et médias (Sur tous sujets impactant les marchés de la CHD)
- Expertise (Commissions, groupes de travail)
- Formations (Dédicées à l'approche spécifique des marchés de la CHD)
- Salons unique de professionnels (Retours d'expérience, exemples de bonnes pratiques et de nouvelles initiatives)
- Plateforme de dialogue (Avec les pouvoirs publics et les organisations amont et aval de la filière restauration)
- Défense des intérêts collectifs (Pour les fournisseurs sur les marchés de la CHD)
- Mise à disposition gratuite d'un espace au sein de nos locaux

Nos solutions alimentaires vos performances

- Observatoire
- Capacités
- And que d'autres aspects
- Logiciels
- Permettre sur
- Etude
- Etude
- Etude

Rejoignez-nous

Vous êtes un professionnel de la restauration et vous souhaitez bénéficier de nos produits et services... Rejoignez-nous !

4. Tous vos outils et services fournis par le GECO Food Service en 2021-2022

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 !**

1/7. 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

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 2021, tous les chapitres ont été remis à jour en s'appuyant sur les datas 2020, et 2019 comme référence, tout en insérant chaque fois que possible, des chiffres et datas actualisés au fil des mois 2022 :

- Les marchés et la distribution en France (Chiffres 2020) ;
- 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 (~30 Fiches).

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

En 2022, une nouvelle mise à jour sera effectuée sur les différents chapitres (**Chiffres 2021**) avec des insights **2022 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

2/7. 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



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

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 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

En 2022, il a été décidé de revenir à une fréquence Semestrielle, tout en conservant les indicateurs Mode de commande : sur place / vente à emporter / livraison. Les données du 1^{er} semestre seront livrées fin juillet/début août.

3/7. Le Baromètre de la Restauration Collective (Cabinet CHD Expert)

Contact : Frédérique LEHOUX - frederique.lehoux@gecofoodservice.com



Le « *Baromètre de la restauration collective* » permet de disposer d'**indicateurs faisant défaut dans le panel CREST** : il porte sur 4 segments Education / Entreprise / Santé / Social (principalement Maisons de Retraite)

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.

Indicateurs : ▪ 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 ▪ Impact EGALIM1 ▪ Impact COVID.

En 2021, la démarche a évolué : dans le contexte de la crise sanitaire, mais aussi dans le cadre d'un outil qui ne semblait plus très utile en version annuelle, il a été décidé de « splitter » l'outil en 3 baromètres :

- Un **baromètre conjoncturel** pour mesurer les réalités post covid et certains enjeux clés (en excluant l'entreprise)
- Un **baromètre structurel** pour mesurer les évolutions à mener tous les ans (en excluant l'entreprise) - > 2022
- Un outil de mesure dédié à **l'offre alimentaire et boisson en entreprise**, compte tenu des grands changements et de la volonté de mieux connaître le milieu de l'entreprise dans son ensemble (2022)

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.

4/7. Fin de l'Etude annuelle 2019 : Novembre 2021, le Quanti de notre Etude 2019 enrichi de questions liées au COVID

Pour **mieux comprendre le comportement du consommateur dans ses choix en CHF**

Contact : Frédérique LEHOUX - frederique.lehoux@gecofoodservice.com

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

Il revient à la **Commission Etudes & Outils Marketing** : de **choisir le thème** de l'Etude / de **rédiger le cahier des charges**, / de **proposer des cabinets** d'études / de recevoir les cabinets auxquels le brief a été adressé et de les auditionner / de choisir le **cabinet retenu**.

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

Les objectifs de l'étude



Comprendre les motivations et les freins du consommateur à consommer hors domicile, selon les moments et les circonstances



Comprendre les motivations et les freins du consommateur dans le choix d'un point de vente (snacking) ou d'un lieu de restauration hors domicile



Comprendre les motivations et les freins du consommateur dans son choix de produits (snacking) ou de composantes du repas (restauration)



Aboutir à une vision par circuit et par catégorie de consommateurs, des drivers clés des choix : temporels, environnementaux et liés à l'offre de produits



Pour adapter les offres produits, les outils et les approches marketing
 Pour affiner le mix produit selon les circuits et circonstances
 Pour définir la valeur de marque et adapter la communication
 Pour anticiper les grandes tendances de demain...

chdexpert

3

(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 a été lancé finalement en **novembre 2021** avec l'incrémentation de quelques questions nouvelles liées au COVID19.



A NOTER : Retrouvez tous les documents relatifs à l'Etude annuelle 2019 sur le site GECO Food Service, Espace Adhérents.

5/7. **Etude annuelle 2022** La Restauration Digitale post COVID

Contact : Frédérique LEHOUX - frederique.lehoux@gecofoodservice.com

Le choix de la Commission Etudes & Outils Marketing s'est porté sur le thème de « la Restauration digitale post COVID », un thème vaste qui peut être appréhendé sous différents angles : aucun parti pris n'a été arrêté.

