OUVERTURE

Starving Club, street-food responsable

Aux commandes, un ancien de chez Costes, un autre de chez Yaya et, au piano, Thibaut Spiwack. À eux trois, ils démontrent que la street-food peut être créative, qualitative, locale et responsable. P. 22



ANTIGASPI

La Miche, du pain invendu à la bière

Transformer le pain destiné à être jeté en bière locale, c'est le pari réussi de La Miche. La bière artisanale met en avant le savoir-faire boulanger, un circuit vertueux antigaspillage. P. 26

30 247 exemplaires
ACPM DIFFUSION
Mise en distribution certifiée
Nº 58 | Mai-Juin 2022

METIERS SNACK zepros
resto.zepros.fr

LOI AGEC P. 12

Le 1er janvier, soyez prêts !



Le 1er janvier 2023 entrera en vigueur la loi Agec. À cette date, les contenants jetables seront interdits pour le service à table des établissements de restauration rapide de plus de 20 places.

Ducros

FOODSERVICE

EN PROVENCE DEPUIS 1963

DES SAVEURS FUMÉES INTENSES !



PAROLE DE CHEF

HUGUES MARREC
L'AUBERGE DE LA CAMARETTE

SANS CONSERVATEURS
SANS COLORANTS

« J'utilise le Paprika fumé en saupoudrage sur des frites et également pour parfumer une sauce mayonnaise. »

ON SE DÉCARCASSE, VOUS ASSUREZ.

VENEZ SATISFAIRE VOTRE RECHERCHE CONSTANTE DE SAVEURS SUR : WWW.MCCORMICKFOODSERVICE.FR

MCCORMICK FRANCE RCS AVIGNON B 622 980 027



ÉDITO

Myriam Darmoni
Rédactrice en chef

À la recherche de l'or jaune

L'huile de tournesol serait-elle le nouvel or jaune ? L'Ukraine, qui assurait 50 % de la production mondiale, ne peut plus exporter, et les tensions se font cruellement sentir sur cet ingrédient indispensable à bons nombres d'acteurs de la restauration rapide. En un an, *« les prix ont été multipliés par 2 »*, nous dit-on chez King Marcel. Le manque de cette matière première guette les professionnels. Sur le site de Metro, on peut actuellement lire *« risque de pénurie, disponibilité non garantie »*, sur ce produit. Et dommage collatéral étonnant qui est apparu : le vol d'huiles usagées dont sont victimes dans le Nord certains restaurateurs. En une nuit, ce ne sont pas moins de 400 l qui ont été dérobés. Si le phénomène n'est pas nouveau, il tend à s'accentuer et plusieurs enquêtes ont été ouvertes.

Pourtant, tous les restaurateurs ne semblent pas être logés à la même enseigne… Nombreux sont les petits restaurateurs, propriétaires de friteries et autres, qui s'affolent à l'idée d'être rationnés et de voir l'envolée des coûts. Augmenter les prix, réduire les portions, ils envisagent toutes les solutions, sauf celle de ne plus servir de frites. Tandis que, dans les grandes enseignes, la tendance se veut rassurante. *« Nous avons fait un stockage de sécurité en entrepôt »*, pour King Marcel, *« Nous avons accepté les hausses tarifaires et nous l'absorbons, pour l'instant »*, explique-t-on chez Big Fernand, qui conçoit *« travailler sur des alternatives potentielles »*. Pour Burger King, pas de panique : *« Nos fournisseurs avec qui nous travaillons main dans la main sont confiants sur leur capacité à gérer notre demande même si la situation nous demandera peut-être à faire preuve de flexibilité. »* Seule certitude, pas de mer d'huile à l'horizon, et les restaurateurs vont, encore une fois, devoir se montrer agiles et créatifs. ●



LA PHRASE DU MOIS

« Je mesure la chance que j'ai eue de me voir confier le retournement de cette marque à l'international et d'avoir pu contribuer à sa transformation à l'échelle internationale. Je pars le cœur léger avec le sentiment du devoir accompli. »

Cédric Giacinti, ex-P-DG de Subway France, Belux

SOMMAIRE

ACTUALITÉS
France 4
Régions 8

FOCUS 12
LOI AGEC :
Le 1er janvier, soyez prêts !



L'enseigne Dubble, qui a bien résisté aux deux années de crise, réfléchit à adapter son modèle. Rencontre.



Alimentation végétale et relocalisation de la production de légumineuses en France, c'est le pari réussi de l'Atelier V. Découverte.

MARCHÉS
Solutions repas 16
Burger & Poulet 18
Sandwich & Salade 20
Métissage & co 22
Pizza & Pâtes 24
Coffee-shop 25



Quand on a peine à recruter, on crée son école de formation, c'est ce que vient de faire Ange. Et c'est un succès.



À partir du 1er juin, Jacques Mignault, actuel patron de McDonald's Canada, remplacera Nawfal Trabelsi.

FOURNISSEURS BOISSONS 26
FOURNISSEURS PRODUITS 28
FOURNISSEURS ÉQUIPEMENTS & SERVICES 30
DISTRIBUTEURS 32
NOUVEAUTÉS 34
EMPLOI-FORMATION 38
PEOPLE 39

Vite !

BOULANGERIE

Le retour de la Fête du pain



Du 16 au 22 mai, la Fête du pain fait son grand retour partout en France, après deux ans d'absence pour cause de pandémie. Orchestré par la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française, cet événement met à l'honneur la boulangerie artisanale et le pain de tradition française. Dès le 16 mai, jour de la Saint-Honoré, les 33 000 artisans-boulangers-pâtissiers seront mobilisés pour préparer des moments de convivialité autour du savoir-faire artisan, thème qui a été retenu pour la 25e édition de cette fête autour du pain, emblème de notre patrimoine culinaire national.

RESTAURATION RAPIDE

Des emplois attractifs et valorisés

Avec 191 700 salariés, la restauration rapide emploie 53 % des salariés de la restauration (hors hôtel-restaurant), *« ce sont des emplois non délocalisables »* tenait à rappeler Jérôme Tafani, vice-président du Snarr lors d'une conférence de presse. Des emplois non délocalisables, dont les salaires, au-dessus du Smic, ont été revalorisés de 3,79 % du salaire de base en un an. En quatre ans, il a été valorisé de 7,5 %. C'est aussi la prime annuelle qui a été revue : + 5 % pour les salariés ayant moins de trois ans d'ancienneté (soit une hausse de 8,50 €) et, au-delà, de + 10 % (40 €). Et pour favoriser l'ancienneté, une prime au-delà de dix ans a été instaurée afin de fidéliser les salariés.

Le syndicat souhaite aussi couvrir le niveau d'inflation régulièrement pour l'ensemble des employés de la branche pour ne pas baisser leur pouvoir d'achat. En 2022, une campagne en faveur de l'alternance est lancée.

Toujours dans un souci d'attractivité, les heures de nuit, comprises entre 2 et 6 h ont été valorisées, et les frais de taxi ou de VTC sont pris en charge après 22 h. Des congés spéciaux, pour déménagement ou enfant malade, ont été créés, ainsi que la possibilité de faire don de jours de repos et une prime coupure. Enfin, des actions concrètes ont été réalisées en faveur de la prévoyance et de l'action sociale ou la prise en compte du handicap.

Concernant l'inflation, aussi bien des matières premières que de l'énergie, le syndicat rappelle que les accords annualisés avec les filières agricoles permettent, pour l'instant, d'absorber la hausse des coûts, mais qu'il y aura bien à un moment une répercussion sur les prix. ●


Romain Girard, nouveau président du Snarr.

ÉTUDE

Les villes françaises de la restauration rapide

Cergy-Pontoise est la capitale de la restauration rapide avec 18 % de restaurants sur 278. C'est aussi la ville française qui compte la plus grande part de chaîne de restauration rapide. C'est ce qui ressort d'une étude réalisée par Hello Fresh, sur la base des données de TripAdvisor, Yelp et *PenStreetMaps*. La marque s'est intéressée au nombre de fast-food par rapport à l'ensemble des restaurants présents dans 25 des plus grandes villes françaises. Et les résultats traduisent des disparités géographiques.

Si Paris est la ville qui compte le plus de restaurants (14 602), la Capitale offre pourtant moins de fast-food (8,6 %) qu'Amiens (15,9 %) ou Cergy-Pontoise. En moyenne, 11,5 % des restaurants des plus grandes villes de France sont des établissements de restauration rapide. C'est aussi le cas d'Amiens, où un restaurant fast-food sur trois appartient à une grande chaîne. Sont également bien placées dans ce classement les villes de Nîmes (14,2 %), Brest (13,4 %) et Saint-Étienne (13,1 %).

Et une fois encore Cergy-Pontoise se situe en haut du classement avec 6,8 % de chaîne de restauration rapide qui appartiennent aux grands groupes. Dans les grandes villes, Paris, Marseille, Lyon et Nice comptent moins de chaînes de restauration rapide, avec des valeurs inférieures à 2 %. Une donnée qui s'explique, car, dans les grandes villes, il y a plus de restaurants indépendants. ●


Cergy-Pontoise ou Amiens sont quelques-unes des villes françaises où l'on trouve le plus de fast-food.

DISTINCTION

Cafés Richard, labellisé « Engagé RSE »

Cafés Richard est le premier torréfacteur français à avoir reçu le label Engagé RSE (niveau confirmé) & Responsability Europe. Il s'appuie sur la norme Afnor ISO 26 000. Concrètement, Cafés Richard a pris pour objectif de passer 40 % de ses camions de livraison à Paris en électrique d'ici à fin 2022. Et d'autres ont déjà été réalisés : 100 % des livraisons de café vert en citerne en provenance du Havre sont en transport GNL (gaz naturel liquéfié), 98 % des collaborateurs sont embauchés en CDI et la valorisation des déchets avec la pause-café compostable.

Ce label implique tous les collaborateurs. La cohésion qui en résulte est d'autant plus forte que le périmètre de labellisation comprend Cafés Richard, mais également Expresso Service et Comptoirs Richard. *« C'est une récompense pour notre entreprise familiale, reconnue durable et responsable »*, précise Anne Richard Bellanger, directrice générale.

Cafés Richard est aussi signataire du Global Compact des Nations Unies, un pacte fondé sur 10 principes et 17 objectifs de développement durable. ●



Cafés Richard, 1er torréfacteur français à obtenir le label Engagé RSE.

Les enFarinés

Le tournoi des jeunes chefs les plus créatifs de France

BANQUET D'OR DEPUIS 1983

LE 18 OCTOBRE 2022
École Ferrandi Paris



Vous êtes créatifs ?

Prouvez-le en vous inscrivant dès maintenant sur *concours-les-enfarines.fr*

Fin des inscriptions le 7 septembre 2022

À gagner

- ***Le titre d'ambassadeur Banquet d'Or*** *pour un an*
- ***Un voyage culinaire d'une valeur de 5000€*** TTC
  *...et bien plus encore !**

On vous attend !

Nicolas Paciello & Guillaume Sanchez
Présidents du jury Les Enfarinés édition 2022

Suivez-nous sur
@banquetdor_fr
#concourslesenfarines

Vandemoortele
shaping a tasty future

*Voir les conditions de participation et le règlement complet sur concours-les-enfarines.fr

Vandemoortele Europe NV (*), succursale française - Le Haut-Montigné - 35 370 TORCÉ. SIRET 850 772 047 00021 RCS RENNES - Tél. 02 99 75 72 00 - Fax 02 99 75 72 10.

NOUVELLE VAGUE - Photo S. Babic - (*)Vandemoortele Europe NV est une société de droit belge ayant son siège social situé à Ottergemsesteenweg Zuid 816 – B 9000 GAND et un capital social de 148 371 731,11 € immatriculée en France sous le numéro SIREN 850 772 047 RCS RENNES.

Vite !

PARTENARIAT

Screach noue avec Accor



Screach est une offre permettant aux établissements accueillant du public de diffuser le Pass Ligue 1 Prime Video. Soit 8 matchs par journée dont le top 10 du championnat, pour un total de 300 matchs par saison. L'entreprise vient de nouer un partenariat stratégique avec le groupe Accor, leader mondial de l'hospitalité pour que l'ensemble de ses membres et partenaires en France puissent souscrire à l'offre et en faire bénéficier la clientèle.

CONSIGNE

Coca-Cola rappelle toutes ses bouteilles

À la fin de l'année 2022, toute la production de Coca-Cola France vendue en CHR le sera en bouteilles consignées. Cette mesure concerne la marque Coca-Cola, qui était déjà consignée, mais aussi Fanta, Sprite, Fuze Tea, Tropico et Minute Maid. Au total, ce sont 15 000 bouteilles de verre qui vont sortir du circuit pour être remplacées par 10 000 bouteilles de verre consignées, ramassées dans 450 000 casiers réutilisables. Si la bouteille de Coca-Cola (33 cl) reste identique, les autres boissons sont distribuées dans un format unique de 25 cl. C'est la même bouteille, seules la capsule et l'étiquette changent. Cycle de vie prévu de 25 utilisations en moyenne.



CONCOURS

Le sacre des femmes

Les femmes s'affirment en cuisine et s'imposent dans deux concours et pas des moindres. À 24 ans, Niagale Diallo est la première championne de France de donuts, compétition organisée par Dawn Foods, le 31 mars, lors du Sandwich & Snack Show. La jeune chef est aussi une entrepreneuse, qui a ouvert l'an passé Home Donuts, une boutique dédiée à la pâtisserie américaine, dans laquelle elle propose de nombreuses créations originales.

Caroline Maya, de son côté, est devenue championne du monde de pizza a due. Elle est la première femme, française de surcroît, à remporter ce prix. Compétition qu'elle a menée avec son duo Alain-Patrick Fauconnet, à Parme. Leur pizza, « C'era una volta », littéralement « Il était une fois », est une pizza gastronomique aux fruits de mer, servie avec un shot de saké tiède.



© Anne-Sophie Benoit



Caroline Maya et Niagale Diallo au sommet de leur art.

Le duo avait gagné en octobre la finale Pizza a Due lors de Parizza, ce qui lui donnait son ticket pour aller représenter la France à Parme. Pour cette épreuve, il a pu être coaché par les présidents du jury, Julien Serri (Magnà) et Vittorio Beltramelli (Giuse Trattoria). Caroline Maya a appris son métier de pizzaiola auprès de son père, Lionel Lonbardi, dans la pizzéria familiale, fondée par ses grands-parents, Les Pizzas du Puits Vieux (69). ●

resto.zepros.fr



Les inscriptions sont ouvertes pour le concours Les Enfarinés.

PAIN ET VIENNOISERIES

Top départ pour Les Enfarinés

Banquet d'Or, spécialiste des pains et viennoiseries à destination des professionnels de l'hôtellerie-restauration, lance un nouveau concours, Les Enfarinés. Tout professionnel des métiers de bouche majeur et exerçant dans un établissement de restauration commerciale situé en France métropolitaine est invité à présenter sa candidature. Chaque candidat devra proposer 3 recettes personnelles, sur les thèmes imposés : le pain, la viennoiserie et la plaque feuilletée, en utilisant l'un des produits mis à disposition par Banquet d'Or. Sucrée, salée, recette traditionnelle ou street-food, la créativité est laissée au candidat à condition qu'il ne dépasse pas un bon d'économat de 4 € HT. Les intéressés ont jusqu'au 7 septembre pour s'inscrire et compléter leur dossier. Qui est étudié par un jury présidé par Nicolas Paciello de la pâtisserie des CinqSens (Paris XV[e]) et Guillaume Sanchez, du restaurant Neso. Les 8 candidats sélectionnés seront annoncés entre le 19 et le 23 septembre. La finale aura lieu le 18 octobre à l'école Ferrandi. Le gagnant remportera un voyage culinaire d'une valeur de 5 000 €. ●

https://www.concours-les-enfarines.fr

MOOC

Restauration responsable, comment créer un projet rentable

Ecotable et Service Compris lancent le premier Mooc Restauration Responsable. Ce programme 100 % digital a pour but d'aider les restaurateurs à développer un projet de restauration responsable et rentable. La formation dure six semaines et se compose de sept modules thématiques, accessibles chaque 1er du mois. Elle est éligible au CPF. Elle permet de parcourir les huit piliers établis par Ecotable pour déployer une démarche RSE : approvisionnement, carte, santé, non-alimentaire, déchets, ressources naturelles, éthique et social et communication.

Parmi les intervenants, outre ceux d'Ecotable et Service Compris, on note la présence de Chloé Charles, chef indépendante, Josselin Marie, chef de La Table de Colette, Juan Fernando Barajas, chef de Grancœur, Martin Guinement des Alchimistes et Nicolas Alary de Holybelly. Prix de la formation 990 € ou 250 € la thématique. Ouverture de la première session le 13 juin. ● **Ecotable.fr**



Un mooc 100 % digital qui dure six semaines.

nutella®

CET ÉTÉ, BOOSTEZ VOS VENTES !



Yannis Rodriguez, Lauréat 1ère édition Nutella Academy et son maître de stage Michaël de la Maison Rouchet

SUBLIMEZ VOS RECETTES AVEC NOTRE GAMME DE PRODUITS RÉSERVÉE AUX PROFESSIONNELS



Pot de 3 Kg



Pot de 1,35 Kg



Poche de 1 Kg

Découvrez Les recettes du succès



SCANNEZ

Partagez votre recette du succès au Nutella® et tentez de gagner un plan de médiatisation

FERREROFOODSERVICE.COM

FERRERO FRANCE COMMERCIALE – SAS AU CAPITAL DE 13 174 330€ – RCS ROUEN 803 769 827.

30 JOURS dans vos REGIONS

Votre entreprise innove, déménage, propose un nouveau service. Parlez-nous de vous !
m.darmoni@zepros.fr



La Broche revisite le kebab avec une recette de poulet mariné pendant vingt-quatre heures agrémenté de chips de pommes de terre.

