



Assemblée

Générale

Ordinaire

📅 12 JUIN 2024

📍 PARIS - SALONS HOCHE



Tables

Rondes



Concilier vision business

et durabilité

pour performer en RHD



« Les outils statistiques produits au service de la performance en RHD »

TABLE RONDE



Pauline ARAUJO
Chef de Projet
KISS THE BRIDE



Laurence VIGNÉ
Secrétaire Générale Adjointe
GECO Food Service



Guillaume CHOLLET
Fondateur de LOYALTY COMPANY
KISS THE BRIDE

La data pour décrypter, comprendre, décider.

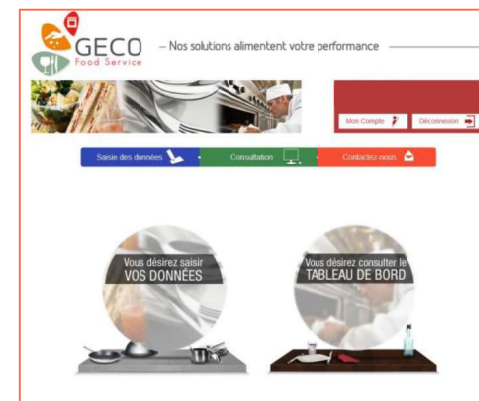
La donnée au service de vos marchés.



- ▼ La plateforme DATA GECO FOOD SERVICE est un **outil statistique** destiné à fournir des **indicateurs sur l'état de santé** de vos marchés et de vos catégories de produits
- ▼ **Confidentialité & anonymisation** : accès individuel, une interlocutrice dédiée à l'agence, sécurisation des données, un minimum de déclarants pour rendre visible les données
- ▼ **Respect du droit de la concurrence** : pas de parts de marché mais des résultats consolidés.
- ▼ **5 marchés à date** : CREMES & BEURRES, PLATS & PREP. POUR PLATS VEGGIE, ULTRA FRAIS LAITIERS & FROMAGES, GECO 50 et BISCUITS.

La saisie des données.

- ▼ Envoi de campagnes email au début de l'ouverture d'une période de déclaration (trimestrielle, quadrimestriel ou semestriel selon les marchés).
- ▼ Une saisie uniquement en ligne avec l'affichage des historiques déclarés et la possibilité de télécharger le bordereau pour archive.
- ▼ **La possibilité de justifier ses données**, surtout en cas de fortes évolutions mais pas que : **permet de mieux comprendre la tendance !**



Code	Produit	TÉLÉCHARGEZ VOS DOCUMENTS ICI :			Justification de hausses ou de baisses importantes
		Export Excel	Guide	Nomenclature	
		1er quadrimestre 2020	3ème quadrimestre 2019	1er quadrimestre 2019	
		Volume (en tonnes)	Volume (en tonnes)	Volume (en tonnes)	
231401	Total yaourts BFD		1 004,00	834,00	[Aucune]
231411	Yaourt ferme nature (125 g)		2 854,00	2 788,00	[Aucune]
231412	Yaourt ferme sucré (125 g)		1 733,00	1 633,00	[Aucune]
231413	Yaourt ferme maigre (sature) (125 g)		81,00	93,00	[Aucune]
231414	Yaourt ferme aromatisé (125 g)		2 476,00	2 411,00	[Aucune]

La consultation.

- Des **tableaux de bord aux résultats consolidés et anonymes** avec les évolutions de période en période et d'année en année.
- Des informations sur les mouvements adhérents ou familles de produits.
- La possibilité de voir les **résultats en graphique**.
- Le descriptif technique comme support à la lecture des tableaux de bord.
- La **nomenclature des déclarants** sur les différentes familles.
- La possibilité **d'exporter les résultats en Excel**.

GECO Food Service – Nos solutions alimentent votre performance

ADMINISTRATEUR
INTERFACE GECO FOOD SERVICE

Mon Compte | Déconnexion

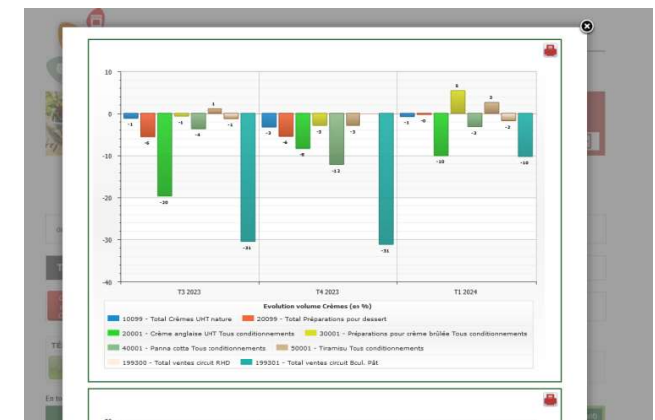
Gestion des droits | Consultation | Vue reporting | Contactez-nous

Trimestrielle | Résultats | Annexes

TÉLÉCHARGEZ VOS DOCUMENTS ICI :

Export Excel | Nomenclature | Descriptif technique | Historique équipements fonction.

En tonnes	Codigo	Produit	Dernières périodes					Années mobiles		% d'évolution sur un an (à univers constant)						
			2023		2024		Année		De trimestre à trimestre		Années mobiles					
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T1	T2	T3	T4	T1	T2		
10099	Total	21 897	18 401	21 246	19 086	22 250	28 791	33 907	33 909	32,2	32,2	24,7	4,8	1,6	31,9	19,9
10099	Total Crèmes UHT nature	20 124	16 778	19 341	17 245	20 456	25 347	34 306	33 909	39,2	39,2	24,9	-1,6	1,6	30,8	14,7
10009	Total Crèmes UHT nature => 30% MG	10 903	8 096	10 421	9 072	11 368	20 087	24 177	29 616	59,3	45,2	26,3	0,6	4,2	29,4	21,7
10001	Total Crèmes UHT nature => 25% MG + SL	8 414	6 820	8 347	7 811	8 841	21 099	20 899	30 619	85,9	82,1	31,1	4,3	2,7	30,4	22,6
10002	Total Crèmes UHT nature => 20% MG + SL	2 488	1 747	2 074	2 081	2 716	6 388	7 684	8 988	30,6	23,1	10,1	14,9	9,2	26,1	18,7

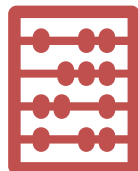


Une plateforme unique, sur-mesure, dynamique, à coûts mutualisés

Un outil support pour le Category Management



Dimensionner la ou les catégories



Mesurer leurs performances



Evaluer leurs dynamiques



Exploiter des données sur segment Utilisateurs en fonction des formats (critères catégoriels)



Fiabiliser des données versus d'autres sources de datas



Déduire/conforter sa PDM

Renforcer l'expertise data produits sur vos marchés

Une plateforme unique, sur-mesure, dynamique, à coûts mutualisés

Un outil de pilotage de la performance

GECO 50

>Un Etat de santé sur des grandes familles de produits et par technologie de conservation

>Un indicateur de tendance (trimestriel), en % d'évolution valeur et volume et prix unitaire moyen €/kg



Mesurer la vitesse de la reprise
(ex . post COVID)



Mesurer l'évolution
de l'inflation
(valeur , stagnation des
volumes , évolution des
Prix unitaires moyens)



Avoir à sa
disposition des
chiffres-clés



01

UN OUTIL A LA SOURCE

Un outil basé sur le déclaratif **de l'industriel**

04

UNE NOMENCLATURE ET UN PÉRIMÈTRE

Une nomenclature **Familles produits** et un périmètre de commercialisation déterminés par les fabricants (selon la pertinence)

02

UN OUTIL DYNAMIQUE

Des **fréquences adaptées** (mensuel, trimestriel, quadrimestriel, semestriel, annuel ...)

05

UN OUTIL FIABLE

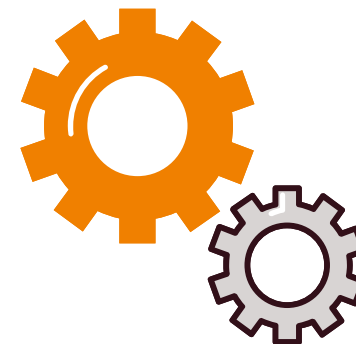
L'outil doit couvrir **60 à 70%** du marché global selon les marchés

03

LES INDICATEURS POSSIBLES

Le CA
Le Volume
Le Prix Unitaire Moyen €/kg,

Les poids verticaux
Les poids de la saisonnalité



Demain

- **Le marché Volailles et ses différentes segmentations espèces** (poulet, dinde, canard), signes de qualité (Standard, Label Rouge, Bio)
 - **«Les crèmes végétales » et aides culinaires**
 - **Les huiles et sauces condimentaires froides**
 - **Les salades Traiteur**
 - **Refonte Biscuits Pâtisseries**
- ... ou toute autre famille de produits où vous manquez de data !