3 cabinets ont finalement répondu à notre appel d'offre : nous les avons sollicités pour avoir leur vision du sujet, pour apprécier leur valeur ajoutée dans l'approche du thème.

- Le terrain pourrait être réalisé sur Oct./nov. 2022.
- Livraison du Rapport en Décembre 2022 (ou février 2023).
- Réunion de présentation aux membres du GECO Food Service en janvier 2023.
- Notre enveloppe est de 40.000 €.

Les cabinets ont été auditionnés **le 31/05** ; leurs supports et documents transmis, ont été diffusés **le 14/06**.

Les 3 propositions sont très différentes :

- elles reposent chacune sur des partis pris propres à chaque cabinet, une vision proposée de notre sujet,
- et in fine, chacune va induire un usage des résultats par vos entreprises qui répondra à des besoins différents.

1- **Proposition par FOOD SERVICE VISION :**

Pour répondre à **vosre Stratégie Offre de Services digitaux à apporter à vosre aval**

2- **Proposition par CHD EXPERT DATAESSENTIAL**

Démarche collaborative pour vous **accompagner** dans **vosre stratégie digitale**

1- **Proposition par DECRYPTIS :**

DECRYPTIS a déjà traité la thématique du digital en restauration en 2016 – En 2022, l'objectif est d'aller plus loin : le digital n'est qu'un moyen, les fournisseurs ont besoin de **comprendre l'évolution de la restauration (avec ou sans COVID), comprendre la consommation du futur, dans laquelle se déploie le digital.**

Le choix du cabinet sera fait en fonction des retours reçus **au plus tard le 24/06**.

6/7. **NOUVEAU en 2022** un nouvel outil de mesure dédié à l'Offre alimentaire en entreprise

(Cabinet CHD Expert)

Contact : Frédérique LEHOUX - frederique.lehoux@gecofoodservice.com

La restauration d'entreprise est l'un des segments qui a le plus souffert de la crise COVID. Déjà marqué par une certaine désaffection (cf. Restauration au sein de l'entreprise, avec ses collègues, à des horaires contraints), la restauration d'entreprise a vu son modèle économique totalement bousculé par le télétravail, faute d'un nombre minimum et stable de salariés à servir.

Aujourd'hui, l'entreprise a besoin d'être attractive et de donner envie à ses salariés de revenir au bureau : l'offre alimentaire et boissons proposée par l'employeur est devenue un levier. Cette offre s'est considérablement diversifiée avec la mise en place de frigos connectés, de corners, de livraison au bureau, voire de livraison au domicile du salarié télétravailleur.

Pour appréhender cette nouvelle réalité, et mieux la comprendre, en 2022, le GECO Food Service offre à ses adhérents un **nouvel outil de mesure dédié à l'Offre alimentaire et boissons en entreprise**.

Les résultats seront livrés en juin 2022.

7/7. 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

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.**



DATAGECOFOOD SERVICE : le GECO Food service a investi depuis des années dans un programme informatique en **propre, modulable pour construire des outils Ad hoc par et pour les industriels.**

Indispensable pour le pilotage : En 2022, dans le contexte de reprise post COVID, ces outils sont pertinents pour mesurer les évolutions des différentes familles de produits, pour **voir à quels rythmes (% d'évolution de N sur N-1 et N-2) et sur quelles typologies de familles les clients se portent ou reportent.**

Le GECO Food Service propose 2 types d'outils :

Un indicateur de tendance trimestriel GECO 50 :
Mesurer les tendances d'évolution **au trimestre, par grandes familles de produits, par technologies.**

Etat de santé des marchés, cet indicateur 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^{ème} 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** a été organisé en juillet 2021 à destination des membres pour présenter ces outils et en rappeler l'importance notamment dans le contexte de la reprise ! 20 entreprises ont participé.

NEW : En 2022, création d'un outil de mesure **des plats et préparations veggie** avec l'abonnement de 9 entreprises du GECO Food Service : une réponse à des questions sur la **taille du marché en CHD des produits veggie** en plein développement.

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

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**.

Le Geco Food service s'est engagé dans la **certification QUALIOPI** pour confirmer à nos adhérents le sérieux et la qualité de service dans les formations délivrées. La certification sera réalisée en fin d'année 2022.

- 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 en place**, que pour **les nouvelles recrues** de vos entreprises.

- En complément du Parcours, des **formations sont proposées tout au long de l'année**.

Notre catalogue s'étoffe d'année en année pour répondre aux besoins des adhérents.

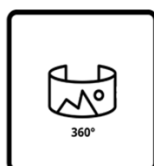
 **NEW : En 2022, création** de **deux nouveaux modules de formation** :

- > Une nouvelle formation créée sur mesure sur « **Le Category Manager en Food service** »
- > Une nouvelle formation pour mieux comprendre, négocier et sécuriser ses Relations Tripartites « **les Enjeux de négociation et d'encadrement juridique des Relations Tripartites** » (animée par Nicolas GENTY Avocats cabinet Loi&Stratégies et Danièle BROUTIN-PICHAT, consultante OMNIVISION). Cette nouvelle formation est complémentaire à la formation « Relations Tripartites sur le Développement des Ventes et l'activation Business » (animée par Eric NARDIN).