59 | LILLE

La Broche, le kebab haut de gamme venu de Lyon

Derrière La Broche se cachent deux frères nordistes, Fabrice et David Louf, passionnés de cuisine depuis leur enfance. Après leurs études (commerce et droit), le duo crée leur premier établissement en restauration rapide à Lyon, en 2016, à une époque où le kebab n'était pas à la mode. Après la création de trois spots à Lyon, le tandem est monté sur Lille pour ouvrir deux autres points de vente : un stand au Food Court de Grand Scène et un restaurant dans l'ancien House Kebab. Le secret de leur succès ? Une recette de poulet mariné pendant vingt-quatre heures avant d'être installé sur une broche électrique à induction, permettant d'obtenir ainsi une viande moelleuse, assortie de croustilles frites, des chips de pomme de terre. Tous les ingrédients viennent de fournisseurs locaux comme Lesage pour le pain. ●

44 | NANTES

Calma sort ses empanadas de l'ombre

Née pendant le premier confinement, l'aventure Calma a démarré en mode dark kitchen, en livraison. La fabrique d'empanadas s'est aussi fait connaître sur des festivals nantais. Le 8 février, les associés Charline Correia-Lemonnier, Alcide Touzard et Benoît Lebreton ont ouvert leur restaurant coloré, clin d'œil à l'Amérique du Sud, dans le quartier nantais République en plein renouveau. Calma propose onze recettes d'empanadas, dont une sucrée et plusieurs sans viande, qui adaptent les classiques plats argentins. Chaque chausson a une forme différente et la pâte est faite à partir d'huile de coco bio et d'une farine bio de Vendée, l'approvisionnement local étant largement privilégié. Le restaurant propose aussi entrées, plats et desserts du moment. Les formules Corto (à 11 €) et Largo (15 €) mixent ces deux offres complémentaires. ●

© Thierry Goussin

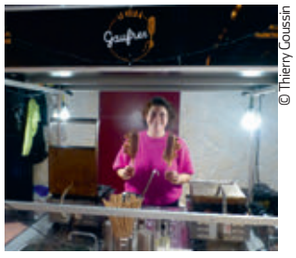


Les trois associés de Calma prévoient une seconde ouverture cette année.

44 | NANTES

Le Vélo à Gaufres trace sa route

Un bon coup de pédale, un goût du bon et du sain, une soif d'échanges, voici ce qui anime Marie-Astrid Leray, créatrice du Vélo à Gaufres. La Nantaise a eu le déclic lors d'une promenade sur les bords de l'Erdre. Elle a imaginé une proposition nomade et gourmande à toutes les heures. Un gaufrier en fonte lui permet de préparer des gaufres fourrées servies sur bâtonnets en versions sucrée (sucre, chocolat) mais aussi salée (tomme fermière, avec ou sans légumes rôtis au four). Une offre ludique et pratique qui séduit petits et grands, tout comme le modèle vertueux créé par Marie-Astrid Leray : mode de déplacement, bien sûr, mais aussi achats en direct auprès de producteurs bio locaux ou en vrac chez Ô Bocal. Preuve d'une notoriété vite acquise, le Vélo à Gaufres est aujourd'hui présent sur de nombreux événements et festivals nantais. ●



© Thierry Goussin

Marie-Astrid Leray était présente début avril à Carquefou au premier salon Pro Bio Ouest.

62 | CAUCHY-À-LA-TOUR

Succès des distributeurs de plats à emporter

La crise sanitaire a changé le mode de fonctionnement de certains restaurateurs comme David et Vanessa Caumartin, propriétaires du restaurant traditionnel Le Jardin depuis 2019 à Lillers. Les difficultés financières engendrées par le confinement les ont amenés à investir dans un distributeur, à 10 km du restaurant, à Norrent-Fontes, sur le parking d'un fleuriste. Leur offre : des plats à emporter à base de viande et de poisson, faciles à réchauffer ! Un carton ! Début 2022, le couple a réitéré l'opération avec un deuxième distributeur à Cauchy-à-la-Tour, au niveau des entrepôts ITD. *« Nous avons investi 22 000 € pour les deux distributeurs que nous avons personnalisés et ils nous amènent une notoriété dans les alentours »*, précise David Caumartin. Un nouvel avenir pour la restauration. ●



David et Vanessa Caumartin, propriétaires du restaurant Le Jardin, ont investi dans 2 distributeurs de plats à emporter.

JDC S.A.

LA BORNE DE COMMANDE



Augmentez votre chiffre d'affaires

+ Digitalisez votre activité
+ Gagnez du temps
+ Prise de commande optimisée
+ Réduction des files d'attente
+ Synchronisation des commandes en temps réel
+ Périphériques et services connectables

Connectée & adaptable à votre environnement de travail :
> sur pied
> en comptoir
> à fixer

KEZIA BORNE

CONTACTEZ-NOUS
en flashant ce QR code

3 PROFITEZ DE MOIS D'UTILISATION OFFERTS

& des services pour faciliter votre quotidien
Conseiller dédié | Programmation | Livraison, installation
formation & maintenance sur site

14 | CAEN

King Marcel s'installe en Normandie

L'enseigne lyonnaise de burgers à la française ouvre son 17e bistrot à Caen. C'est la première fois que King Marcel s'installe en Normandie. Situé non loin du château, l'établissement d'une superficie de 120 m² peut accueillir jusqu'à 140 personnes, dont 70 en extérieur. À la tête de ce nouveau restaurant : Léna Hoste, une jeune entrepreneure de 23 ans qui dirige une équipe de huit employés. Elle dit avoir été séduite par l'enseigne qui lui ressemble. *« Un réseau qui tient en trois mots : français, frais et fait-maison. »*



35 | SAINT-MALO

Ça roule pour la Compagnie des Pêches

Quand un grand armateur malouin s'associe avec Marc Dagonet, précurseur et référence en food-truck, le succès est à la clé. Le premier, né en 1934, fournit poissons et crustacés. Le deuxième, qui les cuisine, avait initié son aventure gustative avec le Gourmet Vagabond, réputé sur la région. *« Cette collaboration est un énorme atout, la Compagnie des Pêches connaît bien les normes, les attentes, on va beaucoup plus vite. Et même si on parle de semi-industriel, ce sont des produits de qualité »*, partage l'entrepreneur. Accras de morue sauce aigre-douce à 3,50 €, fish & chips de lieu noir, frites ou salade à 9 €, burger de cabillaud et légumes à 11 €... C'est bon, abordable et fait maison. Entre Saint-Malo, Rennes et le secteur événementiel, la marque se prépare à d'autres projets. Affaire à suivre !



Un partenariat inédit et complice entre pêcheurs et cuisinier.

37 | TOURS

McDonald's robotise

Des robots serveurs ont été expérimentés au McDonald's du quartier des Deux-Lions à Tours, où les commandes sont réalisées par les clients sur bornes tactiles et où le service se fait à table. Ces robots parlants pouvaient porter jusqu'à quatre plateaux. *« Nous les avons testés pendant un mois. Nous avons été le seul McDo en France à les avoir »*, indique un employé du restaurant. Mais l'expérience semble avoir donné des résultats mitigés. Un employé devait prendre le plateau sur le robot pour le servir au client.

59 | MARCQ-EN-BARŒUL

Des naans sains et bistronomiques

Après la saison hivernale, le food court La Friche Gourmande a remplacé son locataire Too Schuss dédié à la cuisine montagnarde par le spécialiste du Nord du naan revisité, Oh Naan. Son fondateur, le Britannique Liam Breen (ex-chef chez Meert à Lille) travaille ses galettes indiennes à l'aide de techniques liées à la gastronomie comme le thermo-plongeur dans son laboratoire à Roubaix. Le résultat : une carte de 3 recettes de naan avec des ingrédients sains et bien mijotés pour un menu autour de 13 €.

44 | NANTES

Glaces Moustache met son grain de sel



Le glacier artisanal de Saint-Malo connaît un fort développement national en franchise. Il atteindra cet été les 35 boutiques. Le 3e Moustache en succursale a ouvert en février à Nantes sur un emplacement premium, la Place Royale. Ce point de vente propose une offre snacking salée : bar à pâtes, soupes, salades, pakata (gamme créée par le Monde des Crêpes). D'autres Moustache vont développer ce complément. *« C'est une réponse au vrai sujet de saisonnalité de nos franchisés »*, explique Sylvie Bondil, la dirigeante du glacier.

31 | TOULOUSE

Terroir Club, 100 % digital, 100 % locavore



© Terroir Club

Amoureux des produits du terroir occitan, Sophie Jamain et Thomas Robert sont les cofondateurs de Terroir Club.

Depuis quelques jours, Toulouse compte un nouveau concept de restauration rapide, avec Terroir Club. Au menu : des bols de saison et des sandwichs gourmets à base de saucisse de Toulouse, truite des Pyrénées, haricots tarbais et autres produits emblématiques du terroir occitan. Une offre apéritive dans la tendance finger-food complète la carte. Terroir Club repose sur un modèle 100 % digital, les commandes se faisant uniquement en ligne. Après avoir commandé, les clients peuvent choisir d'emporter leurs plats, se faire livrer ou les consommer sur place sur la terrasse mise à disposition, située dans le quartier du Jardin des Plantes en plein centre-ville. *« Terroir Club est le premier restaurant 100 % digital, 100 % locavore »*, explique Sophie Jamain, la cofondatrice.

56 | VANNES

Chez Brindille, le fond de tarte fait recette

Sept années après l'ouverture de leur restaurant Le Tandem au cœur de Vannes, Olivia et David Jubin (elle en cuisine, lui en pâtisserie) se sont lancés en novembre dans une autre aventure avec la création de Brindille. Géré par l'équipe Annaig et Jeanne, son concept est basé sur des tartes salées et sucrées, travaillées à partir de produits bruts, frais et locaux. « C'est une volonté, nous ne faisons pas de compromis là-dessus », souligne Olivia. Un respect du terroir acquis chez Michel Bras. Ayant fait chacun leurs armes auprès de triples étoilés (occasion de décliner en snacking des techniques de haute volée), ils se sont connus chez le grand chef aveyronnais. Autre signature : des préparations et dressages très élaborés posés sur une forme oblongue. Faciles à manger, faciles à emporter !



La tarte au lait fermier, comté 18 mois d'âge.

Since 1959

RISSO®

QUALITY FOR CHEFS

Nos innovations, VOS CRÉATIONS.



MATIÈRES GRASSES À CUIRE

MATIÈRES GRASSES À FRIRE

SAUCES SNACK & SAUCES SALADES

PRÉPARATIONS VÉGÉTALES

TARTINABLES

CONÇU PAR DES PROFESSIONNELS, POUR DES PROFESSIONNELS.





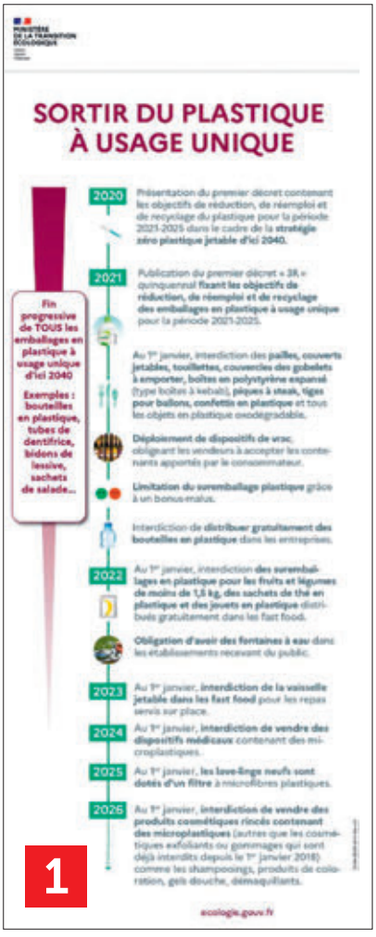
INNOVATION ET HAUTE TECHNICITÉ.

GOÛT ET SAVEUR.



Toutes les solutions pour tous les goûts
www.risso.com/fr

Vandemoortele



1 Votée en 2020 juste avant le début du Covid-19, la loi Agec prévoit le calendrier de l'éradication du plastique d'ici à 2040.

2 Chez Acaï & You, les bols sont en fibre de jujube ou de coco, le verre et la paille sont réutilisables.

3 Depuis cet été, McDonald's expérimente la vaisselle réutilisable pour les repas servis à table. Ici, au McDo Beaugrenelle (Paris XV[e]).



© Marion Briffod

FOCUS

Loi Agec

Le 1er janvier, soyez

Le 1er janvier 2023 rentrera en vigueur la loi Agec. Les contenants jetables seront alors interdits pour le service à table des établissements de restauration rapide de plus de 20 places. C'est aussi à cette date que sera appliquée la nouvelle REP ER.

Le 1er janvier 2023, une nouvelle disposition de la loi Agec entrera en vigueur : à cette date, les établissements de restauration rapide devront se doter de vaisselle réutilisable pour les repas et les boissons servis sur place. Fini les gobelets, couvercles, assiettes, récipients et couverts jetables. Sont concernés tous les lieux comprenant plus de 20 places assises. Pour rappel, la loi Agec c'est la loi antigaspillage pour une économie circulaire. Promulguée en 2020, elle prévoit la fin de la mise sur le marché des emballages en plastique à usage unique d'ici à 2040.

Plusieurs étapes ont déjà été passées : au 1er janvier 2021, interdiction des pailles, des couverts jetables, touillettes, couvercles des gobelets à emporter, et les boîtes en polystyrène expansé (les fameuses boîtes à kebab). À cette loi s'est ajoutée, en février 2021, la charte de la restauration livrée, signée par 34 acteurs. En 2027, 10 % des emballages de la VAE devront être réutilisables. Là également, l'objectif est de lutter contre le gaspillage et le suremballage afin de réduire les contenants et les emballages en plastique à usage unique.

Et ce n'est pas tout, *« la loi Agec impose aussi la préparation de la filière Responsabilité élargie du producteur pour les emballages en restauration (REP ER) »*, expliquait Frédérique Lehoux, directrice du Géco Food Service, lors d'une conférence qui se tenait sur le Sandwich & Snack Show. *« Cette nouvelle REP, applicable elle aussi au 1er janvier 2023, oblige la filière restauration à travailler sur la prévention des déchets, leur écoconception et leur réemploi »*, poursuit-elle. Du côté du ministère, on explique qu'*« il est impératif que toutes les enseignes de restauration rapide se mettent en conformité »*, détaillait en juillet dernier Barbara Pompili, ministre de la Transition écologique. C'est dire si ça s'agite dans les grandes chaînes de restauration. Sans parler des fournisseurs qui fourmillent d'idées concrètes pour permettre aux restaurateurs de se mettre en conformité. Tout un pan de l'économie, en ordre de bataille pour être prêt dans quelques mois.

Des solutions existent !

Heureusement, de très nombreuses solutions ont vu le jour. Et depuis deux ans, des expérimentations sont faites par les enseignes (restaurant 100 % consigne de Class'croute). Des indépendants sont déjà passés à la vaisselle réutilisable (Acaï & You), voire à la consigne (Poke Bar). Les contenants recyclables sont devenus pléthoriques, voire réutilisables, la problématique dans ce dernier cas étant la gestion : celle du lavage et du retour de ces fameux contenants. Des solutions de réemploi sont à disposition, Pyxo, GreenGo, Dabba ou En Boîte le Plat, ou l'ancien BarePack, depuis absorbé par &Repeat.

Des expérimentations ont été lancées par les plateformes (Deliveroo ou Uber Eats). Des solutions de lavage « industriel » sont montées comme celle proposée par Uzage. Elles existent donc, il ne reste plus qu'à les mettre en place. Le 1er janvier 2023, c'est déjà demain ! ●



© Myriam Darnoni

FOCUS SOLUTION

Pyxo fait revivre les contenants

Une start-up révolutionne le marché de l'emballage alimentaire et de la vente à emporter. Sa solution clé en main accélère la transition vers le zéro déchet des restaurateurs et distributeurs. Après avoir levé 7 M€ en novembre 2021, Pyxo, fondé en 2018 par Benjamin Peri et François des Beauvais, anticipe la loi Agec.

Leur concept optimise les circuits logistiques. Le client et le restaurateur s'enregistrent sur l'application Pyxo afin d'acheter ou louer des emballages réutilisables. Un catalogue attractif de 50 contenants répond à chaque besoin du secteur alimentaire, sandwichs, burgers, couverts ou encore sacs. Chacun est doté d'un identifiant unique sous la forme d'un QR Code ou d'une puce RFID.

Lors de la commande d'un repas, cet identifiant est rattaché au client par l'application Pyxo ou une application fidélité, click & collect ou livraison qui assure son suivi. Chaque enseigne du réseau Pyxo est reliée, ce qui offre la possibilité de prendre un contenant dans un restaurant et de le rendre chez un autre adhérent, ou un collecteur public. Il part ensuite dans un centre de nettoyage avant d'être rapporté au restaurateur ou lavé sur place. Ce service valorise l'image de marque du restaurateur et confirme son engagement environnemental avec une offre attractive où il ne paie que lorsque le système est utilisé par les clients. Par ailleurs, Pyxo a mis en place la Pyx'Academy, un service gratuit qui répond à toutes les questions concrètes sur la loi Agec. ●


Les deux fondateurs, François des Beauvais (à g.) et Benjamin Peri.

prêts !

"La nouvelle REP ER* aura un impact économique sur les acteurs de la filière restauration, déjà très fragilisés par la crise."