Un outil construit pour vous et par vous !

Appel à des non-adhérents si besoin pour construire un outil représentatif



KISS THE BRIDE

LE MARKETING CLIENT DATA-DRIVEN



NOS TERRAINS DE JEUX :

LA DATA
INTELLIGENCE

LE MARKETING
RELATIONNEL

LE BRAND
& CONTENT

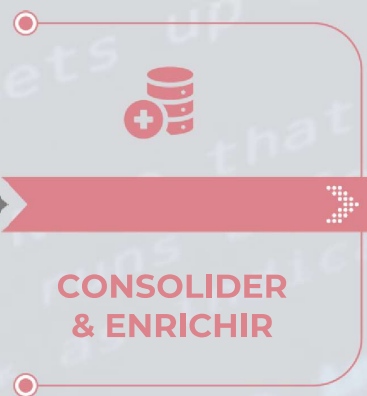




▼ NOTRE MISSION

CRÉATEUR DE LIENS DATA-INSPIRÉS,
NOUS ACCÉLERONS LA CONNAISSANCE,
L'ENGAGEMENT ET LA FIDÉLISATION
DE VOS CLIENTS

NOTRE APPROCHE DATA



**ALIMENTER
LES STRATÉGIES**
MARKETING
& COMMERCIAUX

**ALIMENTER
LES DISPOSITIFS**
FIDÉLISATION
STIMULATION
ANIMATION
PLATEFORMES
...

NOTRE OFFRE PRODUITS



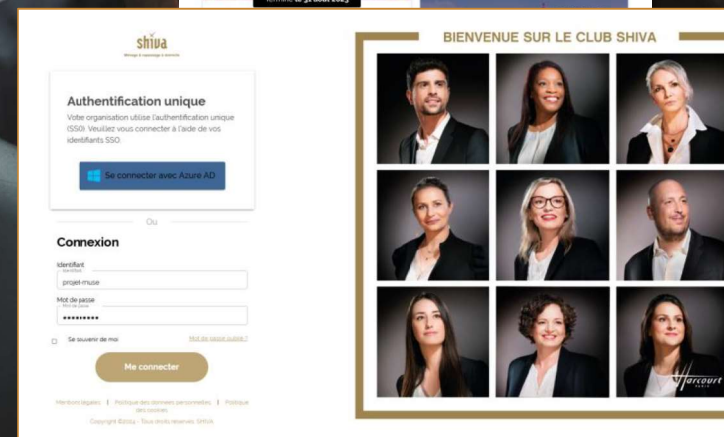
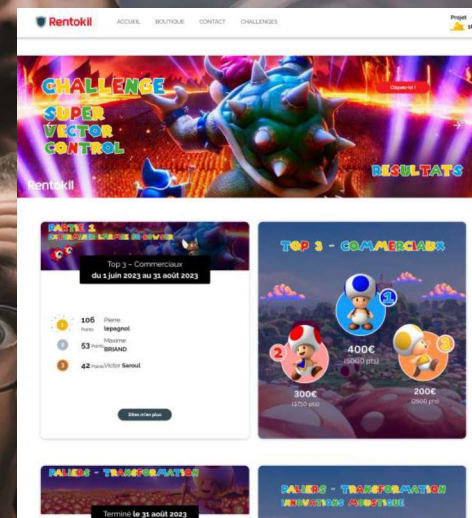
1^{ÈRE} PLATEFORME DIGITALE CRM DÉDIÉE AUX FRANCHISES, COOPÉRATIVES ET AFFILIATIONS



NOTRE OFFRE PRODUITS



PLATEFORME DIGITALE
D'ACTIVATION
ET DE FIDÉLISATION
DE PROFESSIONNELS



NOTRE OFFRE PRODUITS



1ÈRE PLATEFORME DÉDIÉE AU PARTAGE DE LA CONNAISSANCE CLIENT ENTRE DISTRIBUTEUR & FOURNISSEURS

Rapport I - Tableau de bord

Une vision globale de la qualité de votre parc clients avec les chiffres clés.

[+ Exporter](#)

CLIENTS	PERFORMANCE	ENGAGEMENT
Points de vente actifs 4 556 VS N-1: +81	Chiffre d'affaires 81 513 355 C VS N-1: +14,31 %	Segments de marché 13 VS N-1: 0
Parc clients actifs 4 632 VS N-1: +112	VOLUME 25 515 186 VS N-1: +6,36 %	LSR 127 VS N-1: 0
Volume en col 40 986 275 VS N-1: +5,9 %	Actes d'achat moyen 21,1 VS N-1: +4,39 %	Références actives 3 044 VS N-1: -3,79 %

Vous pouvez cliquer sur chaque log pour mettre à jour le graphique ci-dessous.

Points de vente actifs par mois

[FOCUS CLIENT](#) [FOCUS PRODUIT](#)

Rapport III - Parcs modèles

L'analyse de 6 parcs clients basée sur une dynamique d'achat permettant de comprendre votre performance et les tendances de fond.

[+ Exporter](#)

Ce rapport est uniquement disponible sur la période 12 mois glissants du 01/12/2022 au 30/11/2023

LIGES (détails des cibles)	Période Actuelle de déc-2022 à nov-2023				
	TRES REGULIERS	REGULIERS	OCCASIONNELS	OPPORTUNISTES	PDV PERDUS
TRES REGULIERS	266	76	16	21	-8
REGULIERS	118	492	143	52	-51
OCCASIONNELS	19	118	713	187	-221
OPPORTUNISTES	25	108	239	847	-755
PDV LARAIERS	15	82	293	726	81

Rapport II - Segmentations & statuts

Le classement de tous vos clients selon leur volume et leur engagement sur votre ou vos marchés cibles illustré en 16 segments et 6 statuts.

[+ Exporter](#)

PROFIL	ENGAGEMENT	URK				DÉCAL par client
		URK 1 <	URK 2 >	URK 3 >	URK 4 >	
CA 4 >	42 767 C	12	80	182	262	TOTAL CA 4: 488
CA 3 >	15 635 C	47	208	506	150	TOTAL CA 3: 911
CA 2 >	4 251 C	332	794	247	3	TOTAL CA 2: 1 366
CA 1 <	4 251 C	1 564	258	1	(VIRG)	TOTAL CA 1: 1 823
TOTAL LIG 1	1 955	TOTAL LIG 2	1 280	TOTAL LIG 3	TOTAL LIG 4	TOTAL PDV
			896		415	4 556

Classement de mes clients PAR segment de marché

[VIDEOT STATUTS](#) [REPERENEL STATUTS](#) [COMPARATIF STATUTS](#)

PERTES	SOLDE
Points de vente actifs: -1 035	Points de vente actifs: 81
Chiffre d'affaires: -5 532 089 C	Chiffre d'affaires: 5 475 229 C
VOLUME: -1 957 732	VOLUME: 1 399 862

KISS THE BRIDE

LE MARKETING CLIENT DATA-DRIVEN

**MERCI
DE VOTRE ÉCOUTE**



KEYNOTE



« Quel contexte économique en arrière-plan de la Transition écologique à financer en RHD ? »



Pierre-Marie DECORET
Directeur Économique
ANIA





INTERVENTION – GECO FOOD SERVICE

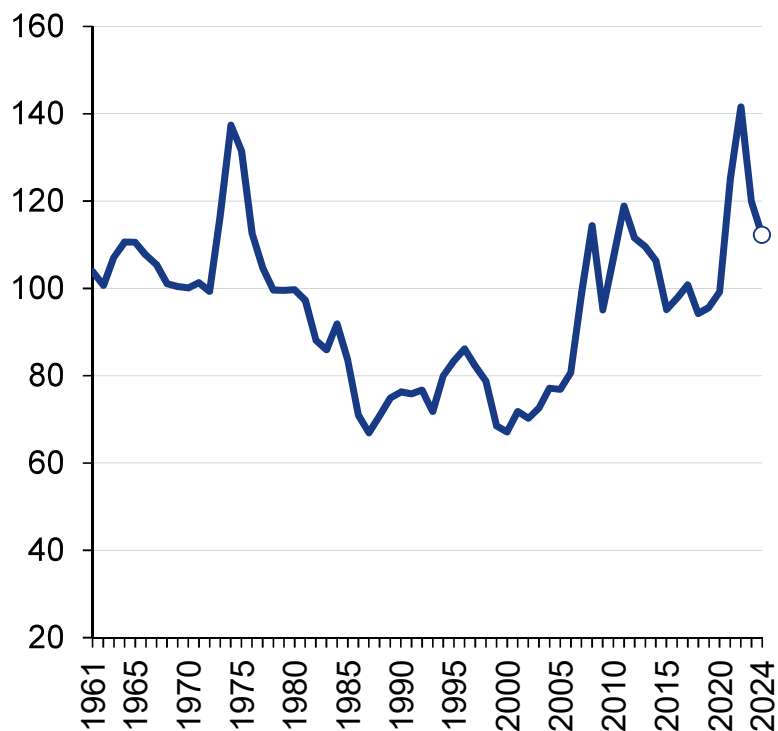


Pierre-Marie Décoret
Assemblée Générale – GECO Food Service
Juin 2024

UNE CORRECTION DES COURS MONDIAUX DEPUIS QUELQUES MOIS MAIS LES PRIX DES MATIERES PREMIERES AGRICOLES DEMEURENT A UN NIVEAU ÉLEVÉ