APPROCHE BUSINESS :



Relations tripartites et développement des ventes



Panorama des marchés de la CHF: Visions et Stratégie



Catégorie
Management
en food service



Négocier avec audace en Food service



Approche grands comptes utilisateurs

APPROCHE RÉGLEMENTAIRE



Optimiser ses négociations grâce à ses CGV pensées pour la CHD



Préparer efficacement son Mémoire Technique Marchés publics



Négocier et formaliser ses relations tripartites



Sécuriser et optimiser vos négociations commerciales en Food Service

BILAN 2021 : Dans un contexte difficile lié aux restrictions sanitaires perdurant au sein des entreprises, le GECO Food service s'est à nouveau fortement mobilisé, en faisant preuve d'agilité pour proposer des formats en distanciel, faire évoluer son offre et **répondre ainsi à la demande forte de nos adhérents former les équipes face aux nouveaux enjeux de nos marchés.**

Le nombre de sessions de formation proposé a plus que doublé en 2021. Au total 15 sessions de formations ont été dispensées pour un effectif total de 112 stagiaires concernant 28 entreprises (Rappel 6 session en 2020 pour 44 stagiaires formés) :

1. **Les chiffres clés du Panorama de la CHF** (47 stagiaires) 3 Sessions en distanciel, 1 session en intra-entreprises et 2 sessions en présentiel :
Un digest du Panorama de la CHF avec les chiffres clés 2020, les perspectives 2021/2022 et des **ateliers** pour aborder **les stratégies de développement** de ces marchés du Food Service. Précédemment dénommée PANORAMA DES MARCHES, un nouvel intitulé a été retenu pour rendre compte du **caractère dynamique et opérationnel de la formation** : « Vision et Stratégies : Panorama des Marchés de la CHF »
2. **Les Grands Comptes Utilisateurs** (16 stagiaires) -2 sessions
3. **Les relations tripartites : Comment piloter efficacement ses relations et développer ses ventes** (12 stagiaires), 2 sessions en présentiel.
4. **Optimiser ses négociations commerciales grâce à des CGV pensées pour la CHD** (5 stagiaires), 1 session en présentiel
5. **Sécuriser et Optimiser les négociations commerciales en Food service** (7 stagiaires) -1 session
6. **Négociations 2022 : Décrypter les impacts de la loi Egalim2 / Besson-Moreau pour les acteurs de la RHF afin d'anticiper les futures négociations** – Sessions 3h30 en distanciel -21 stagiaires 2 sessions ;
7. **Marchés Publics : Bien préparer son mémoire technique** (4 stagiaires) 1 session

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

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

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

Le GECO Food Service organise 3 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.

En 2021, les Rencontres Clients ont pu reprendre en présentiel sur le 2nd semestre.

Rencontre SYSCO :

- **Jacques DERONZIER**, Directeur Général
- **Mickaël MOTIN**, Directeur commercial
- **Jean-Christophe MILLE** Directeur de l'Offre.



Rencontre METRO :

- **Pascal PELTIER**, Directeur Général
- **Cynthia MEROP**, Directrice de l'Offre et Marketing
- **Marie GARNIER**, Directrice Qualité et Développement Durable. et Vice-présidente de la Fondation METRO « Pour un monde bien dans son assiette »



4. Les outils Expertise : les Commissions du GECO Food Service

Le GECO Food service est composé de 2 collèges : le Collège IAA (industries agroalimentaires) et le Collège Equipements, Services et Hygiène (ESH). La **complémentarité des métiers** renforce la légitimité de votre association à prendre la parole : ensemble, les **entreprises alimentaires** (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.

L'animation des 2 Collèges s'articule autour de **5 Commissions de travail** :

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

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 fil conducteur, 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 Laurent HAEGELI | CAP TRAITEUR

Contact : Laurence VIGNE - laurence.vigne@gecofoodservice.com

La commission informe régulièrement les membres sur les différents sujets impactant nos marchés, notamment via les clients, et les consommateurs/convives (cf. sujets : Santé publique, Nutrition spécifique à nos marchés, informations réglementaires, etc.) :

- 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 2021, 4 réunions se sont tenues en distanciel au total réunissant plus de 120 personnes (**39 entreprises**).



La veille 2021 a porté sur les sujets suivants :

➤ **Information réglementaire**

- Projet de décret relatif aux dénominations employées pour désigner les denrées comportant des protéines végétales (en réf. à la loi de transparence sur les produits agricoles et agroalimentaires de juin 2020)
- Décret n° 2022-65 du 26 janvier 2022 sur l'affichage des viandes en RHF
- Loi EGAlim2 n° 2021-1357 du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs
- (Volet Information du consommateur)
- Avis du Conseil National de la Consommation sur [l'indication de l'origine des denrées et de leurs ingrédients](#)-septembre 2021
- DDM Evolution de la réglementation

➤ **Nutrition**

❖ **Restauration scolaire**

- **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.