*Emballages en restauration

Frédérique Lehoux,
directrice du Géco Food Service



CHIFFRES

221 943 tonnes de déchets sont produites par la restauration rapide

350 millions de kebabs consommés chaque année c'est 11 par seconde

300 millions de barquettes en plastique ont été jetées en 2021

34 signataires de la charte de la restauration livrée

300 millions d'emballages lavés par Uzage à horizon 2027

Sources : Ademe, Citeo, ministère de la Transition écologique, Uzage, No Plastic in my Sea

FOCUS CHARTE RESTAURATION

Make.org Foundation s'engage

Make.org Foundation, fondation dont la mission consiste à mettre en œuvre des actions durables, s'engage dans la réduction des contenants et des emballages à usage unique en restauration. Elle vient de conclure un partenariat avec le ministère de la Transition écologique afin de mettre en place un référentiel d'évaluation des pratiques vertueuses en matière d'utilisation des contenants et mieux cerner celles des clients. Cette collaboration s'inscrit dans le cadre du comité de suivi de la charte d'engagement Restauration livrée. Cette démarche propose, par ailleurs, d'accompagner 500 restaurateurs afin de favoriser leur accès à l'information et les aider au déploiement de solutions alternatives. Un des objectifs de la charte consiste à atteindre 70 % des emballages livrés sans plastique à usage unique d'ici au 1er janvier 2023. ●


Les signataires de la charte s'engagent à réduire les contenants et les emballages à usage unique.

FOCUS EXPÉRIMENTATION

McDonald's teste la vaisselle réutilisable

C'est une petite révolution qui se prépare chez McDonald's France : fini les frites servies dans du carton et les boissons en gobelet jetable, place à la vaisselle réutilisable. L'expérimentation, débutée dans une dizaine d'établissements durant l'été, est en train de se généraliser même si l'opération n'est pas officielle. *« Nous testons en effet plusieurs solutions, mais tout n'est pas encore définitif »*, explique un représentant de la chaîne. Les contenants, comme ceux des frites, reprennent la forme et la couleur auxquelles sont habitués les clients et sont en polypropylène. Le reste, gobelet pour les boissons, contenant pour les salades ou les nuggets, les glaces, est en tritan, un matériau résistant aux hautes températures.

Avec plus 2 millions de repas servis par jour, c'est une sacrée prouesse ici réalisée par l'enseigne de fast-food. Les clients sont accompagnés durant toute leur expérience, de l'entrée du restaurant, où des panneaux sont installés pour expliquer l'opération, aux poubelles de tri près desquelles des agents peuvent renseigner le consommateur. La vaisselle est ainsi récupérée, puis lavée sur place à haute température, d'où le choix des matériaux afin d'obtenir la meilleure hygiène et sécurité possible. Cette mesure devrait permettre à l'enseigne la réduction de 8 000 tonnes de déchets par an. ●



Un dispositif qui devrait être généralisé fin 2022.

FOCUS CONSIGNE

Dabba réduit les déchets

Créé en 2020 par Caroline Laubertie et Marion Scapin, Dabba Consigne est un service de location de boîtes en verre consignées pour les établissements qui font de la vente à emporter et de la livraison de repas. Lauréat de la Fabrique Aviva 2021, Dabba a pu, grâce au prix de 60 000 € remporté, développer une application qui permet de géolocaliser les commerces partenaires et payer sa consigne.

Le service est déployé pour l'instant sur la région Auvergne-Rhône Alpes et dessert les villes de Grenoble (là où il a été lancé), Lyon, Annecy, Chambéry et Chamonix. Quatre-vingts restaurants sont déjà utilisateurs du service et, selon les créatrices, *« plus de 40 000 emballages à usage unique ont ainsi été évités »*. ●



Des contenants en verre géolocalisés et consignés.

FOCUS RECYCLAGE

&Repeat, l'appli qui récompense l'écogeste



Not So Dark, OFC, Tripletta, plusieurs centaines de restaurants sont déjà partenaires de l'application &Repeat.

&Repeat, c'est cette application suédoise qui incite le client à recycler ses contenants à usage unique, plutôt que de les jeter n'importe où, encore moins dans la rue. Débarquée en France au printemps, elle a absorbé barePack et a noué un partenariat avec les 200 restaurants de Not So Dark. Le principe ? Les clients qui commandent auprès des restaurants partenaires sont livrés dans des contenants dotés d'un QR Code. Au moment de le jeter dans un bac de tri référencé par l'application &Repeat, le client scanne le QR Code et est alors « récompensé » d'un cashback. *« Jusqu'en septembre, il est de 5 € pour le premier contenant puis la somme est dégressive »*, explique Nicolas Piffeteau, directeur des opérations chez &Repeat. *« En quelques mois, nous avons déjà plusieurs milliers d'utilisateurs. Et l'opération permet aussi aux restaurateurs de générer du chiffre d'affaires, puisque les clients réutilisent leur cagnotte dans les établissements partenaires »*, précise-t-il. D'ailleurs, Deliveroo France ne s'y est pas trompée et est devenue partenaire exclusif de l'application. *« Le taux de recyclage observé est multiplié par six »*, conclut Nicolas Piffeteau. ●

SO URBAN D'ARCOROC



SPÉCIFIQUEMENT DÉVELOPPÉE POUR LA RESTAURATION ET LES PROFESSIONNELS, la gamme So Urban d'Arcoroc a reçu le label Janus de l'industrie 2022. Ce prix, créé en 1953 par l'institut français du design, récompense les produits industriels à réelle valeur ajoutée.

RE-UZ



LE GROUPE IMPACT, CONCEPTEUR ET DÉVELOPPEUR DE SOLUTIONS POUR LES CONTENANTS ALIMENTAIRES, a regroupé l'ensemble de ses activités de réemploi sous la marque Re-uz, qui dispose de ses propres centres de lavage en Europe. Par ailleurs, le groupe est leader du gobelet réemployable, Ecocup.

NO PLASTIC CHALLENGE



DU 30 MAI AU 15 JUIN, NO PLASTIC IN MY SEA ORGANISE LA 5e ÉDITION DU NO PLASTIC CHALLENGE. Ce défi a pour objectif d'alerter sur les impacts environnementaux et sanitaires du plastique. L'association se propose d'aider les acteurs à réduire leur consommation de plastique à usage unique.

www.noplasticinmysea.org



SNACKING D'OR 2022 BY FRANCE SNACKING

Ce qui compte, c'est de vous faire craquer !

Neuhauser dynamise votre offre snacking et transforme la pause-déjeuner en instant de plaisir ! Découvrez nos **2 recettes authentiques** et gourmandes inspirées de l'emblématique et ultra croustillante **pâte feuilletée des Pasteis de Nata** pour des moments savoureux plein de convivialité.

Tarte Saumon & Aneth



Dés de saumon d'Atlantique — Aneth

Notée 8/10 pour la croustillance*

Tarte Bacon & Emmental

Elue Snacking d'or dans la catégorie snack chaud



Bacon sans nitrites ajoutés — Emmental

* Panel réalisé auprès de 22 consommateurs - avril 2021

Chaque Geste compte pour faire du Bon

NEUHAUSER FRANCE

18 Avenue Foch, 57730 Folschviller - Tél. : 03 25 39 40 50 - www.neuhauser.fr - FRANCE : contacts-commerciauxBVP@soufflet.com - EXPORT : export.bvp@soufflet.com

LIBRE-SERVICE

Picadeli France, toujours plus high-tech

« Make Salad not war », le slogan de Picadeli n'a jamais été d'autant d'actualité. Pourtant, l'enseigne n'est pas une nouvelle venue dans l'univers de la restauration. Depuis 2017, David Bicheron et ses acolytes Grégoire Bodin et Florentin Ducoté ont développé ce concept en France, créé en 2016 par le groupe suédois Greenfood AB. Si on a peu entendu parler d'eux durant la crise, leur bar à salades est bien présent dans tout l'Hexagone avec plus de 400 points de vente installés partout, notamment à Paris où la marque a un partenariat avec le groupe Casino. *« Notre bar à salades permet de redonner vie au rayon fruits et légumes »*, explique David Bicheron. Et de poursuivre : *« Il est encore plus intelligent qu'avant. Connecté, il apporte les informations en temps réel. Vous pouvez contrôler la traçabilité des produits, maîtriser la DLC, la température. Il y a même une application qui permet de proposer le réassortiment et piloter la commande. »*

D'ailleurs, 1/3 du parc a été renouvelé. Si l'offre est toujours principalement végétale – plus de 80 références au catalogue dont des salades et crudités fournies par la coopérative Rosée des Champs – la marque a accentué son positionnement. *« Nous avons banni la viande rouge. Il n'y a plus de bœuf ni de porc et nous avons référencé du quorn, une protéine végétale à base de champignons. Quant au poulet, il est français, et les œufs de plein air »*, commente David Bicheron.



En changeant ses contenants, l'entreprise a réduit sa consommation de plastique de 40 000 tonnes par an.

La société, qui a toujours été attentive au développement durable, a créé ses propres recettes de sauce Clean Label, qu'elle propose désormais en bouteille et plus à l'unité. Et les contenants sont désormais en kraft recyclable, le plastique a été banni. Enfin la marque, déjà présente sur les autoroutes avec Areas et dans les hôpitaux et les aéroports avec le groupe Lagardère, vise dorénavant les gares. ●

BOCAUX

Mélanie Serre chez Bocaux de Chef

Fondée en 2021 par Jérémy Inacio, Thomas Favrel et Christophe Gourmelon, Bocaux de chef met des repas de chefs dans des bocaux. En verre, pour une consommation 100 % responsable. La marque propose des recettes de saison, locales et authentiques imaginées par les chefs de restaurants sélectionnés. Parmi les chefs ayant déjà été « bocalisés », on compte Stéphane Jégo, de l'Ami Jean, David Rathgeber, de l'Assiette. Aujourd'hui, c'est au tour de Mélanie Serre de se prêter au jeu. La jeune femme, qui a notamment été chef de L'Atelier de Joël Robuchon, était aux commandes du Louis Vins, avant de prendre celles du Elsa le 11 mai à Monaco. Pour Bocaux de chef, elle a choisi deux plats signatures : sa terrine de lapin aux fruits secs et sa poitrine de cochon IGP Auvergne confite au miel et aux épices. Des plats disponibles dans toute la France chez les artisans de proximité, les fromagers et épiceries fines et en commande sur Internet. ●


Chaque bocal contient une recette pour 2 à 4 personnes. De 12,90 à 29,90 €.

www.bocaux-chef.fr

CHARCUTERIE

Maison Vérot décline l'été

Gilles et Nicolas Vérot ont demandé à William Ledeuil, chef de Ze Kitchen Galerie, de revisiter la rillette. À 6 mains, ils ont donc imaginé un produit plus léger, plus estival. En accord avec sa cuisine d'inspiration asiatique, William Ledeuil a créé une rillette de poulet hautement parfumé : citronnelle, gingembre, pandanus et feuille de combawa viennent apporter leur note exotique et leur fraîcheur. D'ailleurs, en plus d'être vendue dans les boutiques Maison Vérot, cette rillette est aussi à la carte du restaurant Ze Kitchen Galerie. Autre spécialité créée pour l'été par la Maison Vérot, une terrine cochonne au barbecue, un persillé terre et mer et un pâté en croûte de saumon à l'oseille. Et, grande nouveauté, la recette de la terrine de poulette de l'éleveur Arnaud Tauzin qui évolue en fonction des légumes de saison : abricot et artichauts en mai-juin et tomates et courgettes de juillet à septembre. ●


© VirginieGarnier

Des recettes plus fraîches qui s'accordent à la saison.

Vite !

PARTENARIAT

Newrest et Air Dolomiti s'accordent

Newrest, l'un des principaux fournisseurs mondiaux de solutions de restauration, a signé un contrat avec Air Dolomiti pour gérer son programme de vente à bord. Air Dolomiti, la compagnie aérienne italienne du groupe Lufthansa, a relancé son service de restauration. Le menu propose des plats frais et une large gamme de boissons chaudes et froides en mettant l'accent sur la culture culinaire italienne, les attentes nutritionnelles tout en favorisant le respect de l'environnement.

GMS

Daunat invite au tour du monde

La cuisine du monde a le vent en poupe : ¾ des Français achètent au moins une fois par an des plats exotiques et en moyenne 5 fois par an*. Au top des cuisines préférées, l'italienne et la mexicaine. C'est pour cette raison que Daunat a eu l'idée de réinventer le sandwich triangle en proposant des recettes créatives au format club qui invitent à l'évasion. Étonnant, la marque a souhaité avoir une signature olfactive dès l'ouverture du pack : le romarin pour la recette d'inspiration italienne et la sauce épicée pour la recette d'inspiration mexicaine. De plus, les pains ont été repensés. Façon focaccia pour l'Italie et un pain à la farine de maïs aux graines croquantes pour la recette mexicaine. Enfin, le jambon et le poulet utilisés sont français. ●

*Source Kantar



Des sandwichs club aux saveurs dépaysantes.

BRIDOR

Le Bun'n'Roll

Un bun feuilleté pur beurre pour la réalisation de burgers et de desserts vraiment originaux !

Réalisé à partir d'une délicieuse pâte à croissant pur beurre

Unique grâce à un jeu de texture à la fois croustillant et fondant

Attractif avec son feuilletage en forme de spirale





Pratique : prêt-à-cuire surgelé et livré avec des moules en papier

SHARE
THE BAKERY CULTURES OF THE WORLD

www.bridor.com / commercialfrance@groupeleduff.com

SAS BRIDOR - RCS RENNES 491 668 893 - Siège social : Z.A Olivet 35530 Servon-sur-Vilaine - Photo non contractuelle - Crédit photo : A point Studio

Vite !

BURGER

Christophe Boyer, numéro un



C'est le nouveau champion de France du burger. Il a remporté la finale, le 30 mars sur le salon Sandwich & Snack Show. Jusqu'à l'année dernière, Christophe Boyer travaillait dans l'immobilier. Il a tout quitté pour ouvrir son food-truck. La recette du succès ? Une carte métissée aux saveurs asiatiques, conçue avec son épouse d'origine vietnamienne. Son Bao Burger a emporté les suffrages du jury. Kevin Muin et Laurent Thorel se sont partagé les deuxième et troisième marches du podium.

resto.zepros.fr

GASTRONOMIE

Père et Fils, la collab'



Vainqueur de Top Chef 2021, Mohamed Cheikh a conçu un burger en partenariat avec Yannick et Antoine Alléno, à la tête de Burger Père & Fils, ouvert en 2021. Les trois pointures de la gastronomie se sont amusées à revisiter ce hit de la street-food. Le challenge était d'apporter les codes de la grande cuisine à ce sandwich et d'y insérer l'identité culinaire du chef Alléno. Un burger technique donc aux ingrédients issus de l'agriculture biologique française et finement sourcés et conçus pour la livraison.

CONCOURS

Burgers Toqués nostalgiques

L'édition 2022 du concours Burgers Toqués a été lancée. Cette année, les candidats devront plancher sur le thème du Burger de Proust. L'idée est d'incarner, à travers sa recette, un souvenir, qu'il soit d'enfance, de vacances ou encore amoureux. La recette devra raconter une histoire et *« lui donner du sens dans une réalisation unique »*. Date limite des dossiers, le 16 mai et finale le 23 juin.

www.burgers-toques.fr

CHAÎNE ET GROUPE

Chez KFC, le poulet français a la cote

Cocorico ! De 20 à 40 % : la part de poulet français dans les achats de KFC France s'apprête à doubler cette année grâce à un partenariat noué avec SNV, filiale du leader français de la volaille LDC. Dans toutes les recettes de burgers, les filets seront donc désormais 100 % français, annonce la chaîne de restauration rapide présente depuis trente ans en France avec 300 établissements. Ce qui va faire de la France le premier fournisseur de poulet pour KFC, devant les Pays-Bas.

Pour ce faire, SNV a investi 4,5 M€ pour adapter un deuxième site de production dans la Sarthe à Luché-Pringé. *« Nous voulons faire du local pour répondre aux attentes des consommateurs français »*, a ainsi déclaré Cédric Losdat, directeur général de KFC France. En effet, selon un récent sondage Opinion Way, depuis la crise Covid, 64 % des Français seraient sensibles à l'origine France. Un engagement fort pour KFC qui poursuit, en outre, sa politique en matière de bien-être animal avec l'évolution et l'actualisation de son tableau de bord autour de six critères nécessaires au bien-être des poulets.

Des projets qui interviennent dans un contexte de croissance pour la chaîne. L'enseigne, qui appartient au groupe américain Yum ! Brands (avec Pizza Hut et Taco Bell), a enregistré un chiffre d'affaires de 617 millions d'euros en 2021, en hausse de 20 % sur un an et à + 9 % vs 2019.



Cédric Losdat, directeur général de KFC France (à g.), et Arnaud Boinard, directeur de SNV.

300 ouvertures d'ici à 2027

De bons résultats dus notamment au déploiement du drive, premier canal en volumes avec 35 % des ventes (contre 25 % en 2019), devant la salle (25 %), la livraison (20 %), et à la vente à emporter (20 %). Côté développement, les ambitions restent fortes. Après avoir ouvert 17 établissements en 2021, KFC France prévoit la création de 300 restaurants supplémentaires d'ici à 2027, soit plus de 40 ouvertures par an. ●

VÉGÉTAL

Burger King, le veggie à la carte

Quelques mois après avoir remis le Veggie King à la carte, Burger King poursuit la déclinaison de son offre en version végétale afin de suivre l'évolution de la demande de ses clients. Et cette fois, ce sont bien 3 de ces burgers iconiques que l'enseigne a choisi de proposer en version veggie.

Ainsi le Veggie Whopper, le Veggie Steackhouse et le Veggie Bing XXL se sont frayé une place aux côtés des versions traditionnelles carnées. La recette reste identique, seul le steak de viande est remplacé par une alternative au blé, soja et épices, qui est, elle aussi, grillée à la flamme. *« Proposer une version veggie de nos recettes, c'est être en phase avec l'attente croissante de nos clients qui veulent réduire leur consommation de viande. Aujourd'hui, nous sommes la marque de burgers la plus avancée sur ce segment en France »*, explique Jérôme Tafani, CEO de Burger King France. ●

Burger King propose 3 burgers végétariens.