Indice des prix alimentaires mondiaux (réel)

Historique



Principales évolutions

Données disponibles Mai 2024	Tous produits	Viandes	Produits laitiers	Céréales	Huiles	Sucre
Glissement annuel (m.n - m.n-1)	-5%	-3%	2%	-10%	6%	-27%
Depuis janvier 2021	1%	15%	8%	-10%	-13%	18%
Depuis janvier 2019	21%	19%	17%	10%	50%	39%

Une correction des prix mondiaux des MPA depuis quelques mois mais les prix demeurent à des niveaux élevés et en particulier par rapport à la période pre-Covid.

Il faut en revanche attendre toujours davantage de volatilité demain pour diverses raisons (ex : climat - géopolitique - logistique). Gestion de la volatilité est un axe de travail important pour les industries alimentaires.

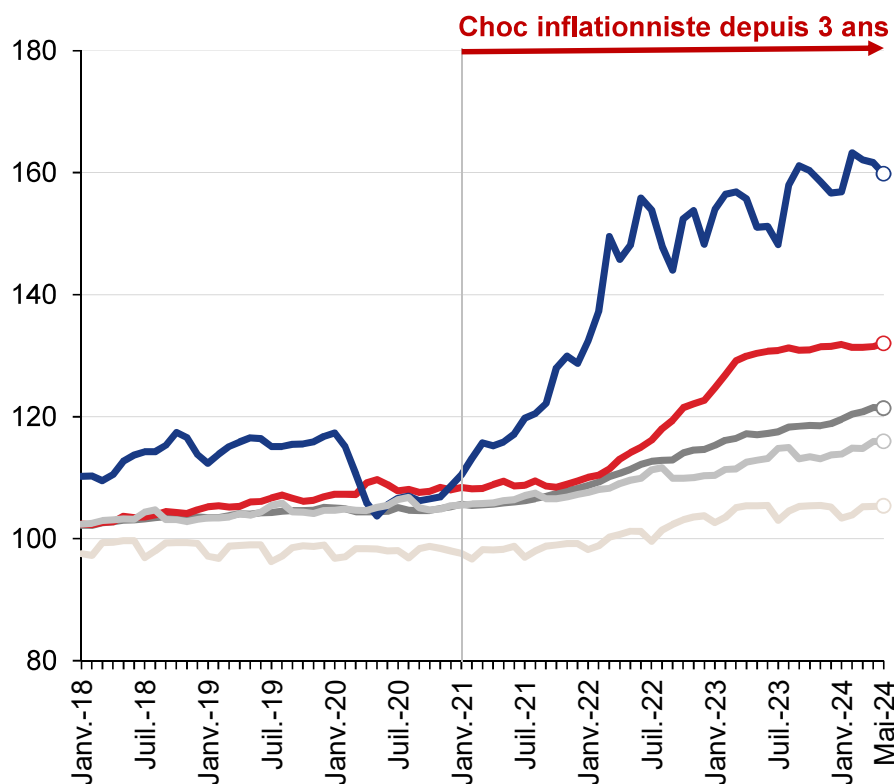
Source : FAO, juin 2024



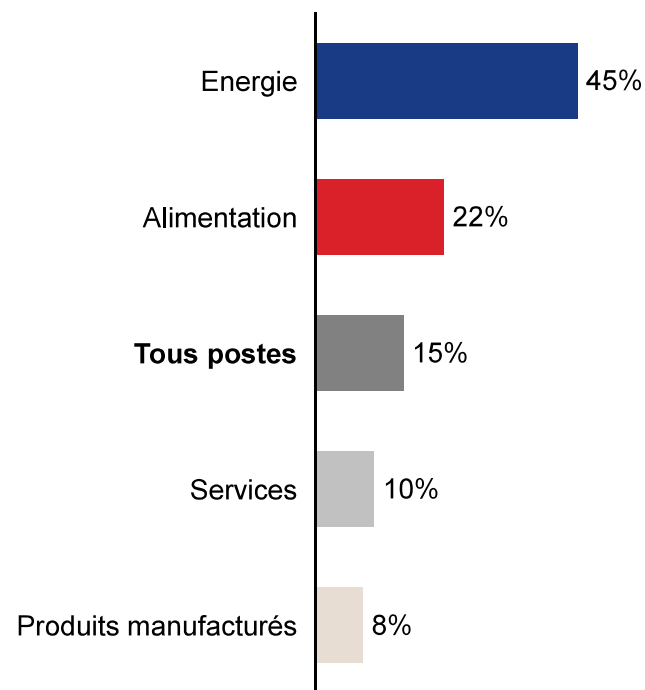
UNE FLAMBÉE DES PRIX DEPUIS 3 ANS : LES PRIX ALIMENTAIRES ONT CONNU UNE HAUSSE DE 22% DEPUIS JANVIER 2021 (VS +45% POUR LES PRIX ÉNERGÉTIQUES)

Indice des prix à la consommation en France par poste (mensuel)

Historique (base 100 = 2015)



Evolution (janvier 2021 – mai 2024)

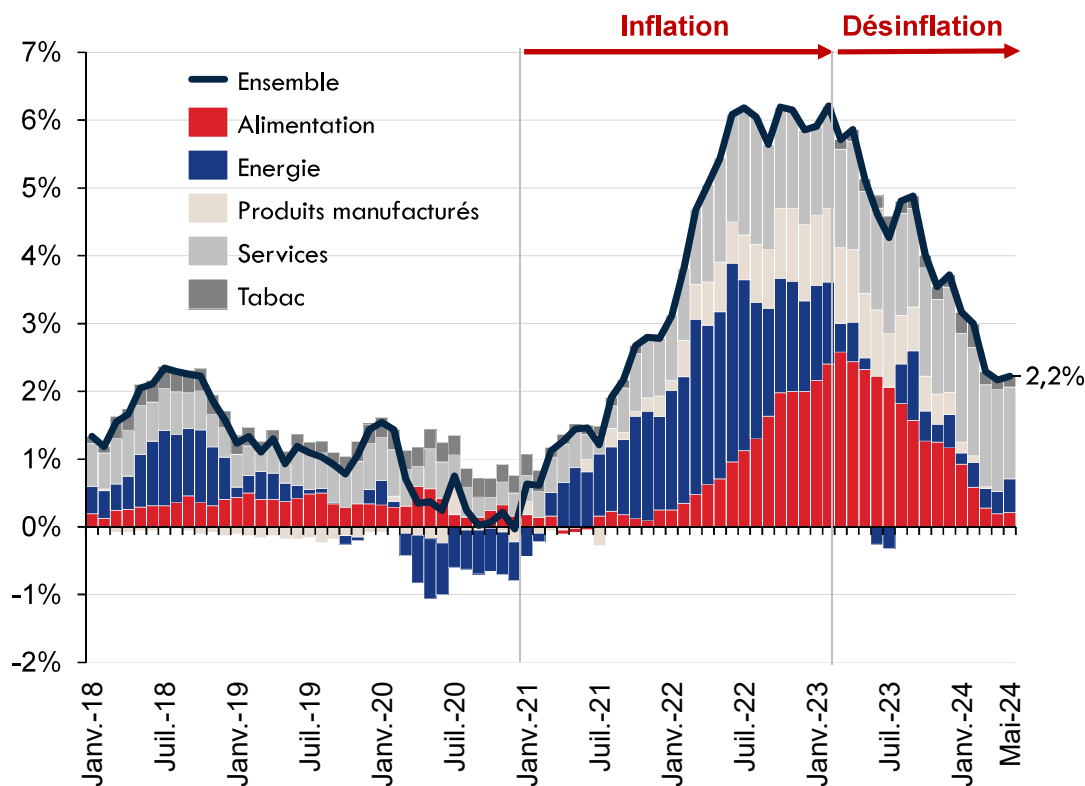


Source : ANIA. INSEE, juin 2024 – *Indice des prix à la consommation*

LA FRANCE EST ENTRÉE DEPUIS DÉBUT 2023 DANS UNE NOUVELLE PHASE DE DÉSINFLATION ET LES PRODUITS ALIM. NE SONT PLUS LE MOTEUR DE L'INFLATION

