



# REVUE DE PRESSE

20 au 27 février 2026



# A NE PAS MANQUER

## Virginie Malekzadeh, future présidente du GECO Food Service

RESTAURATION COLLECTIVE 25/02/2026  
GRANDES CUISINES 25/02/2026

L'actuel Président du GECO Food Service Michel Sanson, dont le mandat prendra fin le 18 juin prochain après 3 années passées à la tête de l'association, assurera une gouvernance de transition durant 5 mois aux côtés de Virginie Malekzadeh avant la passation de pouvoir officielle.

## Présidence de transition pour le GECO Food Service

AGROMEDIA 10/02/2026

Le GECO Food Service annonce la mise en place d'une gouvernance de transition afin d'assurer la continuité de ses actions et d'accompagner les transformations en cours du secteur de la restauration hors domicile. À l'issue du Comité exécutif, Virginie Malekzadeh a été élue pour prendre la présidence de l'association à compter du 18 juin 2026, date de la prochaine ...

## SALONS

### Retour sur le GECO Food Service au Salon de l'Agriculture du 23 au 26/02/2026



The flyer features a vertical green bar on the left with the text 'CONFERENCE DE PRESSE'. The main text includes: 'Jordy Bouanchou (Ex Sélect Alimentation de Jeunes Agriculteurs) et Arnold Puech d'Alisco (Président de la Commission Chaîne Alimentaire de la FNSEA) ont le plaisir de vous convier à leur conférence de presse, à l'occasion du LANCEMENT DE L'OBSERVATOIRE DE L'ORIGINE le lundi 23 février 2026, à 10h00. Salon de l'Agriculture, Stand FNSEA Hall 5.1 allée D stand 052. Dans un souci d'organisation, nous vous prions de confirmer votre participation avant le 21 février 2026, via le formulaire disponible en cliquant ici. Cet événement est organisé aux côtés de nos partenaires: Ania, Coopérative, GECO, ilec, etc.

Frédérique Lehoux, directrice générale du GECO Food Service, a été amenée à remplacer Jean-François LOISEAU, Président de l'ANIA, pour prononcer un mot d'introduction au nom des industriels lors du **lancement de l'Observatoire de l'ORIGINE**, impulsé à l'initiative de la FNSEA et à **coconstruire avec 21 organisations**, de l'amont à l'aval de notre chaîne de valeur, tous circuits confondus. Elle a rappelé que les 23.000 entreprises agroalimentaires de France étaient principalement constituées de PME/TPE à hauteur de 98% et que la transformation de la production agricole française était au cœur de leur activité puisqu'elles achetaient et transformaient 70% de la production agricole française. Les industriels ont à cœur d'augmenter encore leur part d'approvisionnement français, ce qui nécessite la **disponibilité des matières premières françaises** et donc une co-construction de filières d'approvisionnement avec les agriculteurs. Elle a aussi mis l'accent sur la différence entre le suivi de l'origine des **approvisionnements** (a posteriori) et l'**étiquetage** d'une origine (a priori) : valoriser l'origine France des ingrédients via l'étiquetage reste complexe dans le contexte réglementaire actuel, notamment en raison de la nécessité du multi-sourcing. Enfin, les opportunités et les

contraintes liées à l'approvisionnement et l'étiquetage de l'origine ne sont pas les mêmes en fonction des marchés de destination : grande consommation, ou restauration (commerciale et collective).

Au-delà du sujet **ORIGINE**, au fil des jours, nous avons été mobilisés pour des échanges autour, notamment, du **FAIT MAISON**, des **critères d'achat EGALIM** (actions pour l'ouverture des critères), de l'état des **négociations commerciales actuelles** avec les grossistes, etc.

**Durant plus de 3 jours, les rencontres et échanges se sont enchaînés avec nombre d'interlocuteurs de notre écosystème** : GHR /UMIH /SNARR /SNRC /RESTAUOCO / Grossistes Alimentaires de France / CGF / FNSEA/ La Coopération Agricole / ANPP VERGERS ECORESponsables / PACTALIM / BLEU BLANC COEUR / FEB / FICT / ANIA /UNIJUS /CNIEL/ SNIPO/ FIA/ INTERFEL/ UNCGFL / FRANCE FRAIS MAITRES LAITIERS /POMONA /ELIOR /SODEXO

## Snack Show 2026 : l'année des nouveautés

ZEPRO 24/02/2026

Véritable baromètre des évolutions du secteur, le Snack Show fait son grand retour les 1er et 2 avril. À cette occasion, le salon dévoile ses futurs temps forts, thématiques et nouveautés.



# LES ENJEUX DE LA FILIERE RHD

## HABITUDES DE CONSOMMATION

### 47 % des dépenses des ados vont à l'alimentaire, un signal fort pour le snacking

SNACKING 25/02/2026

Avec 92 € de dépenses mensuelles en moyenne en 2025 (- 7 %), les 8-17 ans arbitrent davantage, mais consacrent toujours 47 % de leurs transactions à l'alimentaire, dont 14 % en fast-food, selon le Teenage Lab de Pixpay. Un indicateur clé pour les restaurateurs en quête de trafic jeune.

### Snacking : 3 tendances qui donnent le ton d'un marché en pleine évolution

HOTELLERIE RESTAURATION 23/02/2026

Si le burger, le poulet frit et la pizza caracolent toujours en tête des préférences des Français, la nourriture asiatique gagne du terrain dans l'offre de snacking, tout comme les recettes gourmandes et souvent riches en calories. Le tout dans une logique de bon rapport "qualité-prix-satiété". Décryptage avec l'expert Nicolas Nouchi.

## AMONT / AGRICULTURE

### Origine des produits : la filière se dote d'un nouvel observatoire pour en finir avec l'opacité

LA FRANCE AGRICOLE 23/02/2026 (réserve abonné)

FNSEA et JA (Jeunes Agriculteurs) ont officialisé le lancement de l'Observatoire de l'origine, une initiative collective réunissant une vingtaine d'acteurs de la production à la consommation. Ambitieux sur le papier, le projet doit encore préciser ses contours opérationnels.

## EQUIPEMENT - SERVICE - HYGIENE

### Fri-Jado fait chauffer l'innovation

ZEPRO 26/02/2026

La marque néerlandaise affirme sa volonté d'accompagner les professionnels avec des équipements toujours plus performants avec une nouvelle génération de solutions dédiées à la présentation et au maintien en température.

### Réemploi : le groupement Tremplin livre ses solutions

ZEPRO 26/02/2026

Créé en 2021, le groupement de commandes Tremplin réunit des collectivités et syndicats pour mutualiser leurs achats de contenants réemployables et d'équipements de conditionnement. Né de l'obligation légale d'abandonner le plastique en restauration collective, ce projet a été présenté le 11 février à Saint-Denis lors des Rencontres régionales d'Île-de-France de la restauration collective, organisées par Agores en partenariat avec RestauCo, le CNFPT et Saint-Denis. Un retour d'expériences qui détaille les choix techniques opérés par chaque membre.

## RESTAURATION COMMERCIALE

### Écotable entre en campagne

ZEPRO 24/02/2026

Écotable publie un livre blanc à destination des candidats aux municipales 2026. Objectif : faire de la restauration un levier de dynamisme économique, de transition écologique et de justice sociale.

### Le travel retail : une aubaine pour le snacking

ZEPRO 26/02/2026

Au dernier Salon Sirha Bake & Snack à Paris, le 19 janvier, une table ronde sur le travel retail réunissait Eric Kayser, Nicolas Riché et Charles Dassonville (de g. à d.).

### L'inflation recule sur l'ensemble de l'Indice des Prix mais remonte dans l'Hébergement et la Restauration

HR INFOS 25/02/25026

Alors que l'Indice Insee global des Prix à la Consommation (IPC) n'a progressé en janvier 2026 que de 0,3 % sur 1 an, après +0,8 % en décembre 2025, l'indice des prix des services de Restauration et d'Hébergement est remonté en flèche, passant de +2 % à +2,4 % en glissement annuel. La hausse est autant marquée dans l'Hébergement (+2 % après 1,6 %) que dans la Restauration (+2,5 % après +2,1%). La pondération plus importante attribuée désormais à la Restauration rapide et à emporter pourrait expliquer au moins en partie cette hausse, ce secteur restant le plus inflationniste.

### #Franchise. Côté Sushi, le leader européen de la cuisine nikkei, accélère son développement en franchise

SNAKCING 25/02/2026

À l'approche de Franchise Expo Paris (14 au 16 mars), France Snacking lance une chronique quotidienne dédiée à celles et ceux qui façonnent le paysage de la franchise et qui vont compter en 2026. Chaque jour, sur notre site et nos réseaux, nous mettons en lumière une enseigne ou un groupe issu de notre Cahier Spécial Franchise qui paraît cette semaine dans notre tout dernier numéro de France Snacking n° 85.

### 13 millions de clients chez IKEA, 44 millions de boulettes vendues et un poids croissant de la restauration

SNACKING 25/02/2026

À l'occasion des 40 ans de ses célèbres boulettes, l'enseigne suédoise IKEA n'a pas seulement célébré un produit iconique, elle a rappelé surtout le poids croissant de sa restauration en France. Avec 36 magasins, 8 ateliers complémentaires de conception et commande et 13 millions de clients servis chaque année, l'activité food représente aujourd'hui jusqu'à 5 % du chiffre d'affaires global du groupe avec une progression d'environ 5 % par an depuis quatre ans. Un levier économique assumé entre accessibilité et végétalisation grandissante de l'offre, comme nous l'explique Nicolas Bouny, Country Food Manager pour la France.

## Fait maison : l'Umih dénonce une « absurdie gastronomique »

AU CŒUR DU CHR 23/02/2026

Dans une tribune publiée dans Les Echos, Thierry Marx et Franck Chaumès, dirigeants de l'Umih, dénoncent les incohérences autour du « fait maison ».

# Bienvenue en Absurdie gastronomique

par **Thierry Marx et Franck Chaumès**

**E**n France, la gastronomie est un trésor national. On la célèbre dans les discours, les brochures, les candidatures à l'Unesco mais surtout, on la fait vivre chaque jour dans les cuisines de nos restaurants, comme dans l'accueil et le plaisir donné aux clients.

C'est précisément pour protéger cette réalité que, depuis plus d'un an, l'Umih travaille pour clarifier, de manière simple et lisible, la mention « fait maison ». L'idée est limpide : une affiche dans les salles, et un logo sur les cartes à côté des plats, dans tous les lieux de restauration, restaurants, boulangeries-pâtisseries, traiteurs, restauration rapide, cantines scolaires ou d'entreprise. Une règle compréhensible par tous : s'il n'y a pas de logo « fait maison », alors le plat ne l'est pas. Pas de flou, pas de jargon, pas de double discours. Le consommateur sait exactement ce qu'il mange. Mais depuis quelques mois, certaines positions nous font basculer dans un monde parallèle. Appelons-le « Absurdie » !

### A la cantine, du « fait maison »... avec des lentilles en boîte »

Selon le ministère de l'Economie, rendre l'affichage obligatoire serait risqué : un restaurateur pourrait être sanctionné par la DGCCRF s'il oublie de le mentionner sur sa carte. Autrement dit, il ne serait pas puni pour avoir menti sans l'avoir écrit. Chaque contrôle pourrait alors virer à la fouille réglementaire : « Vos factures ? Vos livraisons ? Et vos

### Pourquoi s'arrêter en si bon chemin et ne pas coller sur une tomate hors AOP, la mention « Attention, tomate ordinaire ? »

épluchures ? ». En Absurdie, un menu ne sert plus à donner envie, c'est une pièce à conviction...

Dans le même temps, la restauration collective discute avec ce même ministère de son propre « fait maison » allégé, très éloigné du référentiel strict que nous défendons. Un élève ou un salarié pourra manger un petit salé aux lentilles présenté comme « fait maison » à la cantine, pendant qu'un client lira la même mention au restaurant. Même mot. Même promesse. Mais deux assiettes bien différentes. Ici, un vrai plat cuisiné maison. Là, des lentilles de restauration collective... en boîte. Et surtout, aucune obligation de le préciser à ceux qui les mangent.

Dernier épisode en date. Une proposition de loi vient d'être déposée, rajouter la mention « non fait maison » sur les plats qui ne le sont pas. Et voilà une cuisine qui commence par un « non » ! Si cette proposition est adoptée, c'est une expérience client transformée en parcours adminis-

tratif, où à force d'expliquer ce qui n'est pas fait maison, on oubliera complètement ce qui l'est encore. D'ailleurs, pourquoi s'arrêter en si bon chemin et ne pas coller sur une tomate hors AOP, la mention « Attention, tomate ordinaire » ?

### Rendons obligatoire l'affichage du fait maison

Ce type d'approche, déjà évoquée il y a deux ans, avait été rapidement abandonnée pour une raison simple : elle ne valorise pas ceux qui font bien leur métier. Elle stigmatise ceux qui n'y arrivent pas encore et, plutôt que de leur tendre la main, on leur colle une étiquette sur le dos. Enfin, comble de l'absurde : les professionnels du bâtiment, de la banque et de la coiffure ont été interrogés pour donner leur avis sur le « fait maison » ! A force de brouiller le sens, on fragilise l'essentiel : la France se dégastronomise.

Alors quittons l'Absurdie, revenons en France ! Le fait maison n'est pas une faute à signaler et la gastronomie française ne se sauvera pas à coups de mentions négatives, de menus illisibles et de logos au rabais. Pour la transparence, pour le consommateur, valorisons ceux qui font maison, et encourageons tous les établissements à faire encore mieux. Pour cela, une solution : rendons obligatoire l'affichage du fait maison !

**Thierry Marx** est président confédéral de l'Umih

**Franck Chaumès** est président national Umih Restauration.

## #Franchise. Comment Vanessa et Stéphane ambitionnent de révolutionner la street-food coréenne avec Chikin Bang

SNACKING 21/02/2026

À l'approche de Franchise Expo Paris (14 au 16 mars), France Snacking lance une chronique quotidienne dédiée à celles et ceux qui façonnent le paysage de la franchise et qui vont compter en 2026. Chaque jour, sur notre site et nos réseaux, nous mettons en lumière une enseigne ou un groupe issu de notre Cahier Spécial Franchise qui paraît cette semaine dans notre tout dernier numéro de France Snacking n° 85.

## RESTAURATION COLLECTIVE

### Programme national de l'alimentation : le Gouvernement dévoile les 29 lauréats de l'appel à projets 2025-2026

EDUCATION.GOUV 26/02/2026

À l'occasion du Salon international de l'agriculture, Annie Genevard, ministre de l'Agriculture, de l'Agro-alimentaire et de la Souveraineté alimentaire, a dévoilé le 26 février les 29 lauréats de l'appel à projets 2025-2026 du Programme national de l'alimentation (PNA) intitulé "vers la stratégie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat (SNANC)", en présence de Édouard Geffray,

### Restauration collective : la pression monte

ZEPRO 26/02/2026

Avec 11,5 Md€ de chiffre d'affaires et une croissance de 2,5 % par an attendue jusqu'en 2030, la restauration collective concédée semble solide. Mais les chiffres masquent des tensions profondes, alerte une étude Xerfi.

### Restauration collective : un marché résilient mais sous pression

LE MONDE DU SURGELE 26/02/2026

Le secteur de la restauration collective concédée affiche encore un socle robuste. Mais les tensions budgétaires, réglementaires et concurrentielles obligent les sociétés de restauration collective (SRC) à accélérer leur transformation

### Pour les Français, la restauration scolaire est centrale pour l'avenir des agriculteurs

LA FRANCE AGRICOLE 24/02/2026 (réserva abonné)

76 % des Français considèrent la restauration scolaire comme un maillon essentiel pour l'avenir des agriculteurs en France, selon un sondage réalisé par Ipsos-BVA pour le Syndicat national de la restauration collective (SNRC).

### Interbev signe un partenariat avec les restaurants universitaires

LA FRANCE AGRICOLE 24/02/2026 (réserva abonné)

Optimiser les repas carnés des étudiants est une nouvelle mission pour l'interprofession du bétail et de la viande, qui a signé un partenariat avec le Centre national des œuvres universitaires et scolaires (Cnous) lors du Salon international de l'agriculture le lundi 23 février 2026.

### Revue de web : la restauration collective en bref

RESTAURATION COLLECTIVE 23/02/2026

Scolaire, entreprise, médico-social... La restauration collective ne manque pas de dynamisme ! Voici notre sélection des dernières actualités du secteur.

### Quoi de neuf dans nos cantines scolaires ?

FRANCE INTER 22/02/2026

A quelques semaines des élections municipales, on pose le sujet brûlant des cantines scolaires sur la table. Pourquoi 26 % seulement des enfants finissent leur assiette à la cantine ? Pourquoi 50 % des parents se disent insatisfaits ? Y a-t-il des progrès ?

## BOULPAT & CIRCUITS ALTERNATIFS

### Maison Bécam lance son format de boulangerie 600 m<sup>2</sup>

ZEPRO 24/02/2026

Comptant 36 boulangeries dans l'Hexagone dont 21 en franchise, le réseau atteindra les 50 points de vente au premier semestre 2027.

### #Franchise. À 32 ans, Columbus Café, l'enseigne française leader de coffee shop, a encore faim de croissance.

SNACKING 23/02/2026

À l'approche de Franchise Expo Paris (14 au 16 mars), France Snacking lance une chronique quotidienne dédiée à celles et ceux qui façonnent le paysage de la franchise et qui vont compter en 2026. Chaque jour, sur notre site et nos réseaux, nous mettons en lumière une enseigne ou un groupe issu de notre Cahier Spécial Franchise qui paraît cette semaine dans notre tout dernier numéro de France Snacking n° 85.