FRANCHISE

Popeyes : atterrissage parisien en octobre

On les nomme les « pionniers ». Un terme qui rappelle la conquête de l'Ouest américain, mais le territoire à conquérir est bien le sol français. Ces pionniers, ce sont les futurs franchisés de l'enseigne Popeyes, dont le groupe Napaqaro a obtenu la masterfranchise à la fin 2021, *« grâce à la connaissance du marché et à l'expertise de Jocelyn Olive »*, explique Emmanuel Zeller, directeur de la franchise Napaqaro. *« Les pionniers sont ces entrepreneurs, futurs franchisés, qui lanceront la marque. Les 30 ou 40 premiers auront même des conditions particulièrement favorables. Nous les emmènerons aussi faire une "tasting expedition" sur le thème du poulet frit »*, dévoile Emmanuel Zeller.

En attendant, Napaqaro prépare avec soin l'atterrissage de l'enseigne. *« Les ouvertures se feront d'ici à la fin octobre à Paris. Nous commencerons avec 2 ou 3 restaurants en succursale »*, annonce Emmanuel Zeller. Ensuite, elle se déploiera dans toute la France. En 2023, 12 ou 15 établissements verront le jour dans les grandes villes françaises. Si l'installation semble lente, c'est que le groupe Napaqaro est en train de monter des filières de transformation, *« Notre produit sera 100 % français. Le produit est mariné. La panure est faite à la main. Nos restaurants joueront la transparence, nous n'hésiterons pas à montrer les cuisines. Nous posons actuellement le socle qui assurera le lancement de l'enseigne. »* Rendez-vous est pris fin 2022. ●



Les premiers restaurants ouvriront en octobre à Paris.

resto.zepros.fr



Facile, indispensable, sur-mesure

ePack Hygiene, la Solution la plus complète de l'HACCP digitalisée !



INCLUS DANS VOTRE ABONNEMENT :

- Analyse des besoins sur site
- Paramétrage sur-mesure de la Solution
- Livraison & Installation
- Formation personnalisée sur site
- Garantie du matériel et assurance Bris de machine incluses
- Télémaintenance 7j/7
- Mises à jour automatiques du logiciel
- Vos relevés sont archivés en toute sécurité

Démonstration gratuite
partout en France appelez-nous au :
02 29 62 64 40

www.epack-hygiene.fr
suivez-nous sur

Vite !

HOT DOGS

Jack's encanaille Pigalle



Nouveau venu dans la restauration rapide, Jack's au cœur du quartier Pigalle. Ici, pas de croque-monsieur, encore moins de burgers ou de kebabs, mais du hot dog que veulent réhabiliter les fondateurs du lieu. *« Le hot dog est le grand oublié de la pause gourmande rapide. Étonnant quand on sait combien le pain en France, base de ce sandwich, est une passion hexagonale »*, expliquent les fondateurs. Défi relevé avec des ingrédients choisis avec soin : pain, viande et créativité autour des sauces. Les veggies trouvent même leur bonheur. Carte de boissons artisanales bien pensée et DJ pour assurer l'ambiance.

INDICATEURS

À midi, un sandwich sinon rien

Nouvelle étude qui confirme la bonne forme de la boulangerie indépendante, celle de The NPD Group qui montre l'exception française. Ce secteur a particulièrement bien résisté à la crise, puisqu'il n'a reculé « que » de 4 % entre 2019 et 2021. Surtout, le sandwich est incontestablement roi de la pause méridienne et remporte 80 % des suffrages, même si les boulangers ont développé leur offre gustative en accueillant salades et plats chauds. Enfin, autre étude de l'enquête, ce circuit est plébiscité par les jeunes actifs de 25 ans.

resto.zepros.fr



© Delphine Michalak

HEALTHY

Dubble, s'adapter pour mieux résister



Jean-François et Corinne Eon.



L'enseigne compte 47 restaurants, dont 39 franchisés.

Lorsqu'ils créent Dubble en 2006, Corinne et Jean-François Eon sont précurseurs. Ils ont la vision que la restauration rapide healthy est l'avenir. Plus de quinze ans après, Dubble se porte bien, l'enseigne a résisté à la concurrence grandissante, et surtout à la crise. *« Avant 2020, nous avions un rythme d'ouvertures de 10 établissements par an, en moyenne »*, explique Jean-François Eon. *« En 2022, 10 à 12 projets sont déjà prévus et 39 % d'augmentation du CA (qui dépasse les 10 M€) »*, poursuit l'entrepreneur. Des restaurants que le franchiseur souhaite aussi créer en propre : *« Ça montre aux franchisés la confiance que nous portons dans notre modèle. Ces restaurants sont des vitrines de l'enseigne et nous permettent de faire de la formation. »* Chaque futur franchisé reçoit en effet une formation de quinze jours et un accompagnement régulier.

Axe supplémentaire de développement, Dubble, jusque-là installée dans des zones de bureaux, s'ouvre aux centres-villes, *« à des emplacements proches des préfectures, mais aussi des professions libérales »*. Et enfin, un autre projet en gare, notamment celle de Strasbourg. Un restaurant plus petit que ceux déjà créés, 75 m² environ et pas de places assises. *« Nous y ferons 100 % de VAE. En moyenne, dans nos établissements, la VAE représente 70 %. »* Si l'enseigne n'est toujours pas présente dans les centres commerciaux, elle se pose la question. Autre interrogation, celle d'ouvrir le soir en livraison, car le télétravail est passé par là. *« Nous réfléchissons sérieusement à faire évoluer notre positionnement »*, confirme Jean-François Eon.

En revanche, aucun compromis sur les préparations maison. *« Notre modèle nous permet de mieux amortir l'inflation des matières premières »*, explique l'entrepreneur. Et ce, grâce aux recettes maison comme les soupes ou les gâteaux. Et, là aussi, le secret c'est l'adaptation. ●

CONCEPT

Asado, rendez-vous en terre argentine



Le sandwich contient 150 g de viande.

© Léon Frost

Nouveau venu dans le monde de la street-food, Asado fait un joli pied de nez à tous les concepts healthy, veggie, voire vegan. Ici, on est viandard et on le revendique. Mais, attention, par n'importe quelle viande, de l'argentine Black Angus ! Car au cœur du passage des Panoramas, où est située cette nouvelle adresse, c'est bien une « parillas » typique de Buenos Aires, dans laquelle on pénètre.

De la viande Black Angus

Les parillas sont en Argentine de petits restaurants où l'on mange de la viande grillée pour une somme modique. Là-bas, elles sont partout, ici à Paris, moins. D'ailleurs, « asado » qualifie le repas du week-end durant lequel on se retrouve en famille pour déguster de la viande grillée sur un… parilla, un barbecue.

À la carte, donc, de la viande Angus proposée grillée ou en Milanesa, c'est-à-dire panée au panko. Une découverte ! Des spécialités servies en sandwichs dans du pain à l'huile d'olive de Frédéric Lalos, livré chaque matin, et accompagnées de sauce maison, chimichurri ou mayonnaise. Un troisième sandwich étoffe cette carte courte, l'El Chori, qui permet de découvrir la saucisse de porc argentine.

À déguster au comptoir, pour s'imaginer le temps du repas à Buenos Aires, ou à l'assiette, à l'une des jolies tables dressées, devant un mur en mosaïque qui s'enfuit vers un puits de lumière. La déco est signée FA Studio. L'équipe des lieux est celle du restaurant Clasico Argentino, qui sait régaler avec ses empanadas. C'est Matteo Zanoni, le fils du fondateur, qui a eu l'idée de l'endroit. ●

Vite !

RÉSEAU

Ange vise les 400 unités

À la tête d'un réseau de 207 boulangeries en France, Ange, numéro deux du secteur, vise les 400 unités en 2025. Autre ambition, s'attaquer au marché américain. Si le deuxième boulanger de France, élu « Meilleure chaîne de magasins de l'année » dans la catégorie Boulangerie, est déjà présent à l'international avec deux boutiques au Canada, il créera bientôt sa première affaire anglophone à Toronto et vise 10 ouvertures là-bas. Sur le sol français, une quarantaine de projets sont en cours pour 2022, notamment en région Paca et dans le Centre.







C'EST DANS LA BOÎTE !

- Format idéal pour la vente à emporter, en livraison et self-service.
- Tiroir distributeur pratique et accessible.
- La juste dose de sauce pour limiter le gaspillage.
- Format stick peu encombrant et avec un code couleur différenciant.
- Disponible en 5 recettes gourmandes.



TOUJOURS UN *goût* D'AVANCE !

Gyma

Vite !

INDE

Anjha modernise le curry

Nouveau venu dans l'univers de la street-food, Anjha, du groupe Pitaya. Avec un concept ciblé sur la cuisine indienne, des recettes créées par Sandra Salmandjee, Anjha a pour objectif de moderniser currys et samoussa. Comme pour Pitaya, la cuisine donne sur la salle et les chefs officient devant le client. Le premier restaurant a ouvert ses portes à Clermont-Ferrand et fait plus de 140 m². Un concept à découvrir aussi à Monkey Market, un food-court créé à La Défense par le groupe et réunissant l'ensemble des enseignes maison.

SOUL FOOD

Le fried chicken de Gri-Gri



Après avoir créé un premier établissement à République, Mareva Ranftl ouvre le Gri-Gri au pied de la butte Montmartre, qui se veut être *« le temple de la soul food »*, et proposant une cuisine afro-américaine. Sa recette emblématique ? Le fried chicken and waffles, du poulet mariné dans du babeurre, épicé et frit, servi avec une gaufre, le tout arrosé de sirop d'érable. Version végétarienne et sans gluten disponible. Desserts tout aussi gourmands et carte de boissons artisanales.

MEXIQUE

Fresh Burritos ose le CBD

Fresh Burritos a décliné son guacamole dans une version au CBD. Le guacamole est l'ingrédient phare de l'enseigne, il accompagne tous les plats proposés, burritos et nachos. Ce guacamole est réalisé avec des avocats, du citron vert, des tomates fraîches, des piments jalapenos et donc des fleurs de CBD certifiées, qui contiennent moins de 0,3 % de THC. En édition limitée, il était vendu 1 € de plus au restaurant de Saint-Lazare qui a récemment inauguré l'ouverture de nuit jusqu'à 4 h du matin.



STREET-FOOD DE CHEF

Le Starving Club, repaire de bon goût

Le Starving Club (Paris XVe) est un nouveau spot street-food au concept original. Non pas une mais 3 cuisines sont représentées pour 3 destinations : États-Unis, Grèce et Asie. Le commandant de bord de ce paquebot, Thibaut Spiwack, chef reconnu pour ses valeurs écoresponsables, à la tête du restaurant Anona. Thibault Mazarguil, jusque-là organisateur d'événements pour le groupe Costes, et Florian Bazin, ex-directeur des restaurants Yaya, sont à l'origine de ce concept. *« L'idée m'est venue durant le confinement : j'avais créé des marques digitales, dédiées à la livraison, qui fonctionnaient bien »*, explique Thibaut Mazarguil. Les deux amis ont rencontré le chef grâce à Victoire Ferrari, dont l'agence Food Publicist accompagne les chefs. L'entente est immédiate et les trois se mettent d'accord dès le départ sur une street-food hyperqualitative, très gustative et respectueuse de l'environnement. Plus qu'une mission de création de carte, le chef s'associe dans l'aventure. Et plus qu'un univers, le lieu propose trois ambiances : Dude's, une cuisine comfort food aux accents américains, burger et pulled pork, plus que réconfortante ; Kala, d'inspiration grecque ; et Côcô qui fait voyager en Asie.


Thibaut Spiwack entouré de Thibault Mazarguil (à d.) et Florian Bazin.

Ticket moyen : 15 €

L'endroit est ouvert non-stop, 7 j/7. Alors, le matin c'est aussi un coffee-shop, boissons gourmandes et pâtisseries : cookie, carrot cake… et le soir une belle carte de cocktails. Le lieu est grand comme un mouchoir de poche, 20 places assises, à la déco végétalisée, mais avec une terrasse de 20 places et un comptoir de vente à emporter. Ticket moyen autour de 15 €. ●

resto.zepros.fr

INDÉPENDANT

Impact Berliner Kebap, le kebab 100 % maison


Le kebab serait-il en passe de devenir le nouveau burger ?

D'aspect Impact Berliner Kebap (Paris XIe) ressemble à tous les autres kebabs. 18 m², presque pas de places assises, à peine 3 tables de 2. Pas de déco. Et pourtant, le sandwich confectionné par Mahdi Abid est loin d'être un kebab comme les autres. Ici, tout est fait maison : du pain de boulanger à la broche réalisée tous les jours et à la main, des frites et des légumes rôtis. Mahdi Abid est chef de formation et a travaillé dans des établissements de renom, comme La Fermette Marbeuf. Il ouvre ses portes en octobre 2020, en pleine crise sanitaire. *« Je ne voulais pas faire du burger car le marché est saturé »*, explique-t-il.

Ouvert 6 j/7, le chef a choisi une carte *« simple et efficace »* comme il aime à dire, ne comportant qu'une seule recette, le Berliner, qu'il décline en bowl et en version végétarienne et sans gluten. Cette dernière est à base de seitan bio de chez Wheaty et de fausse feta de chez Violife et de quinoa. Aux classiques « salade-tomate-oignon », il ajoute courgette, carotte, poivron. Ticket moyen : 7,50 €. Et ça marche, Mahdi Abid sert environ 150 formules par jour, 200 le samedi. ●

resto.zepros.fr

CHAÎNE ET GROUPE

Côté Sushi, une carte toujours plus créative

Imaginée par son chef emblématique Ngo Vu, l'enseigne Côté Sushi propose une carte 2022 notable. Les recettes sont encore plus fusion et colorées que d'habitude. Et surtout créatives ! À l'image du donburi au crispy chicken, accompagné d'aubergines miso et de surprenants « pimientos de padron ».

Étonnants, aussi, mais très réussis, les tacos au saumon et guacamole. Quant à la pâte, elle exprime à elle seule la fusion chère à l'enseigne du Japon et du Pérou puisqu'elle est constituée de pâte de gyoza… frite. Une inventivité qui porte ses fruits : Côté Sushi a réalisé un chiffre d'affaires de 40 M€ HT en 2021 et prévoit de nombreuses ouvertures en 2022 (Brest, Rennes, Dijon, Strasbourg, Saint-Étienne…) et continue de se développer à l'international en Belgique et en Suisse. ●



Des recettes encore plus fusion que d'habitude.

METRO Chef

TOUT COMMENCE AVEC
UN PRODUIT DE QUALITÉ.



1500 PRODUITS SÉLECTIONNÉS
EN EXCLUSIVITÉ POUR LES PROFESSIONNELS DU GOÛT
ET TOUJOURS AU MEILLEUR PRIX

RCS Nanterre 399 315 613 © Le Nouveau Bélier

Vite !

BIO

Biocoop a sa pizzéria

Nino di Bon est la première pizzéria du réseau Biocoop, ouverte en avril à Guérande (44). Elle vient compléter l'offre, déjà existante, des restaurants Bon, en Loire-Atlantique. L'objectif de Quentin Allonville, cogérant des lieux, *« est de montrer que la restauration rapide peut être excellente, biologique et à prix abordables »*, et d'associer cette promesse à « *des engagements écologiques en favorisant des modes de consommation alternatifs tout en créant des synergies locales et sociétales* ». Tous les produits utilisés sont locaux avec une belle mise en avant des producteurs, comme le boulanger qui fournit la pâte à pizza, bio.



PÂTES

Cala, robotisé et responsable

Cala est une jeune marque parisienne de restauration qui mise sur des plats de pâtes plus responsables, plus sains et plus abordables. A priori, rien de nouveau, sauf que Cala est un restaurant robotisé, cocréé par Ylan Richard. C3-PSTO est capable de préparer 400 plats par heure dans une cuisine de 4 m². La cible principale : les étudiants et les jeunes actifs qui trouvent, ici, des plats copieux à partir de 6 € et personnalisables. Chaque ingrédient est sourcé et les emballages recyclables. En livraison et vente à emporter grâce à une appli maison.

resto.zepros.fr

CONCOURS

Jérémy Viale, une nouvelle fois distingué

Parmi les nombreuses catégories du championnat de France de Pizza, il en est une dans laquelle Jérémy Viale s'est distingué : la « Pizza in teglia ». Organisé par l'Association des pizzérias françaises (APF), le championnat de France de la pizza s'est déroulé les 30 et 31 mars, lors de Parizza au sein de Sandwich & Snack Show. C'est un nouveau titre pour celui qui était déjà champion d'Europe de la pizza en 2018, champion de France et monde en 2019 en duo avec Frédéric Desmurs. Pour rappel, la pizza teglia est une spécialité romaine : elle est vendue à la part, au poids ou en plaque entière.

Jérémy Viale est, quant à lui, le créateur des pizzas de dégustation, qu'il dresse avec beaucoup de soin. De plus, il utilise une pâte maison, différente des pâtes traditionnelles, réalisée avec de la farine de blé bio du moulin à pierre Mulino Marino. Cette pâte est préparée en deux temps, avec des adjonctions de levain naturel et de céréales. Elle est ensuite cuite en trois temps : à la vapeur, au four sec et enfin au four à pizza. Le résultat donne une pâte épaisse, croustillante à la coupe mais moelleuse à la dégustation.

Par ailleurs, s'il y a la pâte et la garniture, Jérémy Viale apporte un 3e élément, marqueur de la gastronomie française : la sauce. Chaque pizza de sa carte a la sienne, qui vient napper l'ensemble en touche finale. L'épreuve classique du championnat a été gagnée par Nicolas Soum et Dominique Zucaro, arrivés tous deux ex aequo. Quant à Quentin Sauret, il a remporté l'épreuve de pizza acrobatique, celle de pizza large, ainsi que celle de rapidité. ●


Pizza à la mortadelle de Jérémy Viale.