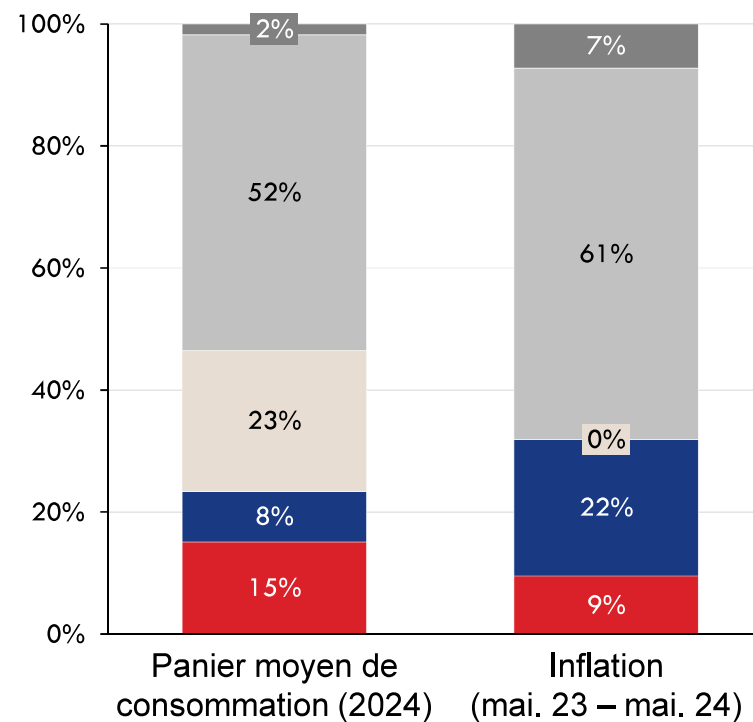
Indice des prix à la consommation en France (% , glissement annuel)

Historique (base 100 = 2015)



Source : ANIA. INSEE, juin 2024 – *Indice des prix à la consommation*

Contribution



LA FRANCE A MIEUX RÉUSSI A CONTENIR LA PRESSION INFLATIONNISTE QUE SES VOISINS EN EUROPE

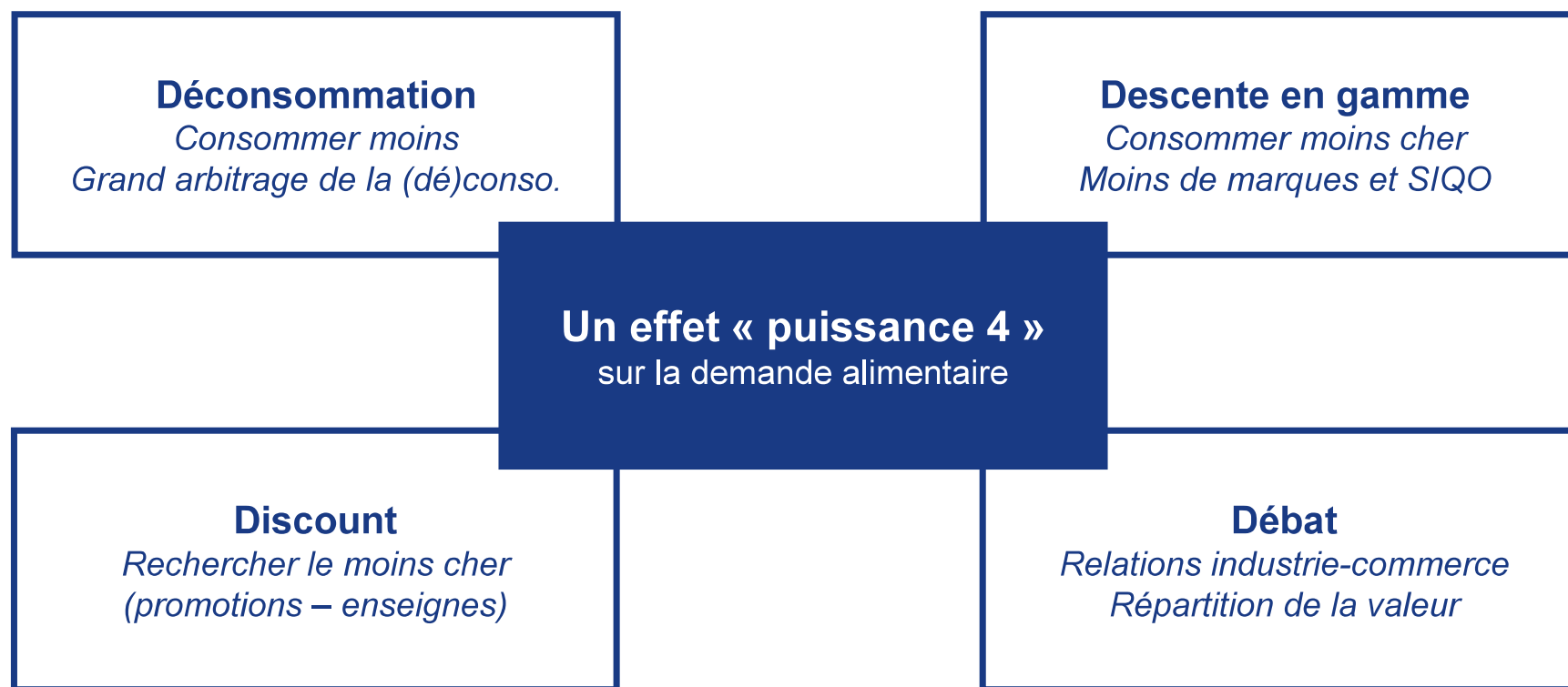
Indice des prix à la consommation harmonisés (IPCH) – Alim. et boissons sans alcool (avril 2023)

Evolution (%)	UE27	France	Allemagne	Italie	Espagne	Belgique
Sur un mois	0,4 %	0,1 %	0,5 %	0,0 %	0,7 %	-2,1 %
Sur un an						
<i>Glissement annuel (m.n - m.n-1)</i>	0,1 %	-0,4 %	-0,2 %	-0,4 %	0,7 %	-1,0 %
<i>Cumul annuel (depuis janvier)</i>	1,6 %	1,0 %	1,0 %	2,7 %	4,8 %	1,5 %
Depuis janvier 2021	30 %	23 %	32 %	24 %	31 %	27 %
Depuis janvier 2019	35 %	27 %	38 %	25 %	36 %	29 %

Source : ANIA. Eurostat, juin 2024 - *Indice des prix à la consommation harmonisés (IPCH) – Alimentation et boissons non alcoolisées*

CETTE INFLATION BOULEVERSE LES COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION AVEC DES EFFETS « PUISSANCE 4 »

Quelles implications de la hausse des prix sur la consommation alimentaire ?