- **Guide sur le Plan pluriannuel de diversification des protéines** : suivi de la rédaction CNRC à destination des collectivités pour répondre aux obligations de la loi EGAlim.
- Evolutions de **la formation initiale des cuisiniers CAP et BAC Pro** : suivi travaux du CNRC aux fins de rédaction d'un guide d'accompagnement pédagogique « Former les cuisiniers de demain aux enjeux d'une alimentation durable »
- **Rapport du CGAEER** sur l'évaluation du menu végétarien hebdomadaire
 - ❖ **Nutri Score** :
 - Suivi de l'expérimentation en restauration collective en restauration universitaire. (Intervention de Nathalie BEUGNOT, Directrice du CROUS de Versailles)
 - Echanges avec J.M COMBOROURE de la Direction Générale de la Santé et ses équipes sur la mise en place du Nutri Score en RHD
 - ❖ **Alimentation des seniors**
 - Veille sur les sujets d'étude portée par Alim50+ association à laquelle le GECO Food service adhère
 - Participation à des webinaires sur l'Alimentation des Séniors, la prévention
 - Préparation d'un 2nd atelier (suite à celui de janvier 2020)
 - **Avis** du HCSP relatif à l'actualisation des repères alimentaires du PNNS pour les personnes âgées.
- ❖ **Etudes, avis et sources diverses, etc.**
 - Intérêt et limites des applications par JM Lecerf, [avis ANSES](#) sur l'enquête de consommation individuelle INCA 3 et la consommation Hors Domicile, référentiel Ecocert en cuisine

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 # 2 Alimentation des Seniors : en janvier 2022

Meilleure connaissance des Mangeurs seniors, des besoins des populations et plus concrètement aborder les réalités du métier de cuisinier en EHPAD par des témoignages .



L'audition et intervention de parties prenantes :

En février 2021 Nathalie BEUGNOT est intervenue pour partager les résultats de l'étude Nutri-Score qui a été perturbée par la crise COVID notamment l'approche Consommateurs et comportements versus l'affichage du NS en self-service.

En 2022, les principaux sujets portent sur :

- > **Les évolutions des recommandations nutritionnelles** pour la restauration scolaire et les **futures obligations réglementaires** (ex GEMRCN et arrêté du 30 septembre 2011). Finalisation et saisine de l'ANSES - **Application en 2023**
- > **Rédaction d'un guide** pour la mise en place de **l'option végétarienne quotidienne** pour les collectivités volontaires (**Loi Climat&Résilience**)
- > **NUTRI SCORE** en restauration Hors Domicile (Livrables attendus pour cet été)
- > **L'Alimentation des Seniors** : Organisation d'un atelier #3 avec une approche pragmatique - Jeudi 24 novembre 2022 - 10h-12h30
- > **Lutte contre le gaspillage alimentaire / DDM/** Panier repas en restauration collective/ Ecole Antigaspil Intervention de Too Good To Go

Retrouvez les slides et les comptes-rendus : dans l'Espace Adhérents/Commissions /Nutrition

Pour Seniors : Espace Adhérents /ressources /Nutrition/Seniors/conf Ateliers

Commission Etudes & Outils Marketing

Animée par Fabienne ROCHEFORT, Directrice Marketing | PIERRE MARTINET

Contact : Frédérique LEHOUX – 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 - *outr* 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

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 **réglementaire, juridique et technique** des sujets « approvisionnements » (Cf. obligation de 50% de local, BIO, SIQO, etc.), Gaspillage alimentaire, Plastiques, REP des Emballages de la Restauration, tant en lien avec la réglementation française (suivi des lois **EGALIM – AGEC – CLIMAT&RESILIENCE**) qu'avec la réglementation européenne notamment la **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

En 2021, trois réunions se sont tenues réunissant 30 personnes.

La veille en 2021 a porté sur :

La Loi EGalim / Loi AGECA (Alliance pour l'Économie Circulaire) :



- Restrictions des contenants plastiques en restauration collective,
- Suppression des barquettes plastique et ses impacts en termes de nouveaux contenants et/process,
- Restrictions des plastiques à usage unique
- Réemploi réutilisation et recyclage
- REP restauration (produits d'hygiène)

Loi Climat&Résilience publiée en août 2021

Les tendances Marchés et consommateurs Risques et Opportunités pour les business

Avis N°87 du Conseil National de l'Alimentation sur la substitution des contenants plastiques en Restauration collective



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

- Elaboration d'une fiche « Les plastiques en pratique » finalisée en 2022



RAPPEL : N'hésitez pas à utiliser au sein de vos équipes pour leur parfaite connaissance des contraintes hygiène chez les utilisateurs, l'outil mis à jour [J'Aplic l'Hygiène en cuisine professionnelle](#). Cet 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

Intervention de Marc GRANDMOUGIN Président de Resto France Experts (*L'association RFE regroupe des professionnels du secteur de l'hôtellerie-restauration, consultants et fabricants de matériel. Elle a pour objectif de promouvoir l'expertise et le savoir-faire de ses adhérents et d'être au service des futurs utilisateurs*)

Cette intervention a porté sur les évolutions des métiers des bureaux d'études qui accompagnent les projets de cuisine au plus près des besoins des décideurs, au cœur des évolutions des espaces de restauration .En cette période post Covid , il a été apprécié de partager sur ces thématiques.

