



## Ensemble

Lors de notre dernière Assemblée Générale du 13 juin, nous clôturons nos travaux par ce proverbe africain «*Tout seul on va plus vite, ensemble, on va plus loin*».

Ce travail collaboratif donne de la prospective à nos actions au sein de

nos entreprises comme au sein de notre syndicat professionnel. C'est dans ce sens que s'inscrivent toutes nos initiatives de ces dernières années.



## ÉDITO

Pour exemple, je reprendrai trois faits marquants récents :

- Nous venons de créer la Commission blanchisserie (regroupant 5 nouveaux adhérents, représentant 70 % de ce marché)
  - Le SYNEG Achats, avec le support de LABELA, procure des économies significatives sur les achats de services généraux de nos adhérents
  - Le renouvellement du partenariat avec GRDF nous permet d'anticiper les évolutions de cette énergie importante pour nos métiers
- Notre industrie est en train de se transformer avec des enjeux stratégiques qui impliquent des remises en causes permanentes. Dans ce contexte, je souhaite que nos actions collectives apportent toujours plus de valeur ajoutée et de soutien à nos adhérents pour développer leurs activités et contribuer à leur pérennité. C'est aussi dans cet état d'esprit que nous avons repris des contacts avec tous les acteurs de nos différentes filières (fédérations, syndicats, clubs professionnels) car ensemble, nous irons plus loin, même sur différents chemins.

**Jean-Michel Soto**  
Président du SYNEG



## Salon

### Exclusif Equiphôtel 2020

J-F. Quentin, dir. de Pole Division Hospitality & Food ..... p. 3



## Entretien

Pascale Hébel, Directrice du pôle Consommation et entreprise au CRÉDOC..... p. 4



## Métier

Les fabricants de matériels de blanchisserie professionnelle rejoignent le SYNEG..... p. 6

## GRAND ANGLE

# Le bruit, un ingrédient à bien doser



Restaurant du parc d'attractions Family Park à Brno en République Tchèque. Traitement acoustique par toile tendue *Alphalia Silent Aw* de Serge Ferrari.

**La reconnaissance des effets néfastes du bruit sur la santé se conjugue aujourd'hui à la recherche d'une expérience client visant le bien-être. Côté cuisine comme côté salle, la gestion des émissions sonores et de leur propagation fait l'objet de toutes les attentions. Des équipements à la conception architecturale, de multiples solutions existent pour atteindre un confort acoustique bénéfique pour tous les acteurs d'un repas qui ne reste pas sur... les tympanes.**

**A**u quotidien, nous sommes exposés à des volumes sonores de plus en plus élevés et pourtant quand vient le moment du repas ou de la pause-café, le besoin de calme se fait sentir. Car si le fourmillement cacophonique d'une brasserie participe pleinement à son identité et son pouvoir d'attraction, la tendance est aux ambiances

sonores plus sereines ; d'autant que le restaurant reste un lieu privilégié pour les échanges professionnels et les chaînes de cafés qui fleurissent partout en France font souvent office de bureau temporaire. La chasse au bruit est ouverte, en salle comme en cuisine, d'autant plus si cette dernière est ouverte. Par ailleurs, au-delà du confort acoustique, « en

France, le coût social du bruit représente 57 milliards d'euros par an », précise Élise Valadier, responsable de projets chez Aïda, bureau d'études spécialisé en acoustique.

## De la source à la propagation

Dans la salle de restaurant, conversations, chocs des couverts, déplacements du personnel, percolateur, mixeur ou encore musique d'ambiance génèrent un cocktail de sons dont le niveau peut atteindre les 90 dB (A), à savoir au-delà du seuil de danger pour le système auditif mais aussi nerveux. Il convient donc de bien identifier et hiérarchiser les sources et la manière dont on peut agir →

→ sur la production du bruit, tant du point de vue des équipements en cuisine que de la conception architecturale. Élise Valadier décrit les éléments de conception qui sont propices à la propagation du bruit : « *L'absence ou l'insuffisance de matériaux absorbants (plafonds et/ou revêtements muraux acoustiques) et une proportion trop importante de matériaux réfléchissants (vitres, carrelage, plâtre...).* Mais également un isolement insuffisant vis-à-vis des cuisines, ou l'absence de cloisonnettes pour partitionner l'espace et limiter la propagation des bruits. La géométrie des locaux influence également la propagation des sons et peut induire des phénomènes acoustiquement défavorables comme des échos flottants. » Pour pallier ces défauts, l'éventail des matériaux est large et permet de concilier les attentes en termes d'esthétique et de confort, mais aussi sanitaires lorsqu'il s'agit des cuisines. Lutter contre la réverbération passera par l'absorption des sons grâce à des faux plafonds en fibre minérale ou en plaque de plâtre perforé, des revêtements muraux textiles, du bois perforé, du liège, des claustras ou encore des baffles suspendus. « *Les dispositifs d'îlots flottants ou suspendus sont apparus depuis quelques années et permettent de corriger l'acoustique avec efficacité et sans beaucoup de travaux. C'est une solution de plus en plus utilisée que l'on retrouve dans le monde entier par exemple chez Starbucks, McDonald's et dans de nombreux restaurants et restaurants d'entreprise* », constate la spécialiste. Le tout est de placer le bon produit au bon endroit, en optimisant le rapport coût/performance, pour que l'environnement soit convivial, et que l'expérience client soit la plus positive possible. Il est même possible d'imprimer les toiles acoustiques, comme le propose le fabricant Serge Ferrari (voir photos).

### Des équipements en sourdine

La question du bruit en cuisine ou derrière un bar se pose en termes d'installations et d'équipements souvent dotés de moteurs ou ventilateurs. Leur conception est régie par la norme NF EN 60335-1



relative aux *Appareils électrodomestiques et analogues*, qui définit une limite de 70 dB/heure. Mais celle-ci ne concerne que les appareils électriques et non pas la cuisson au gaz notamment, très émettrice de bruit. C'est pourquoi le groupe de travail Cuisson du SYNEG, animé par Sébastien Jean Dit Pannel (société TGCP),

**« répondre à la demande pressante des grandes chaînes de café et restaurants internationales qui s'implantent en France, dont les exigences en matière de confort acoustique sont très élevées »**

a défini de son côté la NF D 40-050, le *Code d'essai acoustique pour les équipements de cuisson et les équipements de réfrigération professionnels* qui « *spécifie une méthode de détermination du niveau de pression acoustique d'émission au voisinage des équipements de cuisson et de réfrigération professionnels.* » À partir des données relevées, les valeurs annoncées par les

fabricants sont ainsi vérifiées. Cette base commune offre aux fabricants la possibilité de mettre sur le marché des produits ne dépassant pas le seuil admis et, ainsi, de notamment « *répondre à la demande pressante des grandes chaînes de café et restaurants internationales qui s'implantent en France, dont les exigences en matière de confort acoustique sont très élevées* », constate Aurélien Fouquet, Président de la société SANTOS.

À titre d'exemple, pour la conception de ses moulins à café, cette société s'appuie depuis les années 1980 sur un travail en amont dans

une chambre spécifique afin de tester le bruit produit. Descendu à 62 dB, le son émis n'indispose plus ni les baristas, ni les consommateurs. L'arrivée de technologies comme la nouvelle génération de moteurs dit « *brushless* » ou « *sans balais* », plus silencieux car débarrassés de frottements, constitue une avancée considérable. De même, l'évolution des tables de cuissons par induction y participe également. Dans le cas où la réduction du bruit à la source n'est pas possible, il faudra alors agir sur le placement des appareils, les vibrations ou encore l'isolation phonique.

Dans son guide *Conception des cuisines de restauration collective*, publié en 2007, l'INRS (Institut national de recherche et de sécurité) relève les principales sources de bruit sur lesquelles il est possible d'agir : lave-vaisselle, extracteur d'air, ventilation ou encore vibration de l'air dans les gaines. Des préconisations que l'on retrouve dans le guide *Améliorer le confort sonore dans les restaurants*, publié par le Centre d'information sur le bruit ([www.bruit.fr](http://www.bruit.fr)).

Il n'y a plus de raisons aujourd'hui de souffrir d'un environnement sonore nocif. Le tout est d'anticiper dès la conception de l'aménagement des espaces, et de ne pas sous-estimer les répercussions du bruit sur notre bien-être. ☉



## MARCHÉ

## Un premier semestre 2019 dynamique

**S**elon l'Observatoire PROMOCUISINES/SYNEG®, les ventes (France + Export) d'équipements pour la restauration hors-domicile ont progressé de 4 % au cours du premier semestre 2019. Cette bonne tendance semestrielle est partagée dans des proportions diverses par les métiers de la cuisine professionnelle : ventilation, laverie et distribution différée (chariots chauffants, remise en température, matériels isothermes...) sur-performent tandis que cuisson, préparation statique (tables, armoires, rayonnages...) et manutention (chariots, bacs gastronomes...) reculent ou stagnent. Pour leur part, préparation mécanique (bateurs-mélangeurs, coupe-légumes, mixeurs...), selfs, équipements de bar/caféteria

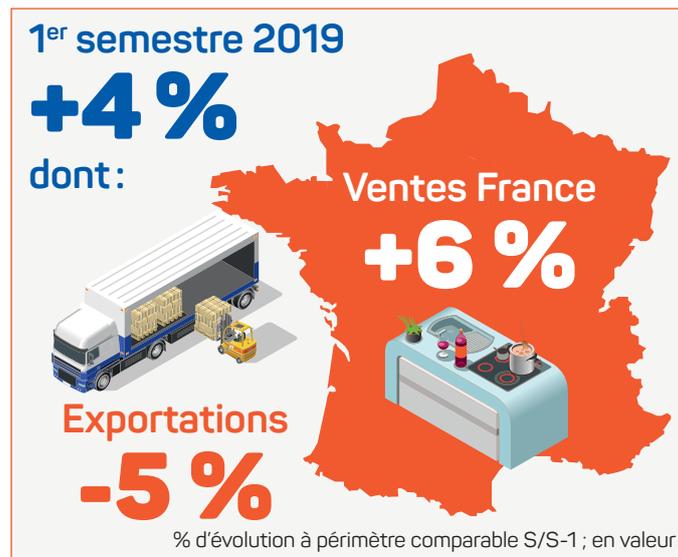
et réfrigération se situent dans la tendance semestrielle. Cette nette croissance de l'activité est due au dynamisme du marché intérieur qui progresse de +6% par rapport au premier

semestre 2018. Le deuxième trimestre confirme et amplifie la progression déjà enregistrée au premier trimestre.