FRANCHISE

Tutti Pizza inspiré

Pourquoi choisir entre un burger, une pizza ou un kebab ? Tutti Pizza, qui a lancé une nouvelle carte de printemps ainsi qu'un site internet, propose désormais les Tutti Walkie, inspirées de la street-food indépendante. Sous ce terme mystérieux, une pizza de 20 cm repliée sur elle-même et garnie de produits frais (certains labellisés IGP ou AOP). Cinq recettes sont disponibles : margherita jambon, burger, kebab, mielino, et Little Italy. Le prix moyen ne dépasse pas 7 €. Un format, adapté au nomadisme et à la dégustation de rue. Tutti Pizza entend ainsi redynamiser l'image traditionnelle de la pizza, qui a plutôt tendance à monter en gamme et devenir un produit premium. L'enseigne souhaite s'adresser aux jeunes actifs, qui consacrent moins de temps à leur pause méridienne et désirent déjeuner à l'extérieur. Cette nouveauté est disponible dans tous les restaurants Tutti Pizza, qui ambitionne d'ouvrir son 100e établissement avant la fin de l'année. ●


La Tutti Walkie, une pizza pliée et nomade. Ici, la recette kebab.

INDICATEURS

Un prix moyen en hausse


Une montée en gamme qui s'accompagne d'une hausse des prix.

10,72 € c'est le prix moyen d'une pizza en France en 2021. C'est ce qui ressort de l'Indice Pizza 2021 mené par le cabinet conseil Gira. Un prix moyen en hausse, de 1,1 % par rapport à 2019 (10,60 €), jamais observé depuis la création de l'indicateur, du fait de la montée en gamme généralisée. L'an passé, ce sont 1,04 Md de pizzas qui ont été consommées en France. Une donnée décroissante liée aux fermetures imposées. En effet, la pizza connaît une baisse de 5,7 % de ses ventes en volume depuis 2019, nous apprend cette étude. Le prix moyen constaté n'efface pas les écarts selon les lieux de vente puisque celui relevé s'étend de 9,09 € pour les kiosques à pizzas contre 12,02 € pour celles en livraison. ●

ROBOT

La carte de printemps est prête chez Pazzi

Chez Pazzi, le pizzaiolo est un robot, mais il y a bien un cuistot qui crée les recettes. Et, ici, c'est Thierry Graffagnino, triple champion du monde, qui décide. Pas moins de 7 pour cette nouvelle carte. *« Nous avons interrogé les clients sur ce qu'ils souhaitaient »*, explique-t-il. Et il a bien fait car l'écart est grand entre une pizza carbonazza, crème et lardons, et une vege dream « Mielino » ou une green pazzi. Des plats élaborés devant le client par un robot, qui exécute en quelques minutes la commande. Par ailleurs, l'entreprise travaille à un robot plus compact : *« Cette nouvelle version sera intermédiaire »*, explique Philippe Goldman, cofondateur. *« D'un encombrement de 25 m², il est adapté aux GMS, aux dark kitchens. »* Cette merveille de technologie devrait être prête d'ici à 2023. ●



CHAÎNE ET GROUPE

Chez Starbucks, le végétal sans surcoût

Avec le printemps, les boissons glacées de la saison font leur apparition chez Starbucks. Les Iced Shaken Espresso sont à base d'un espresso doux associé à des boissons végétales. Au choix : avoine, coco, soja ou amande.

Mais la grande nouveauté, c'est surtout que, depuis le 21 mars, Starbucks propose l'ensemble de ces offres végétales sans surcoût, et ce toute l'année et sur toute sa carte de boissons. L'enseigne a ainsi souhaité répondre à la demande toujours plus importante de ses clients, et des consommateurs en règle générale. En effet, *« le marché français est ultradynamique et la consommation du végétal a triplé entre 2013 et 2020 et devrait croître de plus de 50 % d'ici à 2025 »*, explique-t-on chez Starbucks. Qui ajoute : *« En 2021, plus de 40 % des Français déclarent vouloir consommer davantage de produits végétaux. »*



Une offre végétale développée.

Starbucks souhaite ainsi répondre à une demande grandissante et proposer une offre respectueuse de la planète et de ses ressources.

Plusieurs références

Par ailleurs, l'enseigne étoffe sa gamme de sandwichs avec plusieurs références végétariennes et véganes. Les protéines animales sont remplacées par des alternatives non carnées de Garden Gourmet : à la carte, le Ranch Vegetarian Wrap, le Pesto Vegetarian Toastie et le Barbecue Vegan Sandwich. En vente sur place et en livraison par l'intermédiaire des principales plateformes. ●

INDÉPENDANT

Akademik Cafés, la passion avant tout



Un nouveau lieu, créé par 3 passionnés du café.

À Clermont-Ferrand, l'Akademik Cafés met le café de spécialité à l'honneur, c'est-à-dire un café d'exception. Ceux-ci sont en effet des grains de cafés classés et notés par l'organisme international Speciality Coffee Association.

Les différentes variétés sont présentées dans des boissons habituelles : espresso, cappuccino, moccacino… via des méthodes douces. Elles sont aussi proposées à la vente. Au déjeuner, une offre de restauration légère vient les accompagner. Des croque-monsieur, salades et pâtisseries sont préparés sur place. Une carte de boissons non alcoolisées complète cette offre. Chaque mois, des conférences sont organisées pour donner la parole à des acteurs de la vie locale et des ateliers de caféologie sont animés par les baristas des lieux. ●

OUVERTURE

Babka Zana, et de deux

Sarah et Emmanuel Murat, le couple fondateur de Babka Zana, vont ouvrir une deuxième adresse, près de la place des Vosges (Paris, IVe arrondissement). Et aussi sortir un livre de leurs meilleures recettes aux éditions Hachette. Ce deuxième établissement a été conçu comme un petit coffee-shop. C'est l'atelier Rosa Bonheur qui en a assuré le design. Ouvert toute la journée, l'endroit régalera les clients du petit déjeuner au goûter. Aux côtés des brioches et pâtisseries qui ont fait la renommée du lieu, une proposition de sandwichs salés d'inspiration levantine, ainsi que des salades et tartines. Boissons chaudes et jus frais maison. ●

© Geraldine Martens



Une restauration salée légère pour accompagner les babkas maison. Ci-dessus, les fondateurs : Emmanuel et Sarah Murat.



Vite !

PRODUCTION

CCEP France investit à Dunkerque



CCEP France annonce un investissement de 30 M€ pour la mise en service d'une nouvelle ligne de production de canettes à Dunkerque. Cet investissement permet la création d'au moins 10 emplois, s'ajoutant aux 400 collaborateurs présents sur le site. Au cours de ces dernières années, les quatre lignes de production de l'usine ont ainsi été renouvelées entièrement pour les rendre plus polyvalentes d'un point de vue industriel et environnemental, tout en se diversifiant pour produire toutes les boissons sans alcool.

SOFT DRINK

Suntory performe et parie sur l'avenir

Suntory Beverage & Food France se positionne comme le premier contributeur à la croissance des boissons rafraîchissantes avec + 6,1 % comparé aux 1,6 % du marché pour 2021. Ces performances confortent sa société dans ses choix stratégiques. Produire en France est un engagement que Pierre Decroix, directeur général, entend poursuivre. Après avoir injecté 180 M€ ces six dernières années, l'entreprise annonce pour 2022 un nouvel investissement de plus de 25 M€.

resto.zepros.fr

RSE

Ocean Spray passe au recyclé

Ocean Spray poursuit son engagement sur les sujets environnementaux. Depuis avril, l'ensemble de la gamme jus est conditionné dans des bouteilles en plastique 100 % recyclé (hors bouchon et étiquette) équipées de bouchons solidaires. Ocean Spray diminue aussi le plastique vierge de ses bouteilles et participe à l'économie circulaire. Un QR Code qui se trouvera également sur chaque contenant permettra par ailleurs d'en savoir plus sur la provenance, les méthodes de production et la récolte des fruits.



BIÈRE

Kronenbourg accélère sa transformation

Le marché de la bière est en pleine croissance. *« C'est même devenu un produit tendance, il existe plus de 2 300 micro-brasseries et pourtant la consommation n'est que de 33 l par personne par an »*, explique Anders Roed, nouveau P-DG de Kronenbourg. Le Norvégien, amoureux de la France, a pris les rênes de l'entreprise en janvier.

Si le chiffre d'affaires, 830 M€, est stable, dont 1/3 réalisé avec les CHR, la société accélère sa transformation pour conserver sa place de leader. Aussi, cet été elle ne présente pas moins de 5 nouveautés, dont 3 bières 00, secteur dont la croissance ne se dément pas et atteint désormais près de 40 %. *« La bière se prémiumise. Les Français veulent des produits de caractère avec plus de saveur et de houblon »*, développe le dirigeant.



© Julien Knaub

Anders Roed, nouveau P-DG de Kronenbourg.

Aussi, pour accompagner cette croissance, de nombreux investissements ont été réalisés pour moderniser l'équipement, notamment un nouveau fermentateur pour obtenir le meilleur de la levure et améliorer la logistique.

Surtout, Kronenbourg crée une filière Orge responsable avec 45 agriculteurs du Grand-Est et de la Bourgogne. Actuellement 97 % de l'orge utilisé pour la production des bières sont produits en France. Cette filière raisonnée devrait permettre de préserver l'environnement et de garantir une bonne rétribution des agriculteurs. Autre mesure prise en faveur de l'environnement, Kronenbourg a réduit de manière importante sa consommation d'eau et valorisé ses déchets à hauteur de 94 %.

D'un point de vue sociétal, l'enseigne est engagée dans l'opération 1000 cafés qui accompagne le développement des cafés en zones rurales et est partenaire des Wanted Cafés, qui sont des cafés solidaires. Enfin, le groupe a signé avec le Tour de France : Tourtel Twist devient marque partenaire pour trois ans. ●

resto.zepros.fr

BOISSONS NATURELLES

Les Filles de l'Ouest, des sodas bien français



Florence Caillet (à g.) et Stéphanie Brunet.



Les Filles de l'Ouest, c'est une jeune société créée il y a quatre ans par Stéphanie Brunet et Florence Caillet. Leurs produits ? Des boissons sans alcool, naturelles, peu ou pas sucrées, qui sont de véritables alternatives aux sodas industriels. Leur produit phare : le schorle, une boisson finement pétillante et aromatisée de manière naturelle avec des fruits bio et sourcés avec soin.

La palette de goût est large et inédite : pomme, cassis, citron-gingembre, rhubarbe, orange douce/sanguine ou la petite dernière menthe fougueuse, particulièrement équilibrée et rafraîchissante. *« Le schorle est une boisson d'origine allemande que nous avons voulu remettre au goût du jour »*, explique Stéphanie Brunet. *« Elle offre une expérience sensorielle toute simple au quotidien »*, poursuit la chef d'entreprise. Nouveauté cette année, les deux jeunes femmes ont décidé d'étendre leur gamme et de proposer deux thés glacés : un thé chaï, un thé noir relevé d'épices et de fleurs d'hibiscus, ainsi qu'un thé vert darjeeling, parfumé de menthe et de gingembre. Là encore, les boissons sont très équilibrées. Et la fabrication est toujours artisanale.

En 2020, Les Filles de l'Ouest ont été reconnues Producteur Artisans de Qualité par le Collège Culinaire de France. ●

ANTIGASPI

La Miche, la bière qui recycle le pain

La Miche est une jeune entreprise française fondée par Camille Lugol et Romain Bedel en 2020. Ces deux-là se sont rencontrés lors de leurs études. Camille voulait créer une société, Romain cherchait une solution pour ne pas jeter le pain invendu de son père boulanger. C'est ainsi que La Miche voit le jour, une bière artisanale réalisée avec les surplus des boulangers. Ce pain est ramassé lors d'une collecte qu'ils organisent, mis à sécher dans un atelier à Choisy-le-Roi (94) puis remplace une partie du malt dans l'élaboration de leur bière. Une idée ingénieuse pour lutter contre le gaspillage alimentaire.

La bière est brassée dans le Loiret, à Nangeville (45), puis distribuée dans les réseaux professionnels, voire chez certains boulangers qui mettent ainsi en avant leur initiative. Un carton de 24 bières permet de recycler 1 kg de pain. Actuellement, La Miche est proposée en version blonde, en IPA et bientôt en brune. ●



Une bière réalisée avec les surplus des boulangers.

PARIS COFFEE SHOW

COLLECTIF CAFÉ

L'ÉVÉNEMENT PROFESSIONNEL DE LA FILIÈRE CAFÉ EN FRANCE

DU 10 AU 12 SEPTEMBRE 2022

PARC FLORAL DE PARIS

UN ÉVÉNEMENT ORGANISÉ PAR LE COLLECTIF CAFÉ

MASTERCLASSES
ATELIERS - CONFÉRENCES
+DE 80 EXPOSANTS

CONCOURS PRESTIGIEUX :

CHAMPIONNAT DE FRANCE DE TORRÉFACTION
CHAMPIONNAT DE FRANCE DE LATTE ART
- EN PARTENARIAT AVEC LA SCA
MEILLEUR MÉLANGE POUR EXPRESSO DE FRANCE
CHAMPIONNAT DE FRANCE DES TECHNICIENS CAFÉ
- EN PARTENARIAT AVEC NUOVA SIMONELLI

WWW.PARISCOFFEESHOW.FR

M1 LIGNE 1 – CHATEAU DE VINCENNES RERA VINCENNES

RIO COFFEE NATION · FAEMA · NUOVA SIMONELLI · DeLonghi Better Everyday · BWT water + more · BRAVILOR BONAMAT · DELISSEA · CAFUANO COFFEE · Melitta · BRÉMART · Sage · EVOCA GROUP · Huhtamaki · alpro · Qurky · TORRÉFACTION SERVICES · victor · Syndicat Français du Café

Vite !

SNACKING

Saint Agaûne de la GMS à la RHD



En 2021, Saint Agaûne a lancé une gamme destinée aux professionnels de la restauration. Fort du succès de son « cornet dégustation », la marque poursuit son développement en innovant. Sa cible, les réseaux de restauration rapide et les cavistes avec espace dégustation. Elle propose donc des petites tranches de Saint Agaûne, au goût de viande séchée, au format 30 g, soit environ 16 tranches. À utiliser en salade ou dans des sandwichs. Le produit est proposé avec un présentoir en bois et métal adapté pour l'exposer.

INFLATION

Le SVFPE interpelle la restauration

Les entreprises françaises des fruits et légumes frais prêts à l'emploi alertent la distribution et la restauration sur les graves difficultés que rencontre la filière face à la *« hausse vertigineuse des coûts de production »*. Aussi dans la lignée de la charte signée le 31 mars sous l'égide du gouvernement, le SVFPE réclame d'activer les clauses d'indexation, de rouvrir les négociations et de prendre en compte les demandes de hausse de coûts sur les marques de distributeurs et les produits destinés à la restauration.

CONTRACTUALISATION

Accord McCain-Gappi

McCain et le groupement d'agriculteurs producteurs de pommes de terre pour l'industrie (Gappi) ont conclu un accord de contractualisation 2022-2023 avec une hausse moyenne de 20 % des prix de contrat tout en encourageant la transition vers des pratiques agricoles durables. Cet accord est intervenu dans un contexte de forte inflation et permet d'aller au-delà de la simple couverture de la hausse des coûts de production. McCain travaille avec près de 800 agriculteurs, dont 70 % en exclusivité avec la marque. D'ailleurs, McCain a rétabli la prime d'exclusivité.

VEGGIE

L'Atelier V, des légumineuses bretonnes

Créé en 2016 en Bretagne, L'Atelier V est investi dans l'« alimentation positive ». Au cœur du projet, *« réimplanter les légumineuses biologiques en France »*, explique Charlotte Marsollier, responsable innovation. C'est Xavier Le Louër, *« légumivore de la première heure »*, comme il aime se définir, qui fonde l'entreprise. À l'époque, on ne parle pas encore d'enjeu sociétal et environnemental autour de l'alimentation.

Quelques années plus tard, L'Atelier V propose une gamme impressionnante de houmous, colorée et parfumée. Six recettes sont disponibles toute l'année, plus originales les unes que les autres : houmous de pois chiches, basilic et noix de cajou, houmous de lentille jaune, gingembre et citronnelle, houmous de haricot rouge et betterave, pour n'en citer que quelques-uns. Auxquelles s'ajoutent 3 recettes saisonnières.



Des produits militants pour une alimentation végétale et locale.

Tout est fabriqué en Bretagne, dans le Morbihan. Les pois chiches sont produits dans le Sud et sur la presqu'île de Rhuys. Ces houmous sont vendus à la restauration en poche de 750 g.

Mais ce n'est pas tout, source de protéines, les légumineuses (fèves, pois chiches, lentilles, haricots rouges…) servent aussi à la réalisation de falafels. Et, là encore, les recettes sont diversifiantes : pois chiches-petit pois-oignons-persil et coriandre ou lentille corail-patate douce-cococoriandre et citronnelle. Ils s'utilisent dans des bowls, des salades, des sandwichs. D'ailleurs, ils ont été référencés par FoodChéri. Toujours en recherche d'innovation, l'entreprise a lancé un haché de légumineuse, qui se substitut à la viande dans les recettes et pour inciter à la consommation végétarienne et locale ; un faux tarama, sans poisson : du taharama à base de haricot blanc fumé ; et un brocamole : du guacamole, où l'avocat est remplacé par du brocoli. Des produits militants pour la planète et l'alimentation locale. ●

CHANVRE

La Ferme du Chailloué, bio et responsable

À la Ferme du Chailloué, on est producteur de chanvre depuis 4 générations. Ici, dans le Perche (61), on produit de manière biologique et responsable. Depuis 2015, l'association des cultures lui permet de ne pas appauvrir les terres. Par exemple, le semis de blé, de féveroles et de lentilles au même moment limite le développement des mauvaises plantes et soutient la croissance des plants entre eux. Du semis à la transformation en farine, tout est fait à la ferme. L'électricité est produite grâce à 1 110 m² de panneaux solaires.