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

En 2022

- > Poursuite de la veille sur les impacts des suppressions des contenants en restauration rapide (sur place) , en portage à domicile et dans les autres restaurations collectives /impacts sur les business
- > Veille sur les réglementations liées aux caractéristiques environnementales, huiles minérales etc.
- > Porter un projet de prospective

Après deux années très compliquées pour nos marchés, la question se pose sur l'avenir de ces restaurations Hors Domicile avec de nombreux enjeux tant au niveau des comportements des consommateurs que des évolutions structurelles des métiers, des impacts réglementaires.

Cette étude de prospective sur la Cuisine de Demain à Horizon 2030 a été confiée à SOCIO VISION .

Commission Boulangerie-Pâtisserie

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

Contact : Laurence VIGNE - laurence.vigne@gecofoodservice.com

Initiée fin 2020, la Commission s'est réunie 3 fois en 2021 avec pour objectifs

- Mieux comprendre l'activité, le poids de ce segment, les évolutions
- Echanger avec des organisations professionnelles
- Inviter des acteurs pour mieux aborder leurs stratégies et modes d'organisation ;
- Se nourrir des Bonnes Pratiques des membres de la Commission et du réseau.

EN 2021

- > Mise à disposition d'une synthèse de chiffres clés et data
- > Intervenants reçus : le directeur R&D de BANETTE, le Délégué Général du CEBP (Cercle d'Etudes de la Boulangerie-Pâtisserie)

A date, 29 entreprises participent à cette commission.

En 2022

Poursuite de rencontres avec des intervenants sur les marchés Boulangerie Pâtisserie

-Février 2022 Interventions des représentants du Syndicat des Boulangers du Grand Paris

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 2021, vous avez été un certain nombre à profiter de ce service compris dans votre adhésion. **En 2022, nous déménageons FIN AOUT au 124 Bd MAGENTA 75010 : nous avons déjà hâte de vous y recevoir dans des locaux plus fonctionnels.**

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

01 53 01 93 10 - geco@gecofoodservice.com

6. Nos points d'attention en 2021-2022

Dans ce concert de sujets, **nous sommes déjà très mobilisés, notamment autour des sujets suivants :**

1/ La REP Emballages de la Restauration dont les impacts financiers peuvent être majeurs.

RAPPEL : la REP c'est l'obligation « *de pouvoir ou de contribuer à l'élimination des déchets* » qui proviennent des produits que l'on fabrique, vend, importe, met sur le marché.

Les objectifs de la REP :

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

2 modèles de fonctionnement de REP :

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

Il existe notamment une REP pour l'élimination des Emballages Ménagers . Plus l'emballage du produit est vertueux, moins on paie. Moins il est vertueux (difficilement ou pas recyclable) plus il est « taxé ». (ci-dessous données du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire de juillet 2018)

- Agrément en cours : 2018 – 2022
- Sociétés agréées mettant en oeuvre leur agrément : CITEO - ADELPHÉ
- Environ 22 700 contrats adhérents, environ 740 contrats collectivités (36 0000 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 : 75 %

A date, en Hors Domicile, sont concernés par la REP emballages ménagers, tous les emballages des produits qui sont emballés sur place, et vendus emballés à emporter dans les circuits de distribution suivants : (note ADELPHÉ 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, les entreprises paient une écocontribution pour les produits mis sur le marché français :

- qu'elles emballent,
- qu'elles font emballer à leurs marques ou sans marque,
- qu'elles emballent sous la marque d'un distributeur (MDD).

TARIF 2021 : <https://www.citeo.com/le-mag/la-contribution-2021-pour-le-recyclage-des-emballages-menagers>

Ne sont pas concernés par la REP EM : tous les emballages des denrées alimentaires **consommées sur place**, **ni les emballages des produits utilisés en back office**.