A contrario, l'export recule de -5% sur la même période. La

situation s'améliore toutefois au deuxième trimestre grâce au grand export.

*Methodologie :* l'Observatoire PROMOCUISINES/SYNEG® est réalisé à partir des déclarations de ventes trimestrielles des membres du SYNEG. Les données - France et exportations, en valeur et en volume chaque fois que pertinent - sont recueillies et traitées confidentiellement par LE SPHINX INSTITUTE, société spécialisée dans le domaine des études et des statistiques depuis plus de 30 ans. L'Observatoire PROMOCUISINES/SYNEG® couvre 12 grandes catégories d'équipements et leurs 42 sous-catégories, représentant tous les métiers des grandes cuisines. L'accès aux résultats détaillés est réservé aux déclarants. Les évolutions sont calculées à périmètre comparable.



## SALON

## Exclusif Equiphotel 2020

**E**n avant-première, découvrez le salon Equiphotel 2020. Jean-François Quentin, directeur du Pôle Division Hospitality & Food chez Reed Expositions France, s'entretient avec Syneq Infos. Pour cette édition 2020, nous prévoyons de fortes évolutions en résonance avec les nouvelles attentes sociétales, et tout naturellement, nous intensifions notre partenariat avec les équipementiers de la Grande Cuisine. Derrière nos fourneaux, nous vous amenons les meilleurs moments pour cette édition exceptionnelle d'Equiphotel 2020. Sans vous révéler l'ensemble de nos orientations, sachez que nous travaillons de concert avec le FCSI\* à des conférences, des animations, des espaces, voire même à un concours hors-norme. Cette nouvelle stratégie débute au sein de nos équipes avec la mise en place d'une nouvelle division Food au sein de Reed Exposition, une task-force qui réunit l'expérience



des équipes de Sandwich Snack Show et d'Equiphotel. Les évolutions du marché de la RHF nous ont en effet conduit à cette nouvelle organisation, en lien avec les nouveaux modes de consommation, une restauration urbaine toujours plus sollicitée, des expériences de consommation novatrices, en renouvellement permanent. Plus concrètement, nous soulignons l'importance de ce segment

alimentaire, Food, qui attire de plus en plus de visiteurs, et nous développerons cette attractivité avec nos partenaires historiques Transgourmet et Rungis.

Nous nous concentrons aussi sur la mise en avant des solutions RSE de nos partenaires et exposants pour répondre aux enjeux de la restauration et de l'hôtellerie. Cette responsabilité prévaudra au déploiement d'Equiphotel 2020, et nous apporterons un soin tout particulier aux consommations d'énergie, au recyclage des aliments, aux achats responsables, et à la cohérence des politiques sociales.

Je vous dévoile ainsi les fondements de notre stratégie, et pour savourer un peu plus ce que nous vous concoctons, permettez-moi de vous inviter à Studio café, au village des torrificateurs, à la mise en place d'espaces et d'animations

originales totalement dédiés et repensés autour de l'univers du café, autre axe fort de notre stratégie 2020. Nous engageons cette démarche en adéquation avec l'évolution de ce marché, une dynamique impulsée par Victor Delpierre, Champion du monde Barista en 2013.

Pour en savoir plus, nous vous donnons rendez-vous en janvier 2020 pour les premières communications, mais d'ores et déjà, il vous faut retenir les dates de cet événement unique, qui aura lieu du 15 au 19 novembre 2020.

\* Le FCSI, FOODSERVICE CONSULTANTS SOCIETY INTERNATIONAL, est une association professionnelle internationale qui rassemble les métiers du conseil en restauration et en hôtellerie.

EQUIPHOTEL PARIS

15-19 NOVEMBRE 2020

**ENTRETIEN AVEC** *Pascale Hébel, Directrice du pôle Consommation et entreprise au CRÉDOC, Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie*

## Il n'y a plus de restauration captive !

### Quels bouleversements majeurs, analysez-vous dans nos modes de consommation ?

Il faut distinguer le **changement des modes vie**, comme la façon de manger, des **attentes sociétales**, comme les valeurs individuelles qui bougent énormément. A contrario, les modes de vie évoluent lentement. Nous constatons que le temps passé à faire la cuisine a considérablement baissé, comme le temps consacré au déjeuner. Malgré ce constat, les plus grosses modifications s'opèrent non pas sur le temps, ou la commensalité, mais dans le contenu de l'assiette. Nous assistons à une simplification des repas, avec la disparition de la structure entrée, plat, dessert. L'entrée a disparu il y a une vingtaine d'années, et maintenant, on supprime le dessert, en particulier chez les jeunes générations. Autre facteur marquant des modes de consommation, l'augmentation très sensible de la consommation d'un repas sans couverts, et l'augmentation des déjeuners solitaires.

Nous assistons aussi au développement d'instantanés de consommation comme le goûter, ou l'apéro dinatoire. Si l'apéritif a toujours existé, maintenant il est associé à un instant de consommation d'aliments. On agrège ainsi l'apéritif du soir et le dîner. Les encas alimentaires se sont développés, surtout depuis 3, 4 ans. Cela s'est toujours fait, mais on ne le disait pas. Aujourd'hui, les personnes le vivent beaucoup mieux.

Concernant le petit-déjeuner, nous assistons à un changement profond des modes de vie. Les populations négligent de plus en plus ce repas, le prennent sur le pouce, et de moins en moins en famille. Environ 20% des enfants et 16% des adultes sautent au moins un petit déjeuner par semaine (chiffres de 2016). Ils étaient respectivement 13 % et 14% en 2007.

Concernant les **attentes sociétales**, nous sommes passés au Nutritionnisme<sup>1</sup> comme

l'énonce Claude Fischler, et assistons à l'explosion de la consommation hors-foyer, conséquence des modifications des modes de vie. Plus de temps pour les corvées de cuisine. La modernité fait que les nouveaux systèmes de livraison apportent des solutions même chez soi. Nous assistons aussi à l'accroissement des invitations chez soi. Nous sommes réellement dans cette phase du post-matérialisme<sup>2</sup>, c'est-à-dire la liberté pour soi-même. Plus de contrainte. Cela renforce les individualismes et crée de surcroît des tensions dans la société. Le collectif ne nous protège plus, chacun devient responsable de ce qu'il est. On est heureux lorsque l'on a le sentiment de maîtriser tous les périmètres de sa vie. C'est la possibilité de divorcer, d'être transsexuel... et de prendre en main sa santé pour ne pas être malade dans 30 ans.

On retrouve ces signes dans l'alimentation. La génération la plus sensible, la plus attentive aux problèmes de santé liés à l'alimentation est celle des 18-24 ans. Ils ont perçu les liens entre les abus et la santé, amplifiés par les médias et les réseaux sociaux. Dans ce sillage, la génération des 12-15 ans est encore moins attirée vers les excès et est plus sensible aux messages liés à l'alimentation. Ils parlent de nutrition, utilisent les termes de vitamines, protéines, bien-être, écologie...

### Peut-on dire que les peurs alimentaires s'accroissent ?

La montée des inquiétudes remonte aux années 2000. En 1995, 55% des Français disaient qu'il y avait des risques pour leur santé quand ils mangeaient. En 2018, nous sommes à 76%. Les plus apeurés sont souvent les plus éduqués, et ils pensent que l'on peut agir. Ils prennent la parole, et on les retrouve dans les médias, sur les réseaux sociaux. Il y a un phénomène miroir très fort qui amplifie ces peurs. Des



peurs qui évoluent rapidement. L'alimentation est devenue un sujet clivant. La société se divise en deux groupes, ceux qui se représentent l'alimentation comme il y a 20 ans, bien manger, goût, gourmandise... Le temple de la consommation des années 70 continue de les faire rêver. Ils vivent mal les injonctions, et sont capable de se ruer pour acheter le Nutella en promotion, et l'autre groupe ne comprend pas. Ces derniers mangent bio et «sans». Ils sont très sensibles aux questions de santé, aux questions écologiques. Ce clivage complique le rôle des acteurs économiques. Globalement, en France, nous sommes en retard sur la protection du consommateur, sur l'écologie, le tri des déchets, les suremballages. Pour le Gouvernement, il est difficile d'imposer des choix de façon coercitive. Et pourtant, ce qui change radicalement dans notre société, vient du consommateur qui fait bouger les choses !

### Quelles influences peuvent avoir ces bouleversements sur les infrastructures de restauration ?

De nouvelles infrastructures vont se développer pour répondre de plus en plus aux besoins : livraison des repas, consommation extérieure. Les équipementiers doivent davantage tenir compte de la demande du convive, même s'ils traitent avec des intermédiaires. Les exigences des convives sont de plus en plus fortes. Les équipementiers doivent s'y intéresser. Il faut anticiper et comprendre

ces choix individuels. La restauration joue un rôle fondamental dans la qualité de vie au quotidien, des salariés, des malades, des seniors, des jeunes. Les régimes particuliers se développent.

La grande distribution, menacée, recherche des relais de croissance, et s'intéresse à la transformation. Ce secteur est le mieux armé car il vit en étudiant en permanence le client, crée les mouvements de consommation pour s'adapter aux attentes. Nous pouvons imaginer que tous les secteurs liés à l'alimentation vont fusionner. Après ce n'est pas leur métier, leur savoir-faire, de gérer une cuisine centrale. L'enjeu de demain, c'est le service à domicile. Tous les industriels sont en train de penser à des plats servis à domicile. Nous pensons que ce marché va bouger très vite. Même si dans certains cas, le convive apparaît «captif», cela change avec les nouveaux services, même à l'hôpital où les jeunes commandent leurs repas à l'extérieur, voire même en prison, où le rôle de la «cantine» et non du restaurant, permet aux prisonniers d'acheter leur alimentation. Dans ce contexte, les équipementiers doivent être plus attentifs aux changements de notre société, aux enjeux écologiques, mais surtout aux attentes des consommateurs. ○

(1) «Le nutritionnisme consiste non pas à raisonner en termes d'aliments, de repas ou de cuisine, mais en termes de calories et de nutriments.», souligne Claude Fischler.

(2) Le Post-matérialisme est une théorie énoncée dans les années 1970 par Ronald Inglehart en sociologie selon laquelle les valeurs individuelles seraient passées de matérielles, économiques et physiques à post-matérielles, centrées sur l'autonomie et l'expression individuelle.

## INTERNATIONAL

## L'industrie française expose collectivement à HOST Milan et GULFHOST Dubaï

**D**u 18 au 22 octobre 2019, Export'ease en partenariat avec le SYNEG organisait le 5<sup>e</sup> Pavillon français à HOST Milan. Salon leader européen dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, HOST accueille plus de 187 000 visiteurs professionnels issus de 177 pays du monde entier. Le Pavillon France regroupait 13 fabricants français avec une forte volonté de développement à l'international. L'organisation bénéficie d'un partenariat de longue date avec le SYNEG. Cette année, 8 entreprises adhérentes étaient présentes : ACFRI,



BEFOR TECHNITRANS, DANUBE INTERNATIONAL, ELECTRO CALORIQUE, ENODIS, TELLIER GOBEL & CIE, VALIDEX, SAFEXIS.

Des adhérents du SYNEG seront également présents sur le Pavillon français de GULFHOST à Dubaï du 6 au 8 avril 2020. ☉

25%

C'est, en moyenne, la part de l'export dans le chiffre d'affaires des fabricants français. Pour accompagner ses adhérents, la Commission Internationale du SYNEG favorise les échanges entre ses membres afin de partager les bonnes pratiques et d'organiser les actions collectives. Ainsi, le SYNEG co-organise, avec ses partenaires, des Pavillons France dans les grands salons internationaux (HOST Milan, FHA Singapour, GULFHOST Dubaï), et s'emploie à promouvoir le savoir-faire de ses entreprises au moyen d'une e-Newsletter trimestrielle, diffusée auprès de 1 500 grands prescripteurs à travers le monde.

## ACHATS

## Les adhérents du SYNEG mutualisent leurs achats de services généraux

**P**rofitier de la force de négociation d'une plateforme d'achats qui regroupe 200 000 entreprises. C'est ce que propose SYNEG Achats à ses entreprises adhérentes, en partenariat avec LABELA, marque de la plateforme collaborative QANTIS. À la clé, « une économie potentielle de 27 % en moyenne et un gain de temps pour se consacrer à son cœur de métier », souligne André-Pierre Doucet, secrétaire général du syndicat. Il suffit à l'entreprise d'envoyer les factures du produit ou service désiré et SYNEG Achats compare avec ses prestataires référencés. Le choix des services généraux n'est pas fortuit. Ils ne relèvent pas du domaine stratégique et peuvent donc être mutualisés par des entreprises concurrentes. ☉

« Nous avons utilisé SYNEG Achats pour l'achat et la location courte durée de véhicules, et les fournitures de bureaux. Au final nous avons pu bénéficier de remises significatives qui remboursent d'ores et déjà les 2/3 du coût annuel de la cotisation SYNEG ».

Antoine Berthet-Bondet,  
Dg de VALIDEX



## Le billet du journaliste

## Tout le monde sur le pont !

La loi Egalim est partout ! Nous voulons une restauration avec 50% de produits de qualité, 20% de produits bio, zéro plastique, zéro gaspillage, des menus végétariens... Tout, tout de suite ! Pas d'échéance. Pas d'expérimentation, sinon, GreenPeace, AVF et la FCPE vont sévir. Nul doute, les citoyens se sont emparés de la loi Egalim. Les maires s'affolent. « Nos concitoyens s'adressent à nous comme si nous étions des commerçants, prestataires d'un service... Nous devons rappeler que la cantine est un service public. » Et nombreux à craindre de devenir des boucs émissaires ! Et nombreux d'avouer, « la politique alimentaire, c'est important ! » Nul doute, la restauration collective est au cœur des débats, au cœur des enjeux alimentaires, à l'échelle des communes, des départements, des régions. « Elle représente un marqueur culturel fort et un moment de cohésion sociale », comme le souligne Guillaume Garot, député de la Mayenne et président du C.N.A\*. Il faut « redonner de la valeur au produit et à celui qui produit ». Le produit, j'ai le sentiment que nous sommes en marche, même si les politiques méconnaissent trop souvent la réalité du marché et font monter les enchères pour des raisons électoralistes. Mais en ce qui concerne « celui qui produit », je crains le pire. Les professionnels du secteur n'arrivent plus à trouver du personnel, qualifié ou non. Alors, je vous interroge, et si les nouvelles technologies, la robotique, les nouveaux équipements pouvaient nous aider à répondre à ces enjeux de restauration sociale, ainsi qu'à ses défaillances et insuffisances ? Ne sombrons pas pour autant dans la « sous-France », et préservons cette restauration collective plus responsable, plus sociale, plus technique !

Laurent Terrasson

\*C.N.A. : Conseil National de l'Alimentation

**10** catégories de produits et services : fournitures de bureau, photocopie, location de véhicules, achat de véhicules, entretien de véhicules, contrôle incendie, énergie, gestion du courrier, téléphonie, bureau de contrôle.

**En bref...**

● **Le SYNEG accueille 3 nouveaux adhérents dans les métiers du froid**



ACFRI est un fabricant français spécialiste des cellules et tunnels de refroidissement rapide et de surgélation. ACFRI fournit les métiers de bouches, la restauration collective et l'industrie agroalimentaire.



CORECO est un fabricant espagnol d'équipements de réfrigération professionnelle : armoires, meubles réfrigérés, saladettes, meubles pizza, vitrines, vitrines murales. CORECO est distribué en France par la société CODIGEL qui le représente auprès du SYNEG.



ITV est un fabricant espagnol de machines à glaçons. ITV est distribué en France par la société CODIGEL qui le représente auprès du SYNEG.

● **BIM : téléchargez les standards internationaux pour la cuisine professionnelle**

Le SYNEG tient à la disposition de toutes les entreprises de la filière les standards BIM (Building Information Modeling) élaborés pour les équipements de cuisine professionnelle. Ces standards définissent



les caractéristiques des données, de la géométrie et des matériaux relatifs à ces équipements. Ils ont en large partie été élaborés dans le cadre d'une collaboration entre le FCSI (association internationale des consultants en ingénierie de restauration) et l'EFCEM (fédération européenne de l'industrie des cuisines professionnelles), leur assurant ainsi un emploi international.

<https://syNEG.org/bim/>

**MÉTIER**

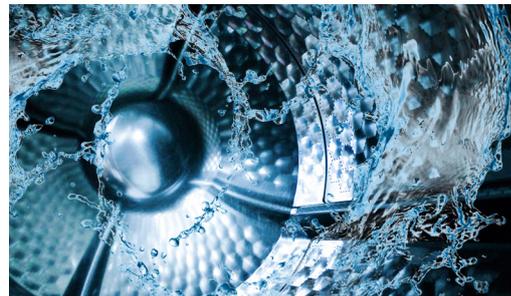
## La blanchisserie professionnelle rejoint le SYNEG

Le Conseil d'administration du SYNEG réuni le 18 septembre 2019 a validé l'adhésion de 5 fabricants de matériels de blanchisserie professionnelle représentant 70% de leur marché.

Comme le soulignent Jean-Michel Soto, Président du SYNEG, et Philippe Lebot, Dg de FAGOR INDUSTRIAL et administrateur du SYNEG, « l'arrivée de ce métier au sein du SYNEG a beaucoup de sens. Nos entreprises disposent de nombreuses connexions : bureaux d'études, distributeurs, installateurs, clients et salons professionnels sont en grande partie communs. Elles partagent également de nombreuses réglementations et normes techniques. Enfin, certains de nos adhérents sont déjà présents dans les 2 métiers, comme FAGOR et MIELE ».

Les fabricants de la blanchisserie ont été séduits par les avantages qu'offre une organisation professionnelle telle que le SYNEG :

- une institution reconnue par les pouvoirs publics et les organisations de bureaux d'études, d'installateurs, et d'utilisateurs...
- une structure de services exclusifs réservés aux adhérents : conseil et assistance juridique et technique ; statistiques de ventes ; production d'études, de normes et de guides de référence ; conditions



d'achats préférentielles ; pavillons communs sur des salons internationaux...

- un lieu d'échange et d'actions collectives sur des sujets spécifiques aux métiers, dans le cadre de règles de fonctionnement formalisées, transparentes et conformes au droit.

Ces entreprises se sont réunies pour la première fois le 5 novembre afin d'établir les règles de gouvernance interne de la Commission blanchisserie et leur programme de travail pour les mois à venir, à commencer par la création d'un Observatoire statistique des ventes d'équipements de blanchisserie. •

➔ **Les entreprises membres de la Commission blanchisserie du SYNEG : ALLIANCE LAUNDRY SYSTEMS (marques PRIMUS - SPEED QUEEN - UNIMAC - IPSO - HUEBSCH), DANUBE, FAGOR INDUSTRIAL, GIRBAU, MIELE**

**ENVIRONNEMENT**

## Fin de vie des équipements : de nouvelles solutions de collecte pour les installateurs de cuisines professionnelles

Depuis bientôt un an, ECOLOGIC, le SYNEG et leurs partenaires installateurs, travaillent ensemble dans le cadre du dispositif VALO RESTO PRO® pour accélérer le développement de la collecte des équipements de cuisine professionnels en fin de vie. Cette concertation a permis de mettre en évidence les besoins des installateurs concernant la gestion des chantiers de rénovation de cuisines professionnelles.

La réponse opérationnelle proposée par VALO RESTO PRO® à ces enjeux se traduit par :

- L'extension du réseau existant avec **200 points d'apports** destinés aux professionnels avec des acteurs « gestionnaires de déchets » spécialisés dans le recyclage et la valorisation des cuisines professionnelles.
- L'élaboration d'un **nouveau contrat-type de collecte** destiné aux installateurs de cuisines professionnelles. Le contrat-type permet une prise en charge par ECOLOGIC, dès la collecte

des déchets sur site (chez l'installateur ou directement sur le site de son chantier) avec transfert de responsabilité, la garantie de la conformité du traitement et un soutien financier adapté. •

➔ **Contrat-type de collecte destiné aux installateurs disponible auprès de Gregory Anzalone - [ganzalone@ecologic-france.com](mailto:ganzalone@ecologic-france.com)**

➔ **Liste des sites de collecte : [www.e-dechet.com](http://www.e-dechet.com), rubrique « Apporter ».**



## ECONOMIE CIRCULAIRE

Les déchets de cuisine,  
la nouvelle énergie de cuisson

Le gaz naturel occupe une place historique dans la cuisson professionnelle, grâce à ses nombreux avantages appréciés des professionnels, notamment un coût d'énergie réduit, la réactivité pour la cuisson, la fiabilité des équipements ou encore la continuité d'alimentation en énergie. De nombreux chefs restent attachés à la vue de la flamme et à ses atouts pour des cuissons spécifiques comme le flambage par exemple. Choisir le gaz c'est aussi choisir l'avenir pour les cuisines commerciales ou collectives qui souhaitent s'engager dans une démarche vertueuse de préservation de l'environnement. En effet, en favorisant l'injection de biométhane dans les réseaux, GRDF\* est engagé dans le développement d'une nouvelle génération de gaz renouvelable, respectueux de l'environnement.

### Valorisation des déchets de la restauration collective

Le biométhane, gaz renouvelable, est aujourd'hui principalement issu de sites de

méthanisation agricole (environ 2/3 des sites d'injection). Le tiers restant est produit par la valorisation de déchets industriels ou urbains, et notamment de déchets issus de la restauration collective.

Les sites de Terres Energies en Ile de France, alimenté par le collecteur MOULINOT, et de METHAMOLY dans la Loire (42) alimenté via le collecteur

ECOVALIM, valorisent ainsi les déchets alimentaires issus d'hôpitaux, de cantines scolaires, d'usines ou des collectivités : ils constituent

des exemples de valorisation des déchets de la restauration collective. Les gestionnaires de cuisines professionnelles, soucieux de s'inscrire dans une démarche vertueuse, peuvent faire le choix du gaz pour la cuisson des aliments et étudier les possibilités de valoriser les déchets alimentaires pour produire du gaz renouvelable. Ce dernier sera réinjecté dans les réseaux et pourra ainsi être utilisé pour la cuisson, ou pour les autres usages des clients situés à proximité du méthaniseur.

### Une qualité du gaz surveillée de près

Le gaz renouvelable fait l'objet d'un processus d'épuration normalisé et très surveillé avant injection dans les réseaux (contrôles continus par GRDF pour les principaux paramètres et contrôles ponctuels en laboratoire pour des paramètres plus spécifiques). Cela permet de garantir une composition très proche du gaz naturel et une compatibilité avec les équipements domestiques et professionnels, notamment pour la cuisson.

GRDF contribue en parallèle à différents travaux de recherche et de normalisation au niveau européen sur le sujet de la qualité du biométhane (CEN TC408, GERG biométhane...), en intégrant l'ensemble des usages. ◉

\* GRDF, principal gestionnaire du réseau de distribution de gaz naturel en France, et le SYNEG ont un partenariat technique dans les domaines de la normalisation, de la maintenance préventive, de la formation et de l'innovation.

## EN SAVOIR PLUS SUR LE BIOMÉTHANE

Produit à partir de déchets issus de l'industrie agro-alimentaire, de la restauration collective, de déchets agricoles et ménagers, le biométhane est un biogaz épuré qui respecte à 100% les propriétés du gaz naturel. La loi de Transition Énergétique pour la Croissance Verte (LTECV) fixe un objectif de 10 % de gaz renouvelable dans les réseaux d'ici 2030. Au vu du potentiel de la méthanisation et de la dynamique observée, GRDF estime qu'il est possible d'aller au-delà de ces 10%. Plus de 100 sites injectent du biométhane dans les réseaux, avec une dynamique de développement soutenue et plus de 900 projets en cours.

### Les atouts du biométhane

- Solution vertueuse pour le traitement et la valorisation des déchets.
- Création d'emplois locaux et non délocalisables.
- Production d'une énergie renouvelable et locale, contribuant au développement d'une économie circulaire pour les territoires.
- Réduction des émissions de gaz à effet de serre.
- Substitution d'engrais chimiques par un engrais organique naturel, grâce au digestat issu du processus de méthanisation.



**VIE DU SYNDICAT**

● **Nominations**



**Laurent Courneil**, DG de la société SOCAMEL, a été nommé Vice-Président du SYNEG. A ce titre il intègre le Bureau exécutif du syndicat.



**Sophie Caillarec**, Présidente de la société CAPIC, a été nommée Présidente de la Commission Internationale du SYNEG. Elle succède à Serge Kergoat, Président de la société KRAMPOUZ.

● **Disparition**

**André Augagneur**, ancien Président du SYNEG, s'est éteint le 21 septembre 2019 à l'âge de 83 ans. Il était Président du conseil de surveillance de SOFILAC et Président d'Emallerie Rhénane.



André Augagneur a été un compagnon très impliqué et engagé de la profession des fabricants de matériels de grande cuisine au cours des 45 dernières années. Il aura notamment présidé le SYNEG entre 1997 et 2002. Son parcours dans notre profession avait débuté en 1974 quand, en rejoignant la société Bourgeois, il s'était vu confier la création et le développement d'un département « Cuisson professionnelle ». C'est ainsi qu'il a notamment contribué à la mise au point et la promotion d'équipements permettant de nouvelles méthodes de cuisson (air pulsé, vapeur, mixte). Les événements le conduiront ensuite, avec son épouse et le concours de quelques associés, à créer en 1982 sa propre entreprise, la Société Industrielle de Lacanche (SIL), afin de reprendre les actifs du site industriel de Lacanche en Côte d'Or. L'entreprise, concepteur et fabricant d'équipements de cuisson professionnelle et de remise en température, connaîtra un développement régulier de son activité, avec les marques Ambassade de Bourgogne et Air'T. Le groupe fraîchement constitué aura l'opportunité de poursuivre sa croissance avec la reprise des établissements Paul Charvet en 1995 et de la société Jean Charvet en 1997, sociétés toutes deux situées dans l'Isère. Plus récemment le groupe avait fait l'acquisition d'une émaillerie, L'Emallerie Rhénane, située dans l'est de la France, à Ingwiller. Le groupe SOFILAC emploie aujourd'hui un peu plus de 300 personnes pour un CA d'environ 48 M€.

**Syndicat National de l'Équipement des Grandes Cuisines**

39/41, rue Louis-Blanc  
Courbevoie - CS 30080  
92018 PARIS LA DÉFENSE  
Tél.: 33 (1) 47 17 63 62

Site Internet: [syneg.org](http://syneg.org)  
Twitter: [@SYNEG\\_infos](https://twitter.com/SYNEG_infos)

Membre de la FIM et de l'EFCEM

**Directeur de la publication:**

André-Pierre Doucet

**Rédacteur en chef:**

Laurent Terrasson

**Contact:**

[syneg@syneg.org](mailto:syneg@syneg.org)

**Crédit photos:**

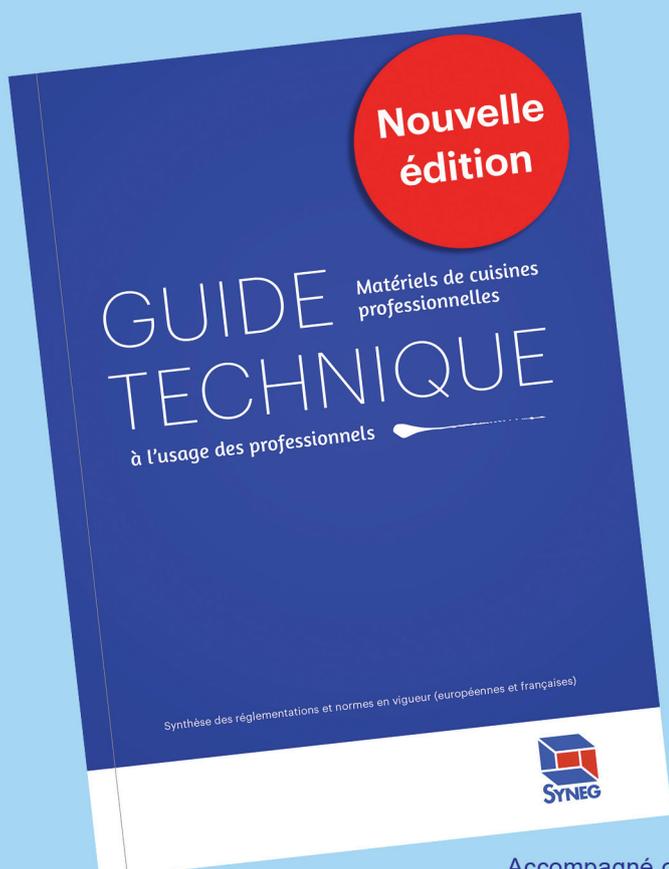
INRS, Comenda, Equiphotel

**Conception et réalisation:**

Australe

**Impression:**

Imprimerie Raynaud  
79160 Coulonges-sur-l'Autize  
Imprimé sur papier 100% PEFC



**Guide Technique SYNEG**

Édité par **PROMOCUISINES**

Bon de commande à adresser à

PROMOCUISINES - CS 30080 - 92038 PARIS LA DÉFENSE CEDEX

Nom .....

Société .....

Adresse .....

CP ..... Ville .....

email .....

Prix unitaire	Quantité	Total
<b>49 ttc</b> (TVA 20% )		=
<b>Frais de port</b>		<b>+ 4€ ttc</b>
<b>Montant total ttc</b>		<b>=</b>

Accompagné obligatoirement de votre règlement par chèque, libellé à l'ordre de **PROMOCUISINES**  
Une facture acquittée sera fournie à la livraison