La Ferme, spécialisée dans le chanvre, produits 8 dérivés, mais aussi du quinoa, du petit épeautre et des farines intégrales. Elle livre dans un secteur de 150 km et sur Paris. ●



Gérard Deschoolmeester entouré de ses deux fils Franck et Samuel.

FRUITS ET LÉGUMES

Florette, solutions pour végétaliser son offre

Pour répondre à la tendance végétale en pleine expansion, Florette a présenté sur le salon Sandwich & Snack Show une offre adaptée aux professionnels. Une intéressante gamme de pickles de légumes, ainsi qu'un pratique kit à salade : le kit 10 salades repas. *« Ce kit présente un gain de temps et surtout limite le gaspillage puisque tout est portionné pour réaliser 10 salades en sept minutes »*, commente Caroline Deleuze. Et il permet aussi de gagner de la place, car tout est dans un seul carton. Treize recettes sont disponibles, dont 2 nouvelles : la campagnarde (salade, pommes de terre, jambon cru, tomate, emmental, croûtons) et la végétarienne (salade, pickles de carotte, boulgour à l'orientale et graines de courge). Enfin, la marque a créé un site internet dédié aux professionnels pour les accompagner dans leur recherche de nouvelles propositions saines et végétales à mettre à leur carte.



Dix salades prêtes à l'emploi dans un seul kit.

Florette appartient à la coopérative agricole normande Agrial, qui réalise un chiffre d'affaires de 6 Md€. Spécialiste des fruits et légumes frais 4e gamme auprès des grandes enseignes de restauration, Florette gère la filière fruit et légumes : *« Nous maîtrisons 100 % des approvisionnements. Nous transformons 40 fruits et légumes sur 6 sites industriels »*, explique Caroline Deleuze, responsable marketing. ●

https://apps-ffs.com/recettes_ffs

« UN ÉVÉNEMENT À NE PAS MANQUER ! »

Kevin Mauffrey, directeur commercial de Deliveroo

Deliveroo est partenaire des Ze Awards de la Restauration pour la 2e fois consécutive. Qu'est-ce qui vous séduit dans cette initiative ?

C'est l'un des événements à ne pas manquer dans notre secteur ! Nous avons constaté l'an dernier, pourtant dans un climat d'incertitude, que les entrepreneurs de la restauration restaient créatifs, inspirés, gardaient cette volonté d'innover et de surprendre. Le palmarès des Ze Awards en a été la parfaite illustration. En continuant à soutenir cette cérémonie, Deliveroo confirme son attachement à la grande famille de la restauration.

Après ces deux années de crise, les entrepreneurs de la restauration se doivent d'être agiles. Selon vous, quels sont les principaux défis qu'ils ont à relever aujourd'hui ?

Après des mois de crise sanitaire, d'autres défis ont été également diagnostiqués : par exemple, recruter et fidéliser la main-d'œuvre, ou faire face à une inflation qui vient. Mais ce que nous constatons, c'est que nos partenaires restaurateurs ne sont pas dans un état d'esprit défensif : ils innovent, ils vont de l'avant, pour séduire leurs clients. Ce qui passe, entre autres, par la poursuite des efforts en matière de digitalisation et de nouveaux services comme la livraison.

Le 12 septembre, vous allez remettre le Ze Award de l'Entrepreneur de l'année en snacking. En quoi votre entreprise est partie prenante des enjeux du snacking ?

L'ambition de Deliveroo, c'est d'être une plateforme pour tous les moments de la journée. Le petit déjeuner, le midi, l'apéro, le soir, et bien sûr le snacking impromptu... Autant de moments où le consommateur veut manger vite et simple, mais sans renoncer à la qualité. Il y a une affinité évidente entre Deliveroo et le snacking ! Je suis très impatient de découvrir les candidats et d'aider le jury à discerner les meilleures propositions.

Les Ze Awards de la Restauration soutiennent et mettent en lumière les entrepreneurs indépendants de la restauration. Comment Deliveroo accompagne-t-elle ces restaurateurs en cette période bouleversée ?

La grande majorité de nos partenaires, restaurateurs ou commerçants, sont des indépendants. Nous voulons être le partenaire qui les aide à développer une nouvelle clientèle grâce aux outils digitaux, avec une offre clés en mains. Notre rôle est aussi de leur proposer l'accès à des solutions digitales qui vont au-delà de notre métier d'intermédiation. C'est ce que nous avons fait récemment en proposant un partenariat croisé avec Sunday, pour lui faire découvrir les solutions de commande et de paiement digitalisées en salle, ou encore dans le domaine du packaging, en lui proposant d'adhérer à la solution &Repeat, pour aider ses clients à faire les bons gestes de tri.

Comment voyez-vous évoluer la restauration dans les prochaines années ?

Les consommateurs auront toujours envie de bien manger. Ils sont attachés à la tradition, qu'incarnent si bien les restaurateurs français, et ont un fort appétit de modernité : cela se retrouve dans les assiettes qu'ils aiment, mais également dans les solutions qu'ils utilisent pour se restaurer. Je pense que les années à venir verront se poursuivre la révolution digitale en cours, portée par des consommateurs de plus en plus connectés et toujours aussi exigeants. Les restaurateurs français sauront relever le défi, et les Ze Awards en donneront une nouvelle preuve.



Ze AWARDS RESTAURATION

Vite !

INVESTISSEMENT

Impact Group augmente ses capacités

Impact Group, concepteur et développeur du gobelet réemployable Ecocup, investit 2 M€ pour agrandir le site historique du Boulou (66), dédié au lavage des gobelets et qui emploie 54 personnes. L'objectif est d'augmenter les capacités de lavage pour faire face à la croissance de la demande. Ces fonds vont aussi permettre de moderniser le site et de centraliser la logistique et les bureaux, actuellement situés sur deux autres sites environnants. À terme, la gamme devrait être étendue à des contenants en verre. Fin des travaux prévus au troisième trimestre.

SONDAGE

Le paiement mobile adopté

Un récent sondage Opinion Way pour Lyf, spécialisé dans le paiement mobile, montre qu'en un an ces nouveaux usages sont largement rentrés dans les mœurs. 58 % des Français déclarent en effet connaître et utiliser le paiement mobile. 47 % s'être déjà tournés vers une solution de consultation de menu, de commande ou de paiement à table au restaurant. C'est 8 points de plus qu'en 2021. La digitalisation accélérée de la restauration pour permettre de faciliter les gestes barrières en établissements est certainement passée par là.

MACHINE

Sunny Pocket, le sandwich réinventé

Présentée sur le salon Sirha Europain, Sunny Pocket est une machine qui réinvente la réalisation des sandwichs chauds. Très facile d'utilisation, elle permet de produire en quelques secondes un sandwich rond, salé ou sucré et personnalisable à l'envi. La particularité, l'extérieur est chaud, mais chaque couche reste bien distincte : le fromage fond, mais les tomates restent intactes. Assez étonnant. *« Cette machine s'adresse à tous les acteurs de la restauration rapide »*, explique David Ayach, directeur Europe de Sunny Pocket.

www.sunnypocket.fr

CONTENANTS

So Urban d'Arcoroc récompensé

Le label Janus de l'Industrie 2022 a été décerné à la collection So Urban développée par la marque Arcoroc, qui propose des contenants durables en verre, consignables et réemployables, dédiés aux professionnels de la restauration et des collectivités.

Fabriquée en verre 100 % hygiénique, non poreux et sans risque de migration de particules dans les aliments, So Urban constitue une bonne alternative dans le cadre de la suppression de la vaisselle à usage unique. Proposées dans plusieurs capacités, les coupes et coupelles de cette collection offrent un design moderne et fonctionnel dont le poids a été optimisé afin de tenir compte des contraintes de la vente de plats à emporter et de la livraison à domicile. Empilables, faciles à ranger et présentant une excellente résistance au lave-vaisselle, ces articles et leur couvercle étanche permettent de couvrir de multiples usages. *« Obtenir ce prix est toujours un honneur et une grande fierté pour l'ensemble de nos équipes. L'attribution pour la 3e fois de ce label pour l'une de nos marques souligne une fois encore notre capacité à continuellement innover de manière pertinente et responsable pour nos clients. Penser et créer "durable" pour un monde meilleur est devenu bien plus qu'une priorité chez Arc puisque cela fait désormais partie de notre ADN »*, commente Gwenaëlle L'Hénoret, directrice ventes et marketing du groupe Arc. ●



Une gamme de contenants spécifiques à la restauration et à la consigne.

DIGITALISATION

Choco, nouvelle licorne de la foodtech

Avec une levée de fonds supplémentaire de 102 M€, Choco est désormais valorisée à 1,12 Md€, faisant de la plateforme une nouvelle licorne européenne. Choco permet aux restaurateurs de digitaliser leurs commandes auprès de leurs fournisseurs.

En mars, la valeur totale des de ces dernières passées via Choco dépassait 1,1 Md€. *« Notre objectif est le zéro gaspillage dans la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire en simplifiant les approvisionnements des restaurateurs tout en s'adaptant aux contraintes de leurs fournisseurs »*, explique Grégoire Ambroselli, cofondateur de Choco. Et pour ce faire, l'entreprise digitalise la chaîne d'approvisionnement en simplifiant la gestion des commandes et les communications entre restaurateurs et fournisseurs.

Avec un objectif : numériser totalement le marché de gros alimentaire, et ce dans le monde entier, d'ici à 2026 et ainsi viser le zéro déchet alimentaire (28 % des produits alimentaires sont gaspillés avant même d'arriver aux consommateurs). Quinze mille restaurateurs et 10 000 fournisseurs ont adopté Choco dans le monde. En France, c'est Big Fernand, Homer Lobster ou encore la pâtisserie du Meurice par Cédric Grolet qui ont fait le choix de la plateforme. ●

www.choco.com



Choco a été fondée en 2018 par Daniel Khachab, Julian Hammer et Grégoire Ambroselli (ci-dessus).



Un système d'extinction avec des buses qui se déclenchent automatiquement.

CUISSON

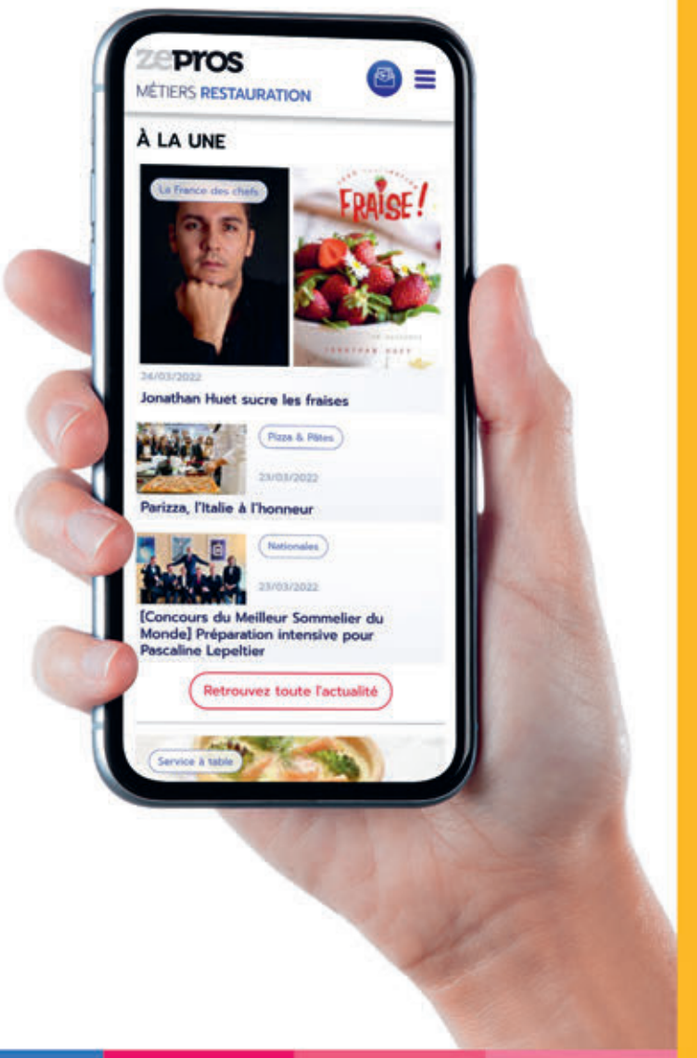
Safexis maîtrise le feu

Safexis renforce la sécurité et met fin aux risques d'un départ de feu en petite cuisine suite à une défaillance technique ou une erreur humaine. L'expert en gestion et sécurité connecté a développé pour les petites enseignes de restauration un système automatique d'extinction qui protège d'un incendie les friteuses, les planchas et le capteur d'extraction. Facile et rapide à installer sur des hottes existantes ou sur un nouveau système de traitement d'air, Safety Fry se caractérise par sa compacité. Cet ensemble modulable se compose de trois buses au maximum qui se déclenchent automatiquement, soit une pour le capteur de hotte d'extraction et une ou deux pour les appareils de cuisson. Un agent extincteur est alors pulvérisé sur les deux niveaux et arrête le feu. Safety Fry bénéficie aussi d'un coût attractif et rapidement amortissable à l'achat ou en location. ●

BREAKING NEWS

Retrouvez toute l'actualité de la restauration sur le nouveau site

resto.zepros.fr



zepros

DIGITAL PRINT ÉVÉNEMENTIEL CONTENT MARKETING

Vite !

CHIFFRE D'AFFAIRES

Stef poursuit sa progression



Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de Stef, 951,6 M€, est en progression de + 20,8 % (+ 13,5 % à périmètre constant). Cependant au vu de la conjoncture géopolitique et économique incertaine, le groupe en appelle à la prudence. *« Le groupe s'attend à un ralentissement de sa croissance en raison d'une dégradation de l'environnement économique liée au conflit en Ukraine et ses conséquences inflationnistes »*, décrypte Stanislas Lemor, P-DG de Stef.

CATALOGUE

Transgourmet mise sur la street-food

Dans son nouveau catalogue, « Réussir sa saison », printemps-été 2022, Transgourmet donne carte blanche à l'équipe du restaurant Brigade du Tigre. Au fil des pages, les restaurateurs distillent leurs bons conseils et leurs idées recettes, notamment street-food. À l'instar de ce hot dog veggie au tofu fumé, mayonnaise sumo spicy, signé d'Adrien Ferrand et Galien Emery, à la tête du restaurant. Tout aussi séduisant, la pita aux falafels thaïs, le bao très gourmand et des idées de sauce, qui feront à coup sûr la différence.

DOTATION

Metro pour la cuisine solidaire



Le fonds de dotation Metro lance le deuxième appel à projets externe « Cuisiniers au grand cœur ». Il s'adresse aux chefs engagés qui portent ou animent des projets associations autour des repas. Ils peuvent candidater dans 3 catégories : cuisiner des repas solidaires, apprendre le bien-manger aux enfants, donner sa chance en cuisine. Les candidats ont jusqu'au 20 mai 2022 pour postuler. Depuis 2019, plus de trente projets ont été soutenus. https://www.fondsmetro.org/soumettre-un-projet

ANTIGASPI

SDV, donner au lieu de jeter

Deux cent mille euros par an ! C'est la valeur des articles que SDV Les Marchés du Monde (19 M€ de CA) était contraint de jeter chaque année avant de rencontrer Phenix. Depuis 2019, ce spécialiste des produits du monde en épicerie et en surgelés donne les denrées dont la date de durabilité minimale (DDM) est atteinte à cette plateforme pour offrir une deuxième vie à des produits toujours consommables.

Sur Phenix, les lots mis en ligne reviennent à des associations caritatives. *« Depuis 2019, on ne jette plus rien et les aliments profitent à d'autres ! »*, se félicite Marc Maumont, P-DG de SDV. D'un point de vue comptable, ces dons sont plus intéressants qu'une destruction de stocks. *« Nous récupérons jusqu'à 60 % de la valeur des denrées offertes, sous la forme d'une réduction de l'impôt sur les sociétés, dans la limite de 135 000 € »*, détaille le dirigeant. L'intégration au réseau Phenix suppose des efforts. À commencer par un travail administratif pour renseigner les fiches produits ainsi qu'un travail logistique afin de préparer les colis. L'entreprise cherche aussi à réduire ses invendus en amont. Le *distributeur édite une newsletter mensuelle pour suggérer à ses clients une dizaine de références proches de leur DDM. « Nous réfléchissons à proposer des incitations à nos commerciaux sur les produits à déstocker »*, indique Marc Maumont.



SDV Les Marchés du Monde a fait don aux associations caritatives de près de 28 000 cartons de produits alimentaires (épicerie, liquides, surgelés) depuis 2019.

Ajuster ses stocks

Dernier volet de l'action antigaspillage du distributeur, affiner ses prévisions de vente afin d'ajuster ses stocks. Une tâche à laquelle la société s'est attelée grâce aux nouvelles fonctionnalités ajoutées à son ERP, notamment le signalement automatique des références proches de leur limite de date. Résultat ? À l'exception de l'année 2020, il a diminué sensiblement ses stocks. *« En 2021, nous avons réduit notre couverture de stock de plusieurs centaines de milliers d'euros »*, apprécie Marc Maumont. ●

ABONNEMENT

Monoprix, l'offre pro



Une offre destinée aux professionnels de la restauration ouvrant à des remises et à des services.