Rappel du cadre légal issu des Lois AGEC (fév. 2020) et CLIMAT&RESILIENCE (Août 2021) :

L'article 62 de la loi dite AGEC (loi n°2020-105 du 10 février 2020, relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie Circulaire dite loi Anti-Gaspillage et Economie Circulaire) modifie le Code de l'environnement :

« Art. L. 541-10-1. – Relèvent du principe de responsabilité élargie du producteur en application du premier alinéa du I de l'article L. 541-10 :

«1. Les emballages servant à commercialiser les produits consommés ou utilisés par les ménages, y compris ceux consommés hors foyer ;

«2. Les **emballages** servant à commercialiser les produits consommés ou utilisés par les professionnels et qui ne sont **pas déjà couverts par le 1. du présent article**, à compter du 1^{er} janvier 2025,

à l'exception de ceux qui sont consommés ou utilisés par les professionnels ayant une activité de restauration, pour lesquels ces dispositions s'appliquent à compter du 1^{er} janvier 2021. (...) » = REP Professionnels de la Restauration

Aux termes de cette rédaction, le législateur a retenu :

1. Que la future REP dite Professionnels de la Restauration était une **anticipation de la future REP dite DEIC** (Déchets Emballages Industriels et Commerciaux) : il s'agit de la même REP mais « l'exception », porte uniquement sur la date d'application ;
2. Que **tous les produits** « consommés et utilisés » sont visés ;
3. Que **tous les emballages** desdits produits sont visés.

Par la loi dite CLIMAT & RESILIENCE (2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets) la mise en place de la filière REP des emballages de la restauration a été finalement repoussée **au 1^{er} janvier 2023**.

A compter de mars 2021, sous le pilotage de l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) rattachée au Ministère actuellement dénommé Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires (MTECT), une étude a été menée aux fins d'**état des lieux des déchets de la restauration**. Le GECO Food Service a fait partie du Comité de Pilotage de l'Etude.

Le 19 octobre 2021, le GECO Food Service a transmis ses observations sur le pré-rapport en insistant sur :

- **La difficulté née du peu de données existantes** :
 - o Sur le secteur hors domicile, à savoir un secteur atomisé, hétérogène et complexe (circuit long),
 - o Et plus encore, sur la réalité actuelle des déchets et de leur gestion (leurs natures, leurs formats, leur tri, leur collecte, leur prise en charge, leur valorisation, etc.).
- **La difficulté d'articuler la nouvelle REP** Emballages de la Restauration (REP ER), **avec l'actuelle REP** Emballages Ménagers (REP EM) **et la future REP DEIC** (Emballages Industriels et Commerciaux) à venir en 2025 : nécessité de cohérence, en évitant les doublons.
- **Le contexte économique particulièrement sinistré** du secteur de la Restauration hors Domicile, notamment pour toute la filière amont de la restauration, dont le maillon des fournisseurs des produits hors domicile utilisés ou consommés par les professionnels de la restauration. Il convient à ce titre de

- **L'impérieuse nécessité** d'avoir un **système final adapté et conforme à la réalité effective** des gisements à prendre en charge, avec un **système de financement justement réparti sur les parties prenantes concernées**.

Le 16 mars dernier, la DGPR (Direction Générale de la Prévention des Risques) administration rattachée au MTECT a rendu public les résultats de l'étude :

- L'information sur toutes formes et natures de déchets de restauration et en toutes restaurations n'a pu être réunie notamment à raison du contexte de fermetures/Contraintes sanitaires.
- La DGPR a insisté sur le fait qu'il pourrait y avoir de la **progressivité** dans le Cahier des Charges de la future REP Emballages de la Restauration. Les termes de « **montée en puissance** » ont été répétés. La progressivité est intégrée dans d'autres REP récentes (sport – bricolage – jouets – bâtiment).

Elle a appelé à des observations au 18 avril : sur demandes ultérieures, le délai a été reporté au 30 mai.

CALENDRIER de la DGPR :

- **Avant l'été** : consultation/ concertation sur la rédaction de :
 - **Décret** : cadrage de la REP (précise les notions de Producteur, de produits concernés, avec quelques orientations clés) – décret en Conseil d'Etat (= plus long à finaliser)
 - **Arrêté** : base du cahier des charges de la REP ;
- **Sept/oct** : arbitrage du futur gouvernement pour **rédaction finale du Décret et de l'Arrêté** ;
- **Automne** : construction des **conditions d'agrément** du futur éco-organisme qui aura la charge de la future REP EMBALLAGES DE RESTAURATION
- **Agrément Eco-Organisme** :
 - Passage en commission REP **en fin d'année (fin nov/début décembre)**
- **01/01/2023** : date prévue dans la loi CLIMAT & RESILIENCE pour mise en place de la nouvelle REP RESTAURATION.

Le 23 mars, en RDV la DGPR s'est montrée beaucoup plus intransigeante, appelant à ce que les parties prenantes lui fassent des propositions pour un système effectif au 1^{er} janvier 2023, faute de quoi un système serait proposé au risque qu'il ne soit pas totalement adapté.

Depuis près de 2 ans, le GECO Food Service travaille aux côtés d'un certain nombre de parties prenantes, pour tenter de penser un système cohérent et pertinent de REP ER, 2 approches émergent :

- Un **système dit BELGE**, par taille d'emballage, dans lequel tout petit emballage, assimilable à un emballage ménager irait contribuer à l'actuelle REP EM, même s'il allait en restauration.
- Un **système dit AUTRICHIEN**, dans lequel, sur la base d'une étude fine des déchets présents en restauration, des ratios nationaux sont établis par catégorie pour prédéfinir le pourcentage de produits contribuant à la REP ER, et le pourcentage de produits contribuant à la REP EM, même si l'entreprise fait 95% de son business en restauration.
- **Nous ne savons pas dire, in fine, si** l'incidence de telle ou telle approche, sera négative ou pas (ni si cette incidence rendra la REP EM plus « avantageuse » ou pas, par rapport à la future REP ER dont on ne connaît pas du tout le tarif).
- Si l'on décidait que la clé d'entrée dans le futur dispositif REP ER, n'est pas la destination des produits, mais uniquement la **taille de leur emballage** (= approche dite du **Système BELGE**) - tous les « petits emballages » (définis par décret/arrêté) financeraient uniquement la REP EM, même s'ils vont dans le circuit Restauration (que ce soit en Back Office / VAE : LAD ou sur place).
- La REP EM gagnerait des emballages contributeurs (tous les emballages de petites tailles présents en Back office / VAE / LAD / Sur place).

- Les assiettes de calcul du tarif REP EM seraient modifiées par ces nouveaux volumes intégrés au calcul.
- L'atteinte des objectifs de recyclage serait modifiée par l'intégration de ces nouveaux gisements d'emballages.

Pour rappel, le tarif de l'actuelle REP EM n'a pas vocation à être dupliqué dans la future REP ER : cette nouvelle REP ER est à écrire depuis une page blanche. Tout est envisageable.

- A date, calculer l'impact de la future REP ER en appliquant le tarif de l'actuel REP EM, sur ses emballages food service est une approche qui **reste empirique**.

Le 29 avril, la DGPR a diffusé une Note intermédiaire rassemblant les 1ères pistes de réflexion, 14 Hypothèses de travail apparaissant s'inscrire dans le sillage d'une approche dite BELGE (par taille d'emballages).

Le 30 mai, le GECO Food Service a transmis sa Note de réponse aux Hypothèses de travail de la DGPR, rappelant notamment à titre liminaire :

*« En mai 2022 (rédaction de la présente Note), **c'est une filière extrêmement fragilisée** à laquelle il est demandé **d'absorber à l'aveugle un nouvel impact financier non mesuré ni mesurable** sur l'activité économique de 2023. A l'été 2022, les fournisseurs établissent des tarifs et conditions de vente de leurs produits à vendre en 2023 sans avoir la moindre idée de l'impact financier d'une future écocontribution applicable sur tout ou partie des emballages, de tout ou partie de leurs produits commercialisés, à tout ou partie de leur aval, en 2023. **Si l'on veut assurer une souveraineté alimentaire en restauration**, en maintenant les acteurs de la filière France d'approvisionnements de la restauration, dans un contexte connu d'extrêmes tensions économiques liées à toutes les hausses de prix (matières premières agricoles, emballages, énergies, transports, etc.), il est indispensable de ne pas rajouter des tensions liées à l'incrémentation de la future écocontribution REP ER : **pour la lisibilité des prix et l'acceptabilité de cette écocontribution, les acteurs devront pouvoir la faire apparaître sur leur facture.***

*Faute d'être en mesure de pousser tel ou tel système dont nul ne sait mesurer les impacts, la présente note a pour objectif de **présenter les points de vigilance identifiés** à la lecture des hypothèses de travail partagées par la DGPR, ainsi que pistes de réflexions. »*

Nous attendons le retour de l'administration.

2/ La révision des recommandations de l'ex-GEM RCN en restauration collective

3/ La flambée des prix - Hausse des coûts de production - Difficultés d'exécution des marchés publics en cours - Obtenir plus de budget d'achat alimentaire en restauration collective

Nos actions ont accéléré sur ce sujet à compter de notre **courrier filière du 22/12/2022 7 SIGNATAIRES** : La FNSEA / La Coopération Agricole / La CGI, grossistes-distributeurs / GECO Food Service / RESTAUCO (restauration collective en gestion directe) / SNERS (PMEs restauration collective concédée) / SNRC (restauration collective concédée).

DESTINATAIRES :

- Monsieur Julien DENORMANDIE, Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation
- Monsieur Bruno LE MAIRE, Ministre de l'Economie, des finances et de la Relance
- Monsieur Jean-Baptiste LEMOYNE, Ministre délégué aux PME
- Mme Carole DELGA, Présidente de Régions de France
- Monsieur François SAUVADET, Président de l'Assemblée des Départements de France (ADF)
- Monsieur David LISNARD, Président de l'Association des Maires de France (AMF)
- Mme Mireille RIOU-CANALS, Présidente du Conseil national de la Restauration Collective

THEMES/DEMANDES :

1/ Nous alertions sur la situation actuelle de la filière Restauration Collective à raison de la conjonction de :

- **flambée des prix** des matières premières + énergie, transports etc.
- post EGALIM2 / **dysfonctionnements liés à l'incohérence des régimes juridiques appros** entre eux + incohérence des régimes juridiques appros et aval Marchés publics.
- **Problèmes des indices inadaptés** en marchés publics denrées alimentaires
- **Insuffisance de l'investissement dans des prix d'achat** permettant la montée en gamme requise par EGALIM1 et la prise en compte du contexte conjoncturel

2/ Nous sollicitons un RDV en filière avec nos interlocuteurs ;

3/ Nous leur demandons de **mobiliser et sensibiliser leurs acheteurs publics respectifs** à la **nécessité d'adapter les marchés publics en cours**, en leur adressant un courrier sur le modèle du courrier/circulaire du Premier Ministre du 16 juillet 2021 + Fiche Technique de la DAJ de juillet (Direction Affaires Juridiques rattachée à BERCY) sur les tensions en matière d'approvisionnements ;

4/ Nous sollicitons la **mise en place d'un Comité de crise Filière Restauration collective** avec un **médiateur** à actionner facilement en cas de situation de blocage.

5/ Nous demandons une **augmentation des budgets alloués à l'achat des denrées alimentaires** en restauration collective.

10/01/2022 : Rdv avec **le cabinet du Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation** - favorable à nos demandes court terme : circulaire, communication, mise en place d'un Comité filière.

Réponses écrites de l'AMF 19/01/2022 – de Régions de France le 09/02/22 : soutiens formels mais pas de propositions pour rechercher/construire une solution.



14/02/2022 - Tribune collective LES ECHOS : « [Opinion | La restauration collective en danger](#) » + reprise Presse, notamment REUSSIR – ZEPROS – RESTAURATION COLLECTIVE

23/02/2022 – Interview collective NEORESTAURATION : « [Alerte générale sur la restauration collective](#) »

28/02/2022 – Salon de Agriculture conférence de Presse sur le stand de la FNSEA + Communiqué de presse

18/02/2022 : [Nouvelle fiche de la DAJ](#) (Direction des Affaires Juridiques) rattachée à BERCY relative aux marchés publics confrontés à la flambée des prix et au risque de pénurie des matières premières.

23/03/2022 : [Nouvelle circulaire 6335-SG du Premier Ministre](#) « prise en compte de l'évolution des prix des denrées alimentaires dans les marchés publics de restauration » - [Site du Ministère](#)

30/03/2022 : [Circulaire complémentaire 6338-SG du Premier Ministre](#) – [Site du Ministère](#)

01/04/2022 : Plénière du CNRC avec la participation de Julien DENORMANDIE, Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation et de Joël GIRAUD, Ministre des Collectivités Territoriales.

Les ministres ont indiqué **que l'Etat avait pris la pleine et entière mesure de l'urgence**. En insistant sur le fait que la Circulaire du 23 mars 2022, centrée sur la restauration collective, résultait De notre courrier collectif du 22 décembre 2021, ils ont rappelé que cette circulaire devait être largement mise en œuvre par chacun.

Ils ont fortement interpellé les collectivités territoriales à prendre leur part de responsabilité dans le besoin de financement des achats alimentaires et dans la souplesse à mettre en œuvre dans les marchés en cours, autant que dans ceux à venir.

Julien DENORMANDIE a mis en avant **la volonté d'un Etat exemplaire** : une pression très forte est exercée pour l'atteinte des objectifs EGALIM. Si le constat est fait que lesdits objectifs ne sont pas encore atteints, il a insisté sur le fait que la dynamique était là. Un suivi de l'application de la loi est assuré ministère par ministère.

- Sur la nécessité d'un arbitrage des budgets : les dispositifs exposés en page 2 de la circulaire 6335 SG s'imposent aux services de l'Etat avec du financement, c'est-à-dire **des moyens pour la hausse induite par ces dispositifs, seront mis à disposition : l'Etat devra y faire face**.
- Sur Comité de crise : ce comité demandé par notre collectif va être installé au sein du CNRC. Le Ministre a indiqué s'assurer de sa bonne mise en œuvre.

Les ministres ont salué la mobilisation de notre collectif.

26/04/2022 : Rendez-vous filière **avec l'AMF** (Association des Maires de France)

27/04/2022 : Rendez-vous filière **avec l'ADF** (Association des Départements de France)

08/06/2022 : Mise en place du **GT Economique au sein du CNRC** (voir page ci-dessous sur CNRC) : une de nos demandes

15/06/2022 : Salon RESTAUCO – **Appel du 15 juin « 40 cts dans l'assiette pour sauver la restauration collective à la rentrée »**.

Un nouvel appel « pour sauver la restauration collective » - LE CUISINIER 15/06/2022 - Alors que le salon Restau'Co se tient le 15 juin à Paris Expo Porte de Versailles, les différents maillons de la restauration collective ont tenu à ouvrir l'événement avec la signature d'un appel intitulé « 40 centimes dans l'assiette pour sauver la restauration collective à la rentrée ».

⇒ **BFMTV**

⇒ **LES MARCHES**

Nous vous rendons compte des travaux du GT ECONOMIQUE.

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 des lois ;
- ❖ 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 2022, n'hésitez pas à nous contacter, notre équipe est à votre écoute !



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 !**