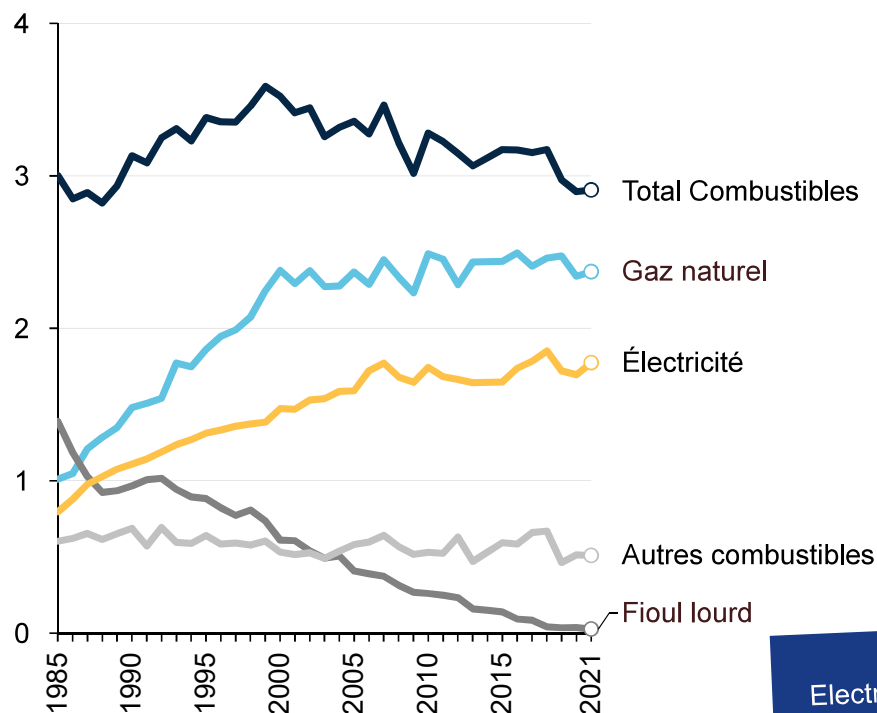


Source : ANIA. 2024

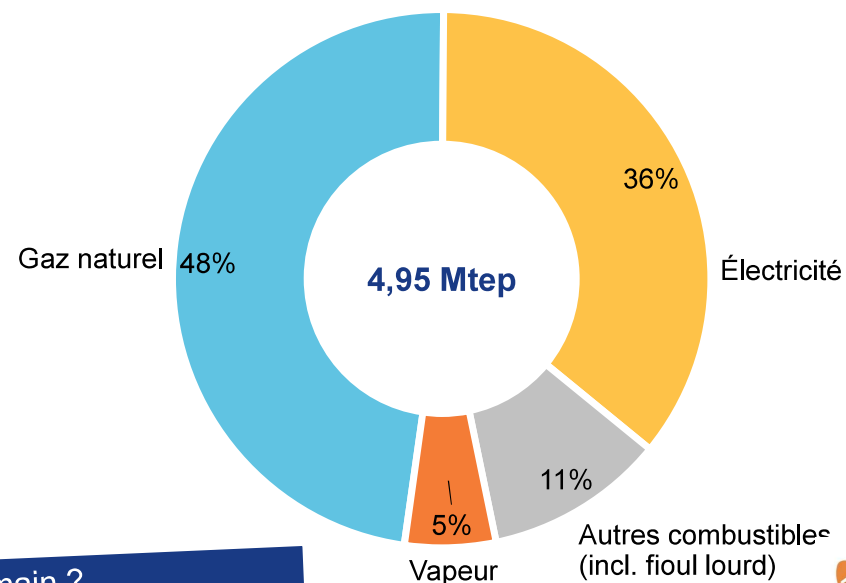
LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES REPOSE SURTOUT SUR UN MIX GAZIER ET ÉLECTRIQUE

Consommation énergétique des industries agroalimentaires en France (Mtep*)

Historique (principales énergies)



Répartition (2021, %)



Et demain ?
Electrification des usages – Utilisation de la biomasse – Efficience énergétique

Source : ANIA. Agreste, août 2023 – Consommation d'énergie dans les industries agroalimentaires en 2021 – *Mt équivalent pétrole

QUELLE TRANSITION ÉNERGÉTIQUE POUR LES INDUSTRIES ALIMENTAIRES ?

Forces

- **Des filières de production EnR** pour favoriser la transition énergétique des autres secteurs (ex : biocarburants pour les transports)
- **Plus grande industrie productrice de coproduits** dont certains peuvent avoir une valorisation énergétique

Opportunités

- **Production EnR sur les sites industriels alimentaires** en valorisant le foncier ou les (co)produits
- **Implantation des industries alimentaires** avec un maillage territorial dense qui facilite un accès de proximité à la biomasse énergie (ex : forestière)
- **Un lien fort avec des producteurs énergétiques** dans notre chaîne de valeur (ex : amont agricole)

Faiblesses

- **Coût des énergies en Europe vs reste du monde** (découplage vs Etats-Unis) avec un risque de délocalisation moins élevé en agro. Vs autres industries
- Dépendance énergétique européenne qui expose notre industrie à la volatilité des marchés mondiaux
- **Une industrie peu « énergivore »** dans le panorama industriel (vs métallurgie par exemple)
- **Acculturation et anticipation des achats énergétiques**

Menaces

- **Réduction des aides énergétiques** aux entreprises (bouclier, amortisseur, guichet...). Anticiper leur disparition avec la fin du « quoi qu'il en coûte ».
- **Réforme du marché de l'électricité.** A ce stade les prix annoncés de l'électricité ne sont pas compétitifs. Quels prix énergétiques pour les industriels alimentaires demain ?
- **Conflits entre usages et débouchés** (food, feed, energy) qui vaut en particulier pour la mobilisation de la biomasse

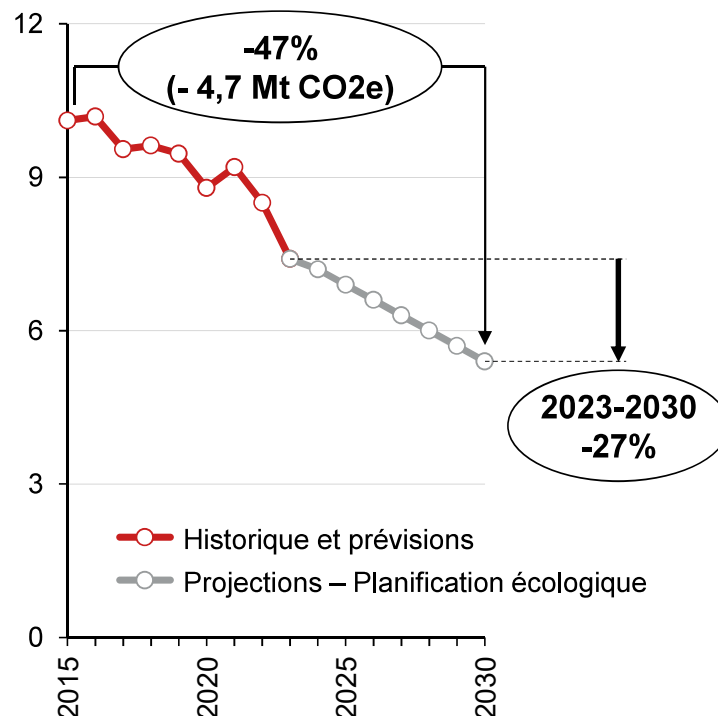
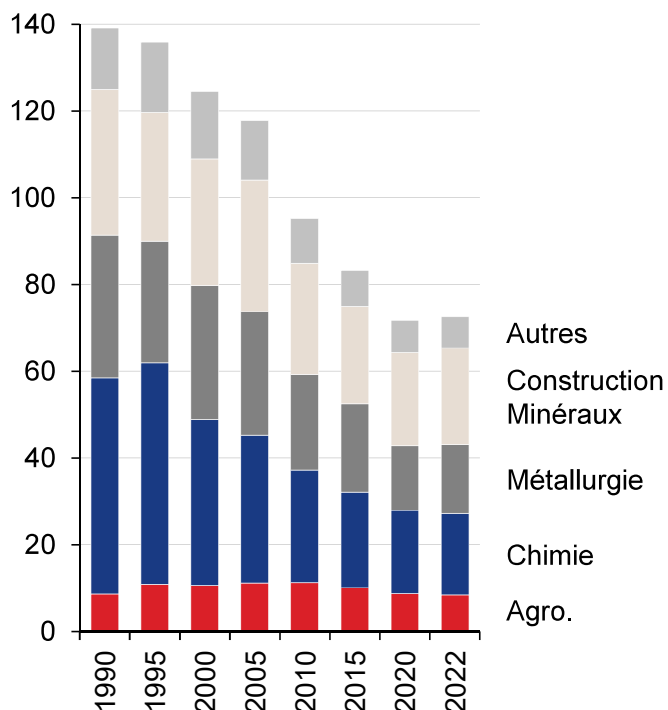
Source : ANIA, 2024

IL VA ENCORE FALLOIR RÉDUIRE DE PLUS DE 25% LES ÉMISSIONS DE GES DES INDUST. ALIMENTAIRES A 2030 POUR ATTEINDRE LES AMBITIONS DE DÉCARBONATION

Emissions de gaz à effet de serre industrielles de la France (Mt CO₂equ)

Toutes industries

Industries alimentaires



Industries alimentaires
Approx. 2% des émissions de GES nationales (12% des GES indust.)

Cible de décarbonation
Il va falloir réduire par deux les émissions de GES sur 2015-2030.