Monoprix, leader du commerce de centre-ville et présent dans plus de 250 villes en France, lance Monoprix Pro, une offre d'abonnement. Celle-ci représente un avantage fort pour les professionnels de la restauration et de l'hôtellerie. Elle couvre tous les secteurs de l'enseigne : les achats alimentaires mais aussi maison ou décoration. Concrètement, l'abonnement, fixé à 49 € TTC par an, offre une réduction immédiate de 10 % sur l'ensemble de leurs courses, qu'elles soient réalisées en magasin ou en ligne. Et elle est cumulable avec les promotions en cours. À cette remise, s'ajoutent d'autres services comme la livraison gratuite, ainsi qu'un système de facturation simplifié, en partenariat avec le système de gestion administrative Shine. Cette offre traduit la volonté du groupe Monoprix (groupe Casino) de développer de nouvelles activités et répondre aux besoins de tous ses clients. ●

TRANSPORT

Sofrilog se déploie en Centre-Est

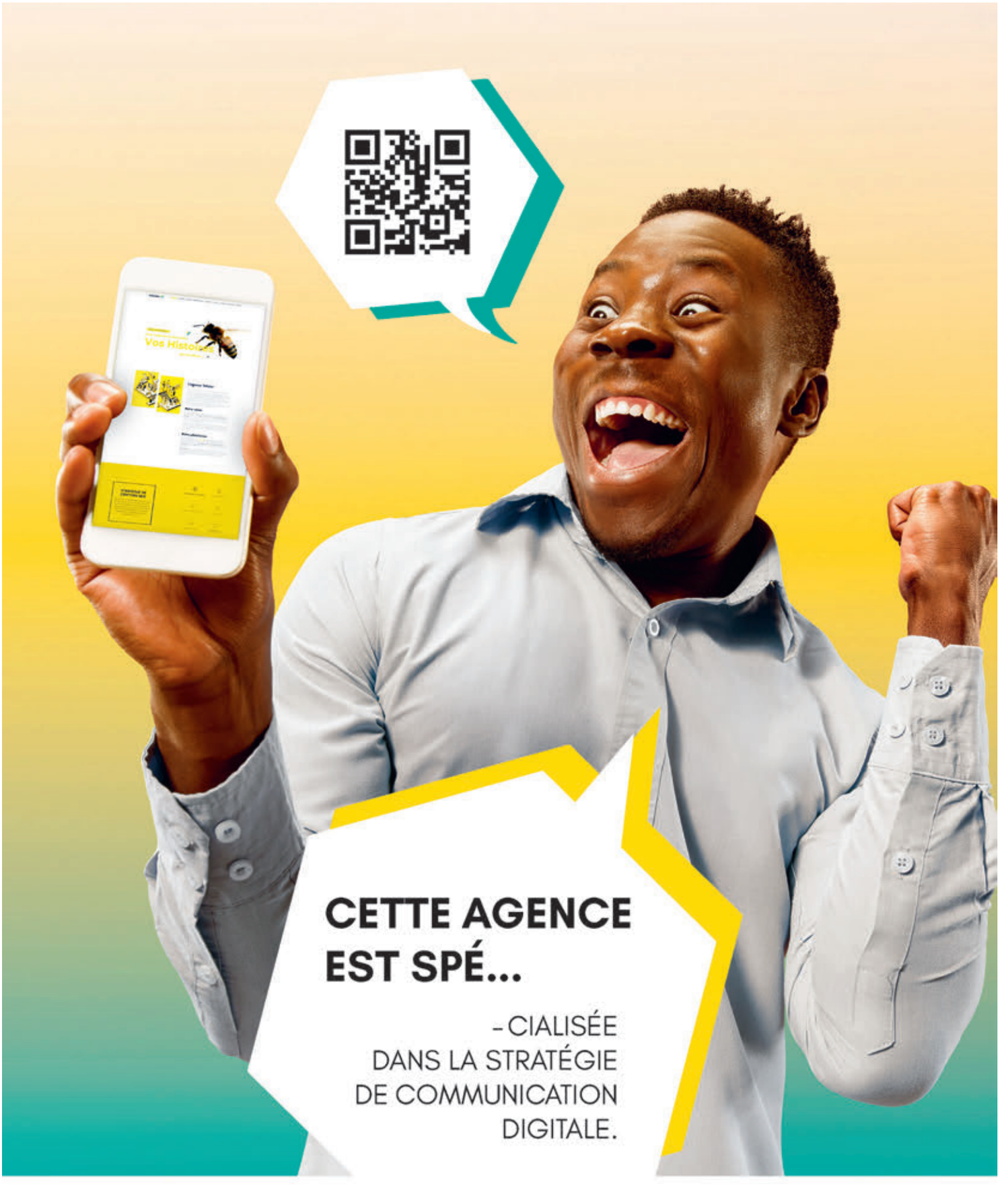


Sofrilog poursuit son implantation dans le Centre-Est à Saint-Vulbas (01) et à Chalon-sur-Saône en reprenant les activités de Panalog à Mâcon (71) en Bourgogne-Franche-Comté.

En parallèle, ce spécialiste du transport et de la logistique continue son développement transport du dernier kilomètre avec sa filiale Oofrais, présente à Lyon, Avignon, Clermont-Ferrand et prochainement à Strasbourg. En investissant le site de Mâcon, il renforce son partenariat avec le groupe Vandemoortele. Précédemment, Sofrilog avait repris les activités de Panalog à Châtellerault en septembre 2021 et à Agen en novembre 2021. Résultats : l'embauche de 2 collaborateurs et élargissement de sa flotte. ●



Sofrilog tisse sa toile sur le territoire.



Découvrez
notre expertise !

tokster
agence de communication digitale

La sélection de la rédaction

Produits, boissons, équipements et services...
Chaque mois, la rédaction vous informe des nouveautés qui arrivent sur le marché.

PRODUITS BOISSONS ÉQUIPEMENTS & SERVICES

KOOK'S

Cookie dough



Un concept américain mais réalisé « à la française » avec des ingrédients choisis avec soin.

La cookie dough est un dessert ultrarégressif et tendance que propose la jeune marque française Kook's : de la pâte à cookie en pot à déguster à la cuillère. La recette est réalisée sans œuf et avec de la farine thermisée pour une meilleure digestion. La gamme était déjà constituée de 3 offres : original à l'extrait de vanille et pépites de chocolat, peanut, au beurre de cacahuète, et spéculoos qui contient des morceaux de biscuits et un soupçon de cannelle. La nouveauté de cette saison est caramel beurre salé (de la maison Isigny) et noix de pecan caramélisées.

www.kooks.eu

ANCEL

Glaçages façon rocher



Chocolat ou chocolat au lait, ces glaçages proposés par Ancel permettent de finaliser avec gourmandises de nombreuses recettes : des muffins, des cakes, des éclairs, des gâteaux de voyages et même des glaces. Une préparation facile d'utilisation – il suffit de la faire fondre à 40 °C – qui ne contient ni huile de palme, ni arôme artificiel, ni colorant et conservateur. La découpe, elle est nette, sans bavures. Quant à la préparation, elle est stable à la congélation/décongélation. Quel que soit le parfum choisi, ces deux glaçages, bien fournis en amandes, apportent une belle esthétique et de la gourmandise. Seau de 3 kg.

www.condifa.fr

MONBANA

Mix biscuits et confiseries



La nouvelle édition saisonnière de bord de tasses proposée par Monbana est élaborée par des maîtres biscuitiers et confiseurs. Comme à son habitude, ces bords de tasse sont produits en France avec de la farine 100 % française. Ils ne contiennent ni arôme artificiel ni conservateur ni colorant. L'assortiment se compose de 5 recettes : 4 galettes pur beurre : nature, pépites de chocolat, éclats de caramel, tout cacao ; et 1 tendre pâte de nougat aux amandes. Le tout présenté dans une boîte distributrice, pratique et recyclable. Disponible jusqu'au 15 octobre.

www.monbana.fr

AMAND TERROIR

Mini-andouille apéro



La mini-andouille apéro au piment d'Espelette d'Amand Terroir s'invite sur les planches apéritives. Reconnu pour son savoir-faire en matière d'andouille depuis 1947, Amand Terroir propose aux restaurateurs une offre originale et différenciante. Elle se déguste telle quelle, en tapas, sur des tartines créatives ou même pour venir agrémenter une salade. 200 g (20 rondelles) – colis de 15 pièces.

www.amand-bianic.fr

GARDEN GOURMET

Vuna



Présentée sur le dernier salon Sandwich & Snack Show, fin mars à Paris, la nouveauté Garden Gourmet est une alternative végétale au thon. Cette recette végane en a l'aspect, la texture et le goût. Elle se compose de protéines de soja, de pois et huiles végétales. Riche en protéines et en fibres, son Éco-score est A. Elle se conjugue à toutes les recettes snacking : salade, sandwich, pizza et même des sushis.

www.nestleprofessional.fr/garden-gourmet

FLORETTE FOODSERVICE

Pickles de légumes



Spécialiste des légumes frais, Florette innove avec une belle gamme de pickles en poche de 360 g. Les possibilités d'utilisations sont variées : ils rentrent aussi bien dans la composition d'un sandwich que dans celle d'une salade ou d'un burger. D'autant que la gamme inclut 4 propositions : chou rouge, oignon rouge, carotte-persil, et betterave. Florette utilise un procédé à froid qui permet de conserver le goût et le croquant des légumes.
Prêts à l'emploi, ces pickles végétalisent les assiettes, et leur conditionnement en poche, sans jus, augmente la capacité de stockage en cuisine.

www.florette.fr

FRONERI

2 bâtonnets et 4 cônes



Pour la saison glaces 2022, les confiseries gourmandes Mondelez viennent renforcer l'offre d'impulsion Froneri. D'abord, les 2 bâtonnets premium Côte d'Or vanille et chocolat, avec un enrobage épais de véritable chocolat Côte d'Or et de généreux morceaux de noisettes. Ensuite, les 3 cônes Daim (caramel croquant), Oreo et Milka (chocolat au lait). Enfin, le bâtonnet sandwich Oreo Milka (photo), soit six nouveautés gourmandes pour varier les plaisirs et les occasions de consommation (restauration commerciale, restauration rapide, vente à emporter, hôtellerie de plein air).



www.froneri.fr

MAGAZINES, JOURNAUX, CARNETS, ENVELOPPES...

LES INFORMATIONS CLÉS SUR LE PAPIER

Créé il y a plus de 2 200 ans, le support papier fait partie de notre quotidien. Pourtant il n'est pas certain qu'on le connaisse si bien. Voici 5 informations clés à savoir sur le papier.

1. ON NE DÉTRUIT PAS LES FORÊTS POUR FABRIQUER DU PAPIER

En France, on utilise majoritairement des chutes de production de scieries ou des déchets de bois issus de l'entretien des forêts dont la gestion durable préserve notamment la biodiversité.



90% des papiers proviennent de ressources durables

2. LES PAPIERS SONT DE PLUS EN PLUS ÉCOLOGIQUES

Les entreprises innovent pour réduire l'impact des papiers sur l'environnement. Par exemple, en utilisant des encres et des colles qui s'éliminent facilement lors du recyclage.



54% des papiers sont éco-conçus

3. LE PAPIER RECYCLÉ EST DE BONNE QUALITÉ

Grâce aux progrès réalisés, on peut aujourd'hui acheter des produits d'écriture à usage courant de qualité : blocs-notes, carnets, cahiers, ramettes de papier... On peut même avoir des feuilles blanches ou encore avec des textures brillantes.



TRIER, C'EST DONNER UNE NOUVELLE VIE À NOS PAPIERS

4. LES MULTIPLES DÉBOUCHÉS DU PAPIER RECYCLÉ

La pâte à papier recyclée peut servir aussi dans la fabrication de produits d'hygiène (essuie-tout, papier-toilette,...), d'emballages et même de produits isolants pour les habitations.



5. TOUS LES PAPIERS SE RECYCLENT

Journaux, papiers brouillon, magazines, catalogues, cahiers à spirale, enveloppes à fenêtre, prospectus... et pour cela, Il suffit de les trier.



57% c'est le taux de recyclage des papiers en 2019

CITEO

©Citeo/Fabrice Cateloy

La sélection de la rédaction

POP MATÉ



Boissons énergisantes

Créée en 2021 par Apolline Bey et Andrea Habre, Pop Maté est une jeune entreprise qui entend résolument bousculer le marché des soft et energy drinks. Les deux femmes proposent des boissons pétillantes, naturellement énergisantes et bio à base de maté, ce dernier contenant de la caféine. Ces boissons sont peu sucrées (au sirop d'agave), sans colorant ni édulcorant. Elles sont fabriquées en France, dans une brasserie indépendante, en région parisienne et sont conditionnées dans des bouteilles en verre recyclable ou en fûts pression. 2 références : original ou pop gingembre.

www.popmate.fr

GRANINI

Orange-carotte-citron bio

Dans une étude menée par l'Agence Bio en 2021, 90 % des Français déclaraient consommer des produits bio et 70 % souhaiteraient du bio en CHD. C'est pour répondre à ces attentes que Granini présente un minibocal orange-carotte-citron au format de 25 cl et en bio. C'est la 6e référence en volume sur les 18 standards de la marque. Granini propose aussi aux professionnels une nouvelle référence de jus d'orange pur en bouteille incassable de 1 l. Un jus sans conservateurs ni sucres ajoutés.



www.granini.fr

CALYPSO

Triple melon lemonade



Leader sur le territoire américain (plus de 100 millions de bouteilles vendues en 2021), les limonades Calypso se trouvent désormais sur le marché français. Onze saveurs sont disponibles à l'instar de la triple melon lemonade qui est une association de jus de pastèque (fruit populaire auprès des Américains), melon jaune cantaloup et melon vert.

www.keeptaindistrib.com

ANDROS RESTAURATION

Fruit addict

Andros crée la première boisson aux fruits en gourde recyclable. Première marque préférée des Français sur le marché des jus, Andros révolutionne les boissons nomades avec ce format, qui se transporte partout et se conserve à température ambiante. D'autant que la recette, riche en fruits, est sans concentré, sans sucres ajoutés et sans arômes artificiels. Deux variétés : exotique ou multifruits. Gourde de 200 ml, en carton présentoir de 10 uvc.



www.androsrestauration.fr

MALONGO

Cold brew



Cette infusion à froid de café ou de thé est sans sucres et sans arômes artificiels. Elle se déguste telle quelle ou en cocktail, alcoolisé ou pas. Elle est fabriquée à partir de café biologique et équitable en France. Et est disponible en 3 références : café Laos nature ; café Laos gingembre-citron ; et thé Yunnan gingembre-citron. La boisson se conserve 6 mois. Malongo propose des idées de cocktails pour utiliser ces cold brews.

www.malongo.com

SUNTORY

V Energy

Suntory se positionne sur le marché en pleine croissance des energy drinks avec V Energy. Née il y a vingt ans en Nouvelle-Zélande, cette boisson est leader en Océanie. Ses atouts pour conquérir le cœur des Français sont son juste équilibre entre son goût fruité et son côté pétillant. À base de guarana, taurine, caféine et vitamine B, d'où ses vertus dynamisantes, elle contient 50 % de sucre en moins que la moyenne des boissons sucrées. Le public visé est les moins de 40 ans, *« en quête de bonnes ondes »*. Disponible dès le mois de mai en CHD en canette unitaire de 25 cl.



www.suntorybeverageandfood-europe.com

JOMO

Thés glacés

Ne vous fiez pas à son nom, Jomo est bien une entreprise française qui propose une nouvelle gamme de thés glacés biologiques, fabriqués en France. Ne vous fiez pas non plus aux couleurs acidulées, ces thés ne contiennent pas de colorants et encore moins d'arômes artificiels, mais sont aromatisés avec des fruits. Au final, une boisson peu sucrée, très parfumée et rafraîchissante. 3 références : thé vert menthe-citron-gingembre ; thé blanc pêche-hibiscus ; et enfin maté passion-citron vert. En bouteille de 350 ml.



www.jomoparis.com

FIRPLAST

Barquettes sushis biodégradables

Ces barquettes en pulpe de canne à sucre sont une alternative écologique et durable aux barquettes sushis traditionnelles. Elles permettent aux enseignes d'être plus écoresponsables sans changer leurs habitudes : elles ont la même apparence et la même contenance que les autres. 4 tailles sont proposées. Produits labellisés norme EN13432 entièrement biodégradables en compostage industriel.



www.firplast.com

KITCHENAID



Accessoires desserts glacés

Pour la saison estivale, KitchenAid lance 2 accessoires à adapter sur ses robots multifonctions Artisan : une sorbetière et une râpe à glace. La première garantit une meilleure conservation du froid, une texture uniforme et une facilité pour retirer la préparation du bol. Cette dernière se fait en 30 mn. Quant à la seconde, elle permet de réaliser des « boules de neige » comme à Hawaii ou le kakigôri japonais, le raspado mexicain ou le bingsu coréen.

www.kitchenaid.fr

La sélection de la rédaction

ELECTROLUX PROFESSIONAL

SafeBox Hold

La SafeBox Hold est une solution unique de maintien au chaud des repas destinés à la vente à emporter et à la livraison. Elle permet aux restaurateurs de proposer à leurs clients des plats, tels qu'ils seraient servis dans leur établissement. Cette solution associe 3 technologies : un système de chauffe ventilé réglable jusqu'à 85 °C ; une combinaison de chaleur ventilée et de Led UV-C ; et enfin un nano revêtement photocatalytique. Ces différentes technologies utilisées garantissent la sécurité alimentaire en limitant les risques de prolifération des bactéries et respectent les normes HACCP. La contenance de SafeBox Hold est de plusieurs sacs de livraison en papier ou 10 boîtes à pizza.