Top 50 sites émetteurs
55% des émissions industrielles du pays
-50% à 2032 (par rapport à 2019)
Peu de sites industriels alimentaires

Source : ANIA. CITEPA, juin 2023 - Rapport SECTEN et MTES, Tableau de bord de la planification écologique

IL FAUDRA PLUS LARGEMENT RÉUSSIR LES AUTRES GRANDS CHANTIERS POUR DECARBONER LA CHAÎNE DE VALEUR (SCOPE 3) DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES

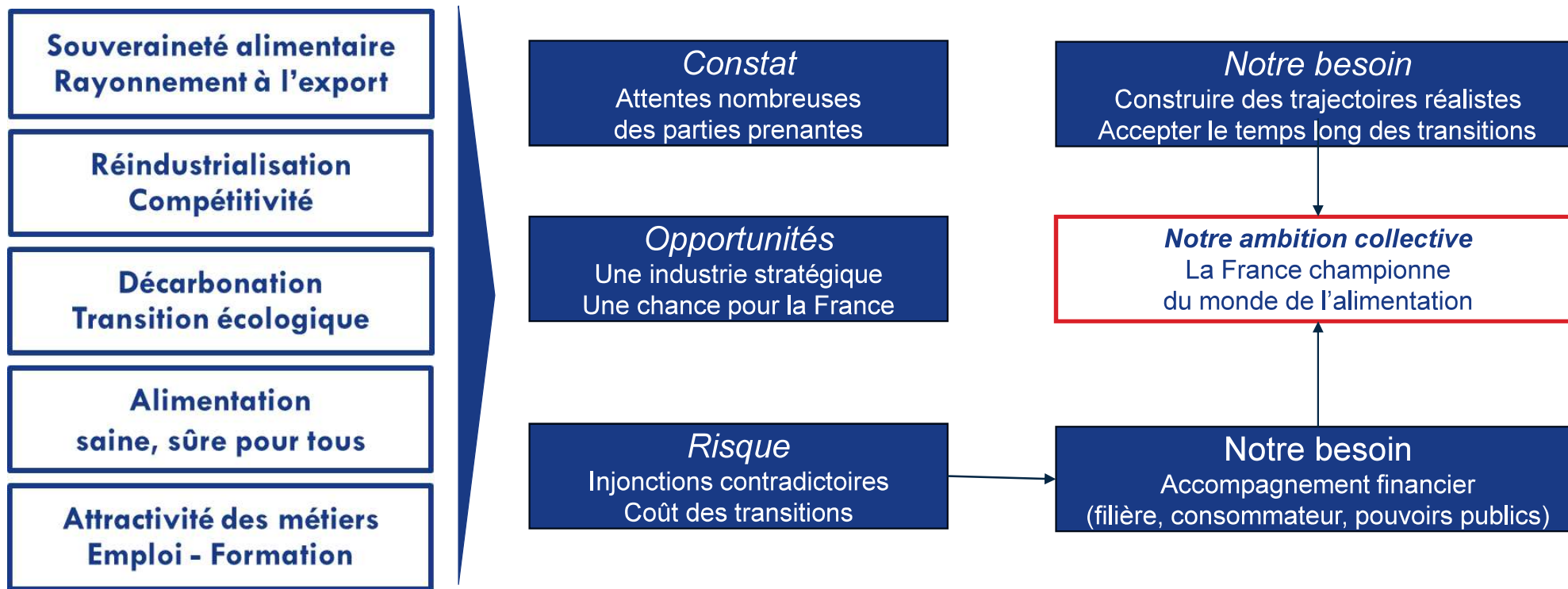
Principaux postes des émissions de gaz à effet de serre de la France (Mt CO₂equ, 2021)

Rang	Secteur	Sous-secteur	Emissions (Mt CO ₂ e)	Part du total (%)	Cumul (%)
1	Transports	Véhicules particuliers - Diesel	44,0	10,6%	11%
2	Bâtiments	Chauffage des logements	42,3	10,2%	21%
3	Agriculture	Bovins	37,7	9,1%	30%
4	Transports	Poids Lourds (marchandises) - Diesel	30,6	7,4%	37%
5	Transports	Véhicules particuliers - Essence	22,4	5,4%	43%
6	Bâtiments	Chauffage des bâtiments tertiaires	21,5	5,2%	48%
7	Energie	Production d'électricité	19,8	4,8%	53%
8	Industrie - Construction	Industrie chimique	19,6	4,7%	57%
9	Industrie - Construction	Métallurgie et matériaux de constructions	19,2	4,6%	62%
10	Transports	Véhicules utilitaires légers - Diesel	16,8	4,1%	66%
Total			274,0	66,0%	66%

Source : ANIA. CITEPA, juin 2023 - *Rapport SECTEN*

RELEVER LES NOMBREUX DÉFIS DE NOTRE INDUSTRIE REQUIERT UN ACCOMPAGNEMENT DES TRANSITIONS SUR LE TEMPS LONG

Nos grands défis à horizon 2030



Source : ANIA, 2023

NOTRE INDUSTRIE NE POURRA PAS FINANCER SES INVESTISSEMENTS DANS LES TRANSITIONS SANS UNE RÉPERCUSSION DES COÛTS ADDITIONNELS EN AVAL

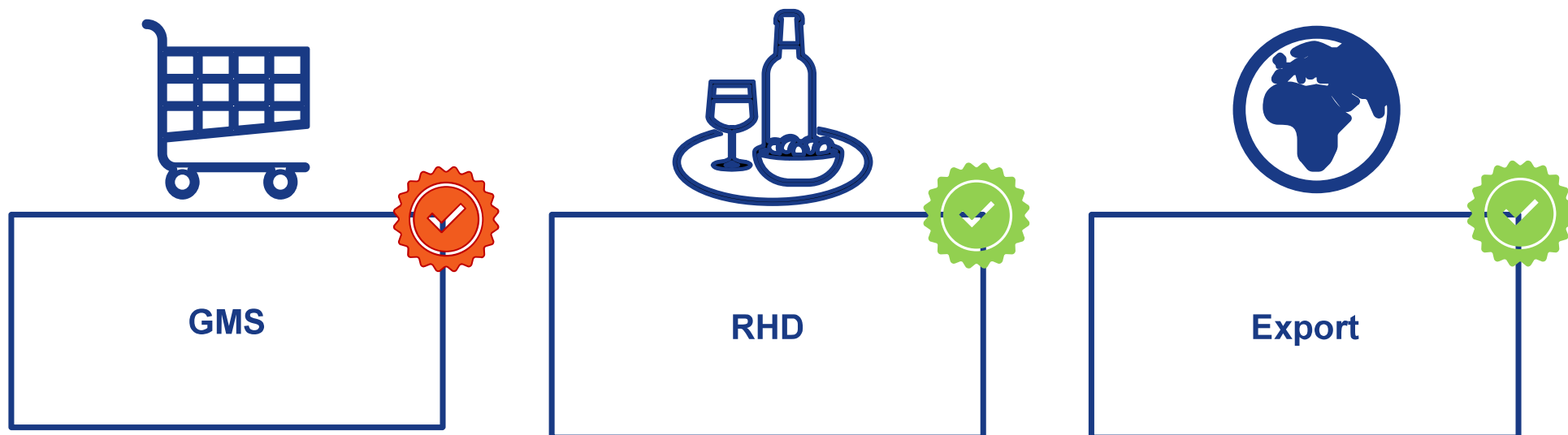
Quel cadre pour les négociations commerciales avec les clients distributeurs ?

	<i>Back to the future</i> Retour à la guerre des prix	Hausse des coûts Répercussion partielle en aval	Hausse des coûts Répercussion complète
Comparaison - Référence	Retour 5 ans en arrière (avant Egalim)	Négociations 2023	Aucun point de comparaison
Répartition de la valeur	Une pression sur les marges de toute la filière	Une pression sur les marges industrielles	Répartition équitable
Capacité à financer les investissements d'avenir	Faible	Modérée	Plus forte

Source : ANIA, 2023

IL FAUT CHERCHER A SE POSITIONNER SUR LES MARCHÉS PORTEURS POUR ALLER CHERCHER LES RELAIS DE CROISSANCE DE DEMAIN (EN VOLUME COMME EN VALEUR)

Quels débouchés porteurs pour nos industries alimentaires ?

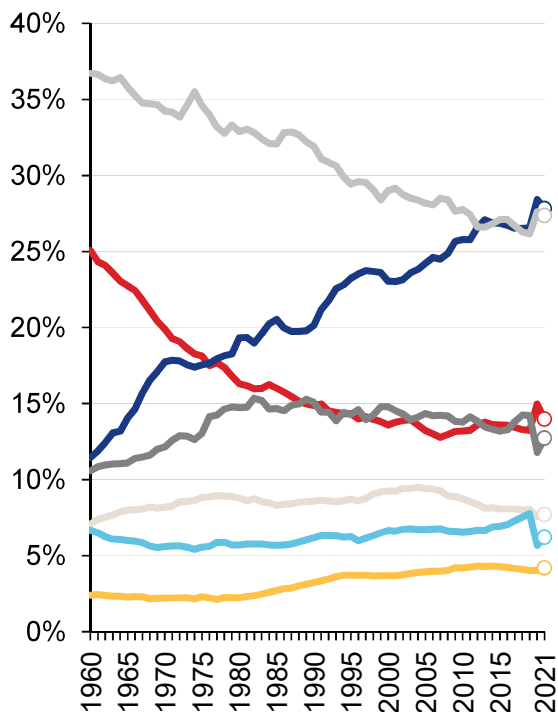


Source : ANIA, 2024

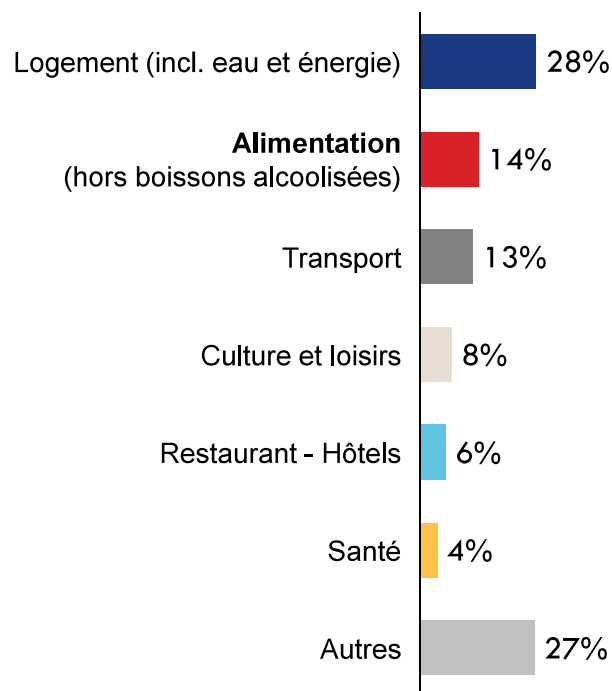
IL FAUT AUSSI ADAPTER NOTRE PERCEPTION DE LA BATAILLE POUR LA PRÉSERVATION DU POUVOIR D'ACHAT : TOUT NE SE JOUE PAS DANS L'ASSIETTE

Principaux postes de consommation des ménages en France (%)

Historique



Répartition (2021)



A retenir

Part dans le budget
Logement = Alimentation x 2
 Plus important que le budget alimentaire depuis quasi. 50 ans (1976)

Aussi important que notre alimentation
pour le pouvoir d'achat des ménages

La bataille du pouvoir d'achat ne se joue pas uniquement dans l'assiette

Source : INSEE, 2022 – Consommation effective des ménages en 2021

CONTACT

Pierre-Marie Décoret

Directeur Economie

pmdecoret@ania.net

06.77.40.60.11

Ania

Association Nationale des
Industries Alimentaires

« Transition écologique : mieux comprendre les 3 REP à financer pour relever les enjeux et défis de la gestion des déchets d’emballages professionnels »



CITEO

Valérie **HERRENSCHMIDT**
Directrice du Pôle Marchés

CITÉO



CITEO
PRO

Sabine **HALTEBOURG**
Directrice déléguée

CITÉO PRO



twiice

Emma **LEFOUR**
Chargée d’Affaires publiques
& communication

TWIICE

Les emballages professionnels au cœur de la transition écologique de la RHD.

CITEO

Citeo est une **entreprise à mission** créée il y a 30 ans par les entreprises de la grande consommation et de la distribution pour réduire l'impact environnemental de leurs **emballages** et **papiers** en déployant des solutions de réduction, de réemploi, de tri et de recyclage.

Citeo prend en charge les obligations réglementaires de **la REP Emballages Ménagers et Papiers Graphiques**



Filiale du groupe Citeo **dédiée à la REP des emballages de la restauration.**



Filiale du groupe Citeo **dédiée à la REP Emballages** en majorité pour des clients des secteurs des **Vins & spiritueux** et des **Médicaments.**

Les performances recyclage de la filière emballages ménagers

Rendez-vous sur [Notre Impact](#) pour en savoir plus

Détail par matériau :

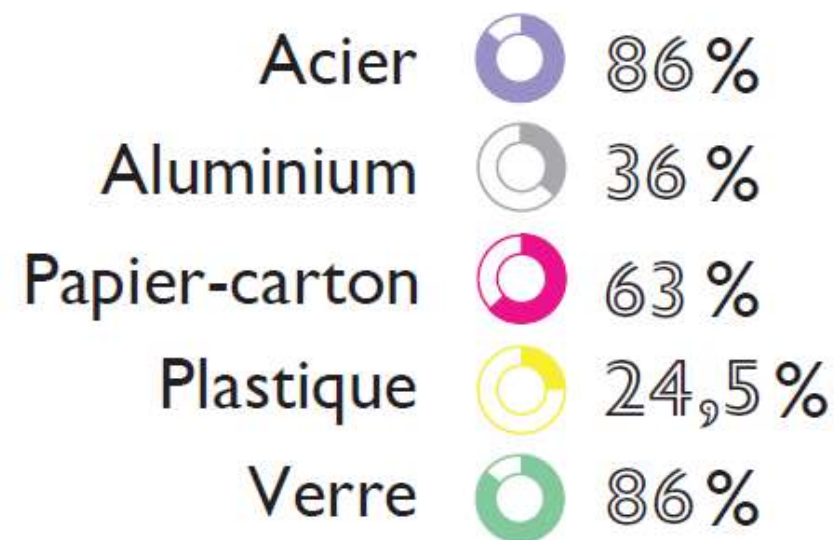
3,6 M de tonnes d'emballages recyclées soit

2,2 M de tonnes de CO₂ évitées l'équivalent de :

- ⇒ 1 million de voitures en moins sur les routes
- ⇒ 8000 A/R Paris-New York en moins dans les airs

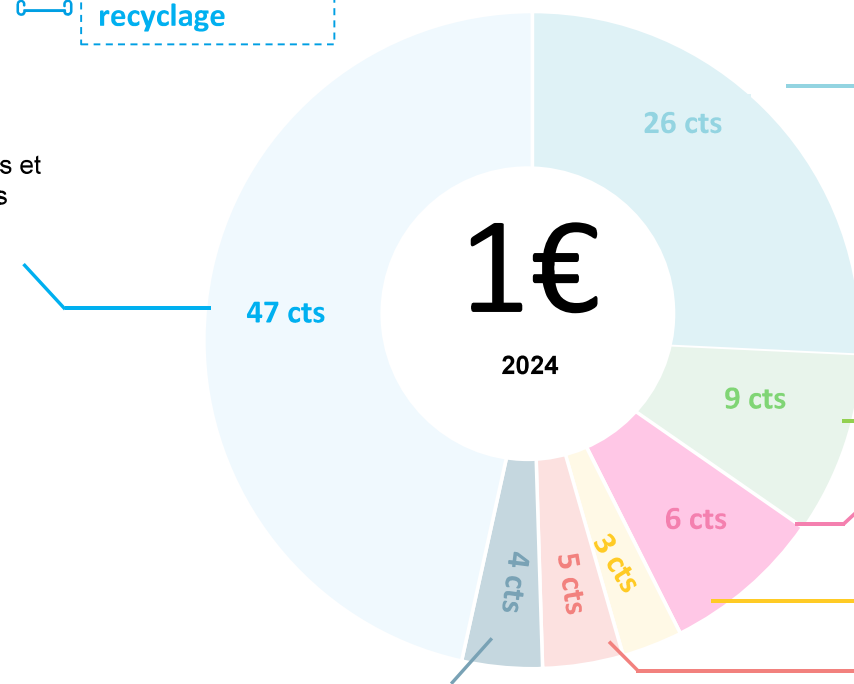
8 400 GWh économisés, l'équivalent d'environ 2 fois la consommation annuelle d'énergie des habitants d'une agglomération comme Aix-Marseille.

65,5%
de taux de recyclage²
+1 point par rapport à 2021



² Chiffres obtenus selon la nouvelle méthodologie de calcul des taux de recyclage fixée en 2022 par l'Union européenne. Ce calcul prend en compte non pas les quantités acceptées par les recycleurs à l'entrée du process comme c'était le cas jusqu'alors, mais celles effectivement recyclées. Une évolution qui a pour conséquence de faire baisser mécaniquement les taux de recyclage.

Chaque € de contribution participe au développement de la performance environnementale des emballages et des papiers



Tri

Soutiens aux collectivités locales pour le fonctionnement des centres de tri en France

Déchets Abandonnés et Hors Foyer

Contribuer à lutter contre les déchets abandonnés (prévention, sensibilisation, nettoyage, etc.)

Réemploi, Eco-conception, R&D

Actions de R&D, écoconception, développement du réemploi et développement de l'économie circulaire

Engagement des différents publics

Sensibilisation du grand public au geste de tri

Frais fonctionnement et supports

Accompagnement des clients et collectivités et fonctionnement interne de Citeo

Collecte du bac jaune

Financement des actions des Collectivités Locales et du transport pour les filières de recyclage matures

Recyclage des nouveaux plastiques

Flux développement - Mise en œuvre opérationnelle du transport, du surtri et du recyclage des emballages en plastique avec des filières en développement



Les objectifs réglementaires de la filière Emballages






RÉDUCTION
des emballages
plastiques
à usage unique

-20%
d'ici fin 2025

RÉEMPLOI
des emballages

10%
d'ici 2027

RECYCLAGE
pour 2030

	Cartons	85%
	Plastiques	55%
	Alu	60%
	Acier	80%
	Verre	75%



2030 : Tous les emballages doivent être en capacité d'intégrer une filière de recyclage
[Article L. 541-9 du code de l'environnement](#)

Prochaines étapes - Comment déclarer ?

Les emballages « grands formats » déclarés en REP ER

Entrée en vigueur de la REP ER :
15 mars 2024

Vous devez :

- **Adhérer** à un éco-organisme agréé sur la REP ER
- **Déclarer** les emballages de la restauration (=« grands formats ») mis en marché en 2023 avant le **1^{er} juillet 2024**.
- Contribuer au titre des mises en marché 2024 sur la base des mises en marché 2023, avant régularisation en 2025.

Les emballages « petits formats » déclarés en REP EMPG

Entrée en vigueur de l'extension de la
REP EM aux EMA : **1^{er} janvier 2024**.

Vous devez :

- **Réaliser votre première déclaration en 2025** pour vos mises en marché 2024 d'emballages mixtes alimentaires, **sur la même déclaration que vos emballages ménagers**.

*Rappel : Les **tarifs des EMA** sont disponibles depuis le 29/09/23 sur les sites Citeo & Adelphe.*

La déclaration des ER s'effectue dès 2024 pour estimer et mettre en place une contribution prévisionnelle en 2024 qui sera régularisée une fois que les quantités réellement mises en marché en 2024 seront connues.

Citeo Pro

AG GECO Food Service

12 juin 2024



©PRO



Citeo PRO, engagée pour réduire l'impact environnemental des emballages de la restauration



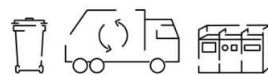
Filiale de l'entreprise à mission Citeo, actrice historique de la responsabilité élargie du producteur (REP) pour les papiers graphiques et les emballages ménagers, Citeo PRO est candidate à l'agrément comme éco-organisme de la nouvelle REP pour les emballages de la restauration qui entre en vigueur au 1er janvier 2024.



Ecoconception des emballages de la restauration



Passer au réemploi à l'échelle nationale



Développer la collecte, le tri et le recyclage des emballages de la restauration



Sensibiliser les professionnels de la restauration



Vous permettre d'être en conformité avec vos obligations réglementaires

Pourquoi être candidat à la REP des emballages de la restauration ?

- > **La poursuite de l'engagement de Citeo et de son expérience « emballages » depuis 30 ans**
- > **Les deux filières REP emballages de la restauration et ménagers sont étroitement liées et comportent de fortes synergies :**
 - Les petits formats de la restauration rejoignent la filière des emballages ménagers
 - Une large partie des entreprises qui fournissent le secteur CHR contribuent déjà à la REP des emballages ménagers
 - Le service public de gestion des déchets ménagers est déjà impliqué dans la collecte des emballages de la restauration
 - Le réemploi est déjà ancré sur les formats historiques (bouteilles, fûts métalliques etc.)
- > **Une cohérence avec notre raison d'être :** engager et accompagner les acteurs économiques à produire, distribuer et consommer en préservant notre planète, ses ressources, la biodiversité et le climat.

La REP des Emballages de la Restauration : des objectifs ambitieux



RÉDUCTION
des emballages
plastiques
à usage unique

-20 %

d'ici le 31
déc. 2025



RÉEMPLOI
des emballages

10 %

en 2027



RECYCLAGE
d'ici 2030

Papier/Cartons	75 %
Plastiques	50 %
Aluminium	50 %
Acier	70 %
Verre	70 %
Bois	25 %



**COLLECTE x
COUVERTURE**

**70% de
collecte en
2025
+ 100% des
département
s couverts
d'ici 2027**

LES PROCHAINES ÉTAPES DE LA REP RESTAURATION



merci



50 boulevard Haussmann
75009 Paris

01 81 69 06 00
contact@citeopro.com

**L'éco-organisme 100%
emballages professionnels**

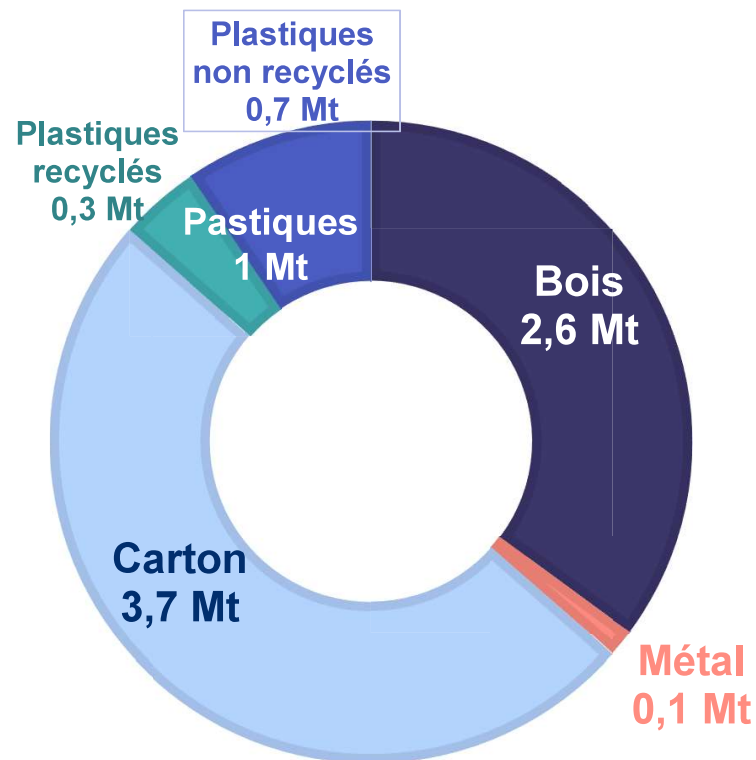


twice



EIC MIS EN MARCHÉ

= 7,4 Mt /an



Carton

82%

Objectif 2025 : 75%



Bois

34%

Objectif 2025 : 25%



Plastiques

26%

Objectif 2025 : **50%**

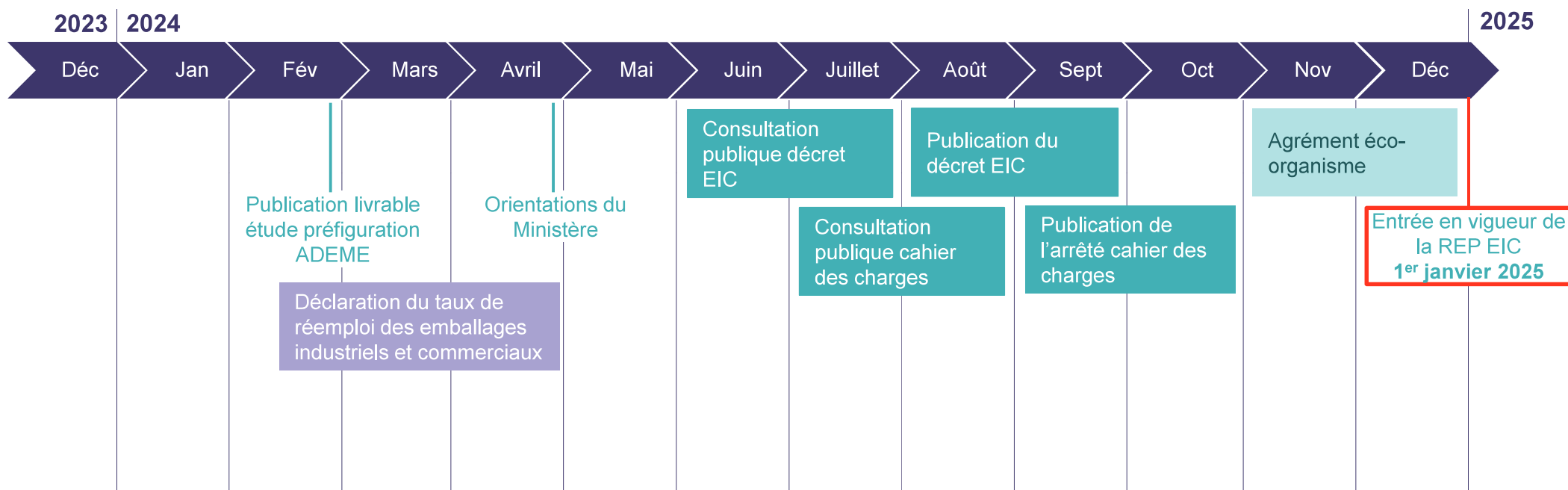


Acier et aluminium

35%

Objectif 2025 : 50%

CALENDRIER





Merci