Solution de maintien au chaud pour la livraison et la VAE, qui combine 3 technologies.

www.electroluxprofessional.com

MICROPLANE

Zesteur premium classic

La râpe Microplane permet de zester tous types d'aliments en plus des agrumes : des fromages à pâte dure, comme le parmesan ; du chocolat, des épices à coques comme la noix de muscade, ou la fève tonka ; le gingembre, la noix de coco. Cette prouesse est permise grâce à ses 400 micro-dents ultra-affûtées. Alors que son manche ergonomique en soft touch offre une prise en main confortable. Son étui de protection a lui aussi été retravaillé, afin de faciliter le rangement dans un tiroir. 11 coloris inédits.



www.microplaneintl.com/fr

HOBART

Solutions de lavage pour les contenants réutilisables



Hobart propose des solutions spécifiques de lavage et de séchage pour la vaisselle réutilisable. Le lave-vaisselle Premax GF/FP avec séchage Top-Dry intégré combine un panier spécial pour le lavage des gobelets, un détergent pour le plastique et le produit de rinçage. Les casiers permettent de maintenir les gobelets ou les contenants légers en place lors du lavage. Il est possible d'en déposer jusqu'à 25. Un bon moyen d'adapter son lave-vaisselle sans changer de machine.

www.hobart.fr

SOLIA

Paniers Kaba



La nouvelle gamme Solia est dédiée aux repas nomades, les paniers Kaba sont en effet des paniers de transport en carton, inspirés du cabas traditionnel. Ils existent en trois tailles : la moyenne correspond à un sandwich, la supérieure à une formule complète avec boisson, la plus petite étant destinée à accueillir un en-cas. Livrés à plat, ces paniers sont conçus en carton sans colle, et se montent facilement grâce à un ingénieux pliage. Ils sont personnalisables et passent au micro-ondes.

www.solia.fr

ORAPI

Gamme cuisine

Orapi présente sa nouvelle gamme de produits d'hygiène et d'entretien pour les cuisines professionnelles. Conçue par une équipe d'experts, elle offre des formules performantes et durables toutes validées par des tests, qui garantissent une efficacité à toute épreuve. La gamme se répartit en 3 pôles : lavage-vaisselle, hygiène des surfaces et hygiène des équipements, et intègre plus de 30 % de produits écologiques.



www.orapi.com

Vite !

CAP

Ange développe ses formations



En 2021, les boulangeries Ange ont créé l'école de formation Idyie dédiée aux métiers de la boulangerie, située à Aix-en-Provence. Face au succès de la 1re promotion de CAP Boulanger, l'établissement ouvre une nouvelle édition et crée une formation CAP PSR (production et service en restauration). Chacune accueillera dès septembre 15 élèves, qui rejoindront en alternance l'une des 20 boulangeries Ange des Bouches-du-Rhône. Et en 2023, l'école se déploiera à Bordeaux et à Lille. contact@idyie-formation.fr

CHOCOLAT

Valrhona à Paris

Valrhona a installé son école, jusque-là basée à Viroflay (78), au cœur de la capitale, dans le quartier du Marais. Sur deux étages, l'entité parisienne s'étend sur 340 m². Des stages de deux à trois jours y sont dispensés par des chefs invités (Yann Brys, Claire Heitzler) autour de thématiques diverses et contemporaines comme la pâtisserie végétale ou une formation alliant technique et entrepreneuriat. *« Un lieu de rencontre et d'échange pour tous les professionnels »*, déclare Thierry Bridon, chef exécutif des lieux.

ASSOCIATION

Bondir.e, luttez contre les violences

À l'origine de l'association Bondir.e, un collectif constitué d'une vingtaine de cheffes voulant dénoncer et lutter contre les violences en cuisine. À leur actif, une vingtaine d'interventions dans les écoles hôtelières, s'appuyant sur un programme de prévention contre les violences dans la restauration, construit avec l'aide de l'Association européenne contre les violences faites aux femmes au travail. Sous forme de modules de deux heures, il permet de questionner les étudiants sur les termes juridiques qui définissent les actes de violence, repérer les mécanismes de cette dernière et savoir réagir face à une agression. resto.zepros.fr

CONFÉRENCE

En boulangerie, recruter c'est d'abord attirer

« Recruter et fidéliser son personnel en boulangerie » : telle a été la thématique d'une table ronde lors du dernier salon Sirha Europain à Paris-Porte de Versailles le 28 mars.

Autour de la table, Pascale Solona, journaliste et fondatrice de l'entreprise Les Vitaminés de l'emploi (créée par des dirigeants pour réfléchir à de meilleures méthodes de recrutement) ; Christophe Girardet, boulanger et propriétaire de l'enseigne Victor et Compagnie ; et Philippe Hillarion, chef de projet régional Pôle Emploi Auvergne-Rhône-Alpes. *« Ce n'est pas évident de recruter en ce moment »*, admet en préambule Christophe Girardet. Selon Philippe Hillarion, *« le chômage a fortement baissé ces dernières années »* et les offres d'emploi à pourvoir restent nombreuses : 10 millions ont été publiées par Pôle Emploi en 2021.

Un problème, plusieurs solutions

Il s'agirait donc d'attirer les jeunes vers les métiers de la boulangerie. Car le secteur multiplie les atouts. *« On se réinvente tous les jours en boulangerie, en passant de la pâtisserie à la boulangerie, du croissant au panini »*, argumente Pascale Solona. *« La boulangerie a du sens,* rappelle Christophe Girardet. *Les néo-boulangers en reconversion sont séduits par le fait de donner vie à un produit et donner du plaisir aux gens. »* Pour Pascale Solona, il est nécessaire de mettre au point un *« langage universel entre employeurs et employés […], car le salarié est aujourd'hui le premier client de l'entreprise »*. Les employeurs se doivent de répondre aux interrogations suivantes : Comment j'implique mon salarié ? Comment je lui apprends à faire ? Comment je le fédère ? Comment je construis une équipe capable de faire le boulot en cas d'absence ?

Côté solutions concrètes, les experts évoquent le recours à des périodes d'essai renouvelables et aux méthodes d'immersion dans le monde de l'entreprise grâce aux parcours proposés par Pôle Emploi. Il s'agit aussi de travailler de manière forte sa « marque employeur ». ●



De gauche à droite : Philippe Hillarion, Pascale Solona et Christophe Girardet.

MÉTIERS DE BOUCHE

Parcours pédagogique à Rungis



Un parcours qui a suscité beaucoup d'intérêt lors des portes ouvertes.

La Rungis Académie a inauguré son parcours pédagogique *« de la terre à l'assiette en passant par le marché »*. L'ambition de cette première promotion 2022-2023 est ainsi de former 1000 apprentis. L'objectif est de mettre en avant l'offre de promotion proposée tout en sensibilisant à la transition écologique. De nombreux organismes sont partenaires de la Rungis Académie : CFA Médéric, Les Compagnons du Devoir, Emac, CFPPA, Ifocop, Louvre Hotels/Chaud devant !, Lenôtre…

L'intérêt est de valoriser un circuit alimentaire écoresponsable qui puisse répondre à la question « Comment produire, consommer et cuisiner plus responsable ? ». Les visiteurs du circuit : étudiants, futurs apprentis mais aussi personnes en reconversion professionnelle.

L'occasion de rencontrer les professionnels des métiers de l'alimentation et de découvrir la pluralité des formations proposées par l'Académie. Un événement parrainé par Guillaume Gomez, qui fait partie des projets lauréats de l'Année de la gastronomie, pour soutenir la filière de la restauration. Un bon moyen de préparer l'avenir des métiers de bouche. ●

www.rungisinternational.com

NUMÉRIQUE

Se former gratuitement

« Simple comme numérique » est un programme d'aide à la transformation numérique destiné aux professionnels du CHR. Lancé en septembre, ce programme a été initié par les Entreprises-Collectivités territoriales-Insertion (Ecti). *« Les Ecti, c'est une association de plus de 2 000 bénévoles séniors, souvent des cadres de grands groupes. Nous sommes issus de différents secteurs d'activités »*, explique Patrick Pétard, lui-même ancien directeur général CHF de Lactalis et membre de l'association. *« Les Ecti ont initié le projet "Simple comme numérique" avec AJI dans le cadre de France Relance. Ce programme a pour objectif de soutenir les professionnels du CHR dans leur transformation numérique. Boulanger, restaurateur, aucun ne peut désormais se passer du digital »*, développe ce dernier. Ainsi, Simple comme numérique permet de les accompagner sur des thématiques comme « assurer sa visibilité numérique » ou « communiquer avec ses clients ».

Pour bénéficier de l'accompagnement, gratuit, il suffit de s'inscrire sur la plateforme. Après un premier diagnostic professionnel, un programme personnalisé est mis en place. *« Depuis le lancement, plus de 200 dossiers sont en cours. De nombreux petits restaurateurs ne savent pas gérer leur e-réputation. Nous sommes là pour les aider à y remédier »*, conclut Patrick Pétard. ●

www.simplecommenumerique.fr

simple comme numérique

Simple comme numérique a été créé par l'Ecti et l'AJI.



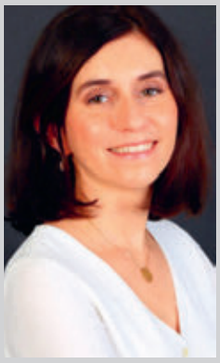
1 Jacques Mignault



2 Nawfal Trabelsi



3 Romain Girard



4 Caroline Perrier



5 Raphaël Miolane

LES HOMMES ET LES FEMMES DU MOIS



6 Cédric Giacinti



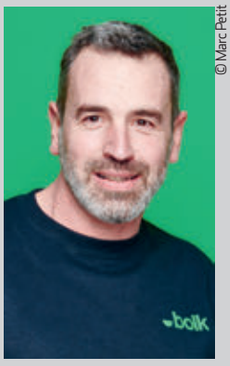
7 Harvey Smyth



8 Cécile Le Doaré



9 Laure Mahé



10 Ludovic Noël

© Marc Petit

● FRANCE ● EUROPE ● MONDE

MCDONALD'S FRANCE

❶ **Jacques Mignault**, actuellement président de McDonald's Canada, prendra la direction de la France au 1er juin en remplacement de ❷ **Nawfal Trabelsi**, qui a choisi de quitter le groupe afin de mener un projet entrepreneurial. Entré comme équipier en 1975, ce francophone était dirigeant de McDonald's Suisse en 2017, puis du Canada en 2020. Par ailleurs, ❸ **Romain Girard** est le nouveau vice-president et chief financial officer. Il avait rejoint McDonald's France en 2014 en prenant la direction du département Business Analysis & Measurement. Depuis février 2021, il était directeur administratif et financier de l'entreprise. Il a aussi été élu président du Snarr. Enfin, ❹ **Caroline Perrier** est nommée directrice financière. Elle sera directement rattachée à Romain Girard. Diplômée de l'ICN, elle était jusque-là directrice financière de Danone Eaux France.

SUBWAY FRANCE

❺ **Raphaël Miolane** succède à ❻ **Cédric Giacinti** à la direction générale de Subway France et Belux. Il prend aussi la direction de l'Italie et de la Grèce. À 45 ans, ce titulaire d'un master de commerce et d'un MBA a été le directeur général de Pizza Hut en Europe et au Canada, puis de Courtepaille. Depuis le rachat du groupe par Buffalo Grill, il avait rejoint le groupe Le Duff.

NAPAQARO

Jusque-là président du groupe britannique Azzurri (exploitant des marques Zizzi, ASK Italian et Coco Di Mama), ❼ **Harvey Smyth** succède à Jocelyn Olive, à la tête de Napaqaro. Ce dernier avait rejoint Buffalo Grill, en qualité de CEO depuis 2018. Jocelyn Olive avait par sa connaissance du marché, permis au groupe Napaqaro de s'emparer de la master franchise de Popeyes pour la France.

UNILET

❽ **Cécile Le Doaré** est nommée directrice générale de l'Unilet. Elle en était directrice générale adjointe depuis 2019. Ingénieure agricole, Cécile Le Doaré est spécialiste de l'agriculture et de l'agroalimentaire depuis 15 ans. Elle a exercé principalement au service d'interprofessions.

MARS FOOD FRANCE

❾ **Laure Mahé** rejoint Mars Food France en tant que directrice générale. À 33 ans, cette diplômée de HEC succède à Jérôme Baudry, qui a décidé de poursuivre sa carrière à l'extérieur du groupe. Auparavant, Laure Mahé était chez Danone, où elle était directrice d'Alpro France, marque qu'elle a largement contribué à développer.

BOLK

❿ **Ludovic Noël** est nommé directeur commercial de Bolk. Diplômé de l'ICD business school et de la Solvay Brussels School, il était président fondateur d'AppiVille, une solution d'accompagnement des commerces de proximité. Il avait été par le passé directeur de la business unit de Nespresso Professional et celle de Lavazza.

FOODLES

À 35 ans, **Aurélien Antoine** est le nouveau responsable RSE de Foodles. Il était depuis 2020 responsable commercial. Par ailleurs, **Maite Montet** devient la responsable des ventes pour le Royaume-Uni.

MCDONALD'S CANADA

Michèle Boudria, actuellement directrice générale de McDonald's Pays-Bas, prendra la direction de McDonald's Canada, en remplacement de Jacques Mignault.

STARBUCKS

Deb Hall Lefevre rejoint Starbucks comme CTO. Cette ancienne de chez McDonald's de 2002 à 2017 était depuis chez Circle K. C'est le 3e changement de direction de Starbucks depuis qu'Howard Schultz est devenu P-DG par intérim le 4 avril.

ZEPROS METIERS SNACK zepros.fr

8-10, rue des Blés – Bât. M/36 – 93 210 La Plaine-Saint-Denis – Tél. : 01 49 98 58 45 – Fax. : 01 49 98 58 47 – e-mail : *contact-resto@zepros.fr* – Internet : www.zepros.fr • **Directeur de la publication :** Philippe Paulic – Tél. : 06 62 73 06 02 – *p.paulic@zepros.fr* • **RÉDACTION Directeur de la rédaction :** Jean-Charles Schamberger – Tél. : 06 66 22 16 16 – *jc.schamberger@zepros.fr* • **Rédactrice en chef :** Myriam Darmoni – Tél. : 06 63 37 41 09 – *m.darmoni@zepros.fr* • **Rédactrice :** Chloé Labiche – Tél. : 06 69 73 97 87 – *c.labiche@zepros.fr* • **Secrétariat de rédaction :** Anita Morin – *a.morin@zepros.fr* • **Maquette :** Chef de studio : Marc Le Texier – *maquette@zepros.fr* ; Isabelle Cerf et Thierry Pouillieute • **Ont participé à ce numéro :** Jean Paul Burias, Claire-Sophie Martin, Florian Jugi - **Correspondants régionaux : Bretagne** Marie-Anne Page **Centre** Ingrid Proust, **Nord-Pas-de-Calais** Laurence Marot, **Occitanie** Clémentine Cabrol, **Pays de la Loire** Thierry Goussin • **Crédits photos et illustrations :** droits réservés sauf mention contraire – **Photo de couverture :** Adobe Stock – **Dessinatrice :** Betty • **MARKETING-DIFFUSION** Camille Couvert - c.couvert@zepros.fr • **PUBLICITÉ** • **Directrice commerciale :** Nathalie Richard-Mathieu – Tél. : 06 69 65 93 83 - *n.richard-mathieu@zepros.fr* • **Directeur de publicité :** Sébastien Dumontier – Tél. : 06 60 91 26 06 - *s.dumontier@zepros.fr* • **Directrice de clientèle :** Anne Morel Fèvre – Tél. : 06 66 76 96 27 - a.fevre@zepros.fr • **ADMINISTRATION Responsable :** Moufid Barkallah – *compta@zepros.fr* - **Assistante :** Marie Beaumelou – *m.beaumelou@zepros.fr* • **IMPRESSION L'imprimerie** – 79, route de Roissy – 93 290 Tremblay-en-France • Dépôt légal à parution • ISSN 2266-0992 • OJD : mise en distribution certifiée 2021 : 30 247 ex. OJD/ACPM de janv. 2021 à déc. 2021 • ***ZEPROS*** est une publication de la société Groupe Gratuit Pros, SARL au capital de 8 000 € • RCS Bobigny B 483 806 717

ACPM DIFFUSION PRINT LE TRI + FACILE PEFC **10-31-3337 / Certifié PEFC** / Ce produit est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées. / pefc-france.org

Procédé d'impression sans eau waterless - Origine du papier : France (Chapelle Darblay) - Taux de fibres recyclées : 100 % - Eutrophisation : PTot = 0,009 kg/tonne.

perrier ENERGIZE

FRAÎCHEMENT ENERGISANT*

RETROUVEZ LA PREMIÈRE

BOISSON ÉNERGISANTE BIO À L'EAU MINÉRALE

EN SNACKING

+ DE 800 000 FOYERS ACHETEURS[1]

MEILLEUR LANCEMENT & MEILLEURE INNOVATION 2021 DES BOISSONS SANS ALCOOL[2]

+ DE 1 PERSONNE SUR 3 A RACHETÉ LE PRODUIT[3]

92% D'EAU MINÉRALE PERRIER®

99 mg DE CAFÉINE POUR UN COUP DE BOOST*

INFUSION **INTENSE** DE YERBA MATÉ



DÉCOUVREZ LA NOUVELLE SAVEUR ACIDULÉE **CITRON-CITRON VERT**

& L'EXOTISME INTENSE DE LA SAVEUR **GRENADE**

UNE GAMME SOUTENUE PAR UN PLAN MÉDIA FORT

DIGITAL · AFFICHAGE · R.P.

*CONTIENT DE LA CAFÉINE, QUI CONTRIBUE À AUGMENTER L'ATTENTION ET À AMÉLIORER LA CONCENTRATION. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION DANS LE CADRE D'UNE ALIMENTATION ÉQUILIBRÉE ET D'UN MODE DE VIE SAIN.

SOURCES: 1. PÉNÉTRATION KANTAR CAM FÉVRIER 2022 – TOTAL RETAIL / 2. DONNÉES NIELSEN SCANTRACK HMSM HORS MDD – DONNÉES CUMULÉES SUR LES 3 PREMIÈRES PÉRIODES DE LANCEMENT – MISE À JOUR AOÛT 2021 / 3. TAUX DE RÉACHAT KANTAR CAM DÉCEMBRE 2021

NESTLE WATERS MARKETING & DISTRIBUTION, RCS NANTERRE 479 463 044. *MARQUE ENREGISTRÉE, UTILISÉE EN ACCORD AVEC LE PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE.