



Paradoxe

« Ce sont les PME qui recrutent le plus, mais les grands groupes que l'on voit » explique l'un de nos experts RH interviewé p. 4 sur le concept de « marque employeur ». Cette citation suggère une prime à l'image de marque, apanage des grandes entreprises, qui les rendraient plus séduisantes aux yeux des candidats à l'embauche. Et si nous appliquons ce précepte à la filière de la restauration hors-domicile ? À une différence près : dans ce scénario, la filière serait tellement désirable

que la prime d'employabilité serait partagée par toutes ses parties prenantes, restaurateurs, installateurs, fournisseurs et bureaux



ÉDITO

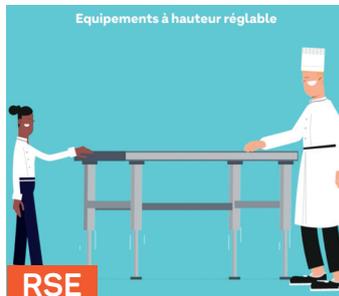
d'études. Utopique ? Peut-être. Mais pas impossible, à observer le retournement en cours (mais pas encore gagné) de la profession d'agent immobilier, ou, encore plus éloigné de notre univers, la réhabilitation quasi-miraculeuse du métier de tatoueur ! Affaire de sens, de psychologie et d'idées reçues à battre en brèche, comme l'affirme notre autre expert ? Probablement, si l'on admet que l'exposition médiatique de la gastronomie n'a rien à envier, et est même sans doute supérieure, à celle de l'immobilier et du tatouage. Un paradoxe à méditer. Et à résoudre.

Pierre Marcel
Président du SYNEG



Entretien avec

Benjamin Chaminade et Hugo Avale
Marque Employeur p. 4



RSE

L'ergonomie
des équipements,
un enjeu majeur p. 5



Environnement

Plus de 12 000 t de déchets
d'équipements de cuisines pro
recyclés en 2021! p. 7

GRAND ANGLE

L'hygiène au cœur des cuisines

L'hygiène est une préoccupation constante en restauration, renforcée par la succession de crises sanitaires. Les fabricants ont su faire évoluer leurs gammes afin de rassurer les gestionnaires et restaurateurs, mais aussi de simplifier le travail des équipes.

P principe de précaution et obligations réglementaires incitent parfois à un certain jusqu'au-boutisme en matière d'hygiène dans les cuisines professionnelles... A contrario, les plannings chargés et le manque de formation peuvent mener à un relâchement. « Il faut donner un sens à ces tâches de nettoyage et à l'importance de l'hygiène, les rendre moins théoriques », affirme Franck Pouffet, formateur et ancien chef de cuisine en collectivité. Que ce soit en hôtellerie, en restauration collective ou commerciale, la taille des structures et les moyens jouent pour beaucoup. Pour François Hauton, directeur du Symo pour la cuisine centrale intercommunale basée à Nevers (2 900 repas/jour), « Il peut y avoir un souci au niveau des acquis, avec des personnes isolées, sans formation régulière, qui pensent parfois même appliquer les bonnes procédures alors que ce n'est pas le cas... Mais aussi des problématiques d'agencement des locaux, de contaminations croisées ». Néanmoins, lui qui est depuis longtemps dans le secteur a vu des évolutions très positives. « Le matériel s'est mis au diapason. Sur notre cuisine, nous avons par exemple des sauteuses et des fours autonettoyants. » La

conformité aux règles HACCP est une base incontournable, impliquant l'aptitude au nettoyage et l'aptitude à la fonction - performances thermiques, frigorifiques, isothermiques -, « avec en plus une consommation d'énergie maîtrisée et un indice d'efficacité énergétique », précise Christophe Sibille (FERMOD).

Faciliter le nettoyage

« Le marquage NF Hygiène Alimentaire de nos matériels permet de garantir ces différents points. » Une garantie soulignée par d'autres constructeurs tels que VALIDEX ou TOURNUS Équipement. « L'ergonomie des postes de travail » est un attendu important, comme le rappelle Bénédicte Compère (METOS France), et tout ce qui contribue à faciliter le nettoyage des équipements est apprécié, avec parfois des similitudes, mais aussi des spécificités sur chaque famille de matériel. Les utilisateurs souhaitent des matériels permettant un nettoyage complet, fiable et efficace. L'étanchéité, la nature et la qualité des matériaux de fabrication doivent faire l'objet d'une attention particulière. « Durable, facile à nettoyer, intrinsèquement hygiénique », l'inox

est le matériau à privilégier selon Guillaume Deleau (SOFINOR) et l'ensemble des fabricants. Avec une précision apportée par Audrey Gubian (CHARVET) : « Pour faciliter le nettoyage et une plus grande durabilité face aux produits d'hygiène abrasifs, nous proposons des façades en émail ». Chercher à éviter la rétention d'eau, d'aliments ou de saleté, tout en rendant la tâche moins contraignante pour les opérateurs, a mené de multiples évolutions dont on ne pourrait plus se passer. « La suppression des vis apparentes et arrêtes intérieures » est ainsi citée par Camille Gerin (VALIDEX), tandis que Lucie Hubert (CODIGEL pour ITV et CORECO) évoque « les coins arrondis, la pédale sur les portes pour ouvrir sans les mains, les roulettes pour déplacer la machine et permettre un nettoyage total, les systèmes de filtration afin d'éliminer calcaire, sédiment, chlore, etc. » ou encore « l'alarme de température afin d'éviter la prolifération de bactéries, l'enregistreur d'alarme HACCP pour la traçabilité du froid et le respect de la chaîne de froid ». Autre point à favoriser, commenté notamment par Audrey Gubian : « Nous fabriquons des équipements →

→ avec un maximum d'éléments amovibles pour faciliter le nettoyage en lave-vaisselle. » Les industriels privilégient dès que c'est possible les équipements démontables sans outils.

Des solutions respectueuses de l'environnement

La marche en avant définit les circuits des denrées et des déchets, du propre et du sale. Chaque maillon de la chaîne est donc important. Du côté des chambres froides, FERMOD fabrique par exemple « des fermetures de portes avec une poignée déportée et/ou une bioprotection pour limiter les risques de contamination ». Bernard Gendre (TOURNUS) souligne les efforts de conception : larges rayons facilitant le passage des chiffons, glissières de Roll'Service embouties, angles de tables inox TS15N soudés sur un banc automatique, siphon amovible sur les caniveaux de sol... Pour Camille Mennisz (SOFINOR), il faut savoir « choisir des solutions innovantes respectueuses de l'environnement ». Parmi les équipements proposés par l'industriel, Sofhyled est « une armoire de désinfection express de tous les ustensiles de cuisine pouvant être contaminés par les bactéries et les virus, dont la Covid19. Notre solution : associer nos compétences en conception de mobilier inox et notre savoir-faire en dispositif de désinfection ».

En préparation chaude, beaucoup de modèles de fours sont désormais autonettoyants (ENODIS, ANGELO PO...). Les systèmes de lavage automatique avec doseur ont largement

facilité le travail du personnel en apportant gain de temps et efficacité garantie. D'autre part, selon François Coudray (CAPIC), « limiter au maximum le nombre de liaisons entre les appareils » est un atout. « Nous proposons un dessus unique rassemblant tous les équipements sous une même tôle inox. Le gain de temps et la qualité du nettoyage sont vraiment significatifs. Nous poussons aussi les équipements à induction car ils sont beaucoup plus faciles à nettoyer que des 4-feux vifs classiques. » L'hygiène passe également par une ventilation optimale. Les équipements de captation et d'extraction d'air en cuisine doivent en effet être conçus pour « éviter les zones de rétention des graisses, être facilement nettoyables et assurer une étanchéité pérenne dans le temps », explique Christophe Lebretonchel (VIM). « Nos hottes Novax sont entièrement réalisées en acier inoxydable et soudées. L'hygiène à l'intérieur de la cuisine est donc renforcée grâce à des hottes étanches à l'air et l'eau sans mise en oeuvre de joint silicone ou polymère, facilement nettoyables et répondant à la norme NF EN 16282-2. » De plus, afin de limiter l'encrassement des réseaux d'extraction d'air et le rejet des odeurs vers l'extérieur, « nous avons développé la gamme Novax UV, équipée de lampes UVC qui permettent de traiter les graisses et les odeurs directement dans la hotte ».

Sur le matériel de distribution, il est important de « privilégier des technologies dissociées pour éviter de souiller des parties techniques souvent plus difficiles à nettoyer, et disposer d'une navette

sans technologie qui ne présente pas de limite aux risques de pénétration d'eau et qui reste plus facile à déplacer pour le nettoyage », note Pascal Oville (SOCAMEL). Sur les machines à glaçons ITV de CODIGEL, un système à injection avec gicleurs souples, breveté, évite les problèmes de calcaire, et un bouton de nettoyage permet la circulation de l'eau avec un détartrant sans réfrigération, entre autres.

Qualité de l'eau de lavage

La fin du circuit passe par le débarrasage des plateaux, les convoyeurs, la laverie et la gestion des biodéchets. « Nous proposons un système de traitement qui supprime les poubelles dans le restaurant et donc les risques sanitaires, en gérant en circuit fermé les biodéchets de leur point de collecte jusqu'à leur enlèvement », indique VALIDEX. Chez SERVECO, explique Jean-Jacques Mulleris, les différentes tailles du déshydrateur Daisy™ offrent « une capacité de traitement régulée par rapport aux fluctuations journalière. La Daisy™ permet de réduire le volume/poids de 80 % en moyenne, c'est tout simplement la quantité d'eau contenue dans les biodéchets. Cette opération est faite de manière étanche et sans aucun apport extérieur. Les séchats réduits à 20 % du poids/volume sont inodores, stables et sans aucun pathogène ».

En laverie, « le choix du lave-vaisselle doit avant tout répondre aux exigences d'hygiène de la Norme DIN SPEC 10534 dont 6 paramètres fondamentaux sont à prendre en compte »,

expose Sébastien Marchal (WINTERHALTER), avec en premier lieu le respect des températures minimales et maximales spécifiées par la norme. Un minimum de temps de contact avec les produits lessiviels doit être atteint en fonction du modèle de lave-vaisselle. Les produits lessiviels doivent être performants et adaptés avec un dosage précis et régulier pour assurer un nettoyage propre et hygiénique en toute sécurité. Le processus de lavage et de rinçage doit être suffisamment puissant afin d'éliminer tout risque de contamination et tout résidu de salissures. Attention à l'eau, « une mauvaise qualité diminue l'efficacité des produits lessiviels, provoque l'encrassement de la vaisselle par le calcaire. A minima, l'eau doit être adoucie ou partiellement déminéralisée, au mieux osmosée ou totalement déminéralisée ». Les machines sont notamment équipées du système Thermostop Winterhalter et d'un écran tactile intelligent, d'un programme d'autonettoyage avec mode d'emploi et conseils vidéo, de la fonctionnalité Connected wash (accès et enregistrement des données). De son côté, MEIKO mise entre autres sur son Module GiO, un osmoseur garantissant une eau exempte de germes et quasiment dessalée, ou le concept efficacité bleue qui signale par l'emploi d'une couleuse bleue tous les composants de la machine pouvant être pris en main et enlevés pour être nettoyés. Enfin, Stéphane Dumias souligne les points fondamentaux des équipements HOBART : « un contrôle permanent des températures et de l'approvisionnement de la machine en produits lessiviels ; un contrôle de présence des filtres afin de garantir une eau la plus propre possible ; une pompe de rinçage de série pour une pression constante ; un extracteur automatique des déchets ; des systèmes de séchoirs garantissant une vaisselle 100 % sèche » sans intervention manuelle. Toutes ces avancées, aussi utiles ou innovantes soient-elles, sont à associer à une formation adéquate pour une bonne utilisation et compréhension. Un point sans doute encore trop négligé. ☉



L'œil de l'expert : Dr Claude, vétérinaire, dirigeant de Vêthyqua Bien différencier les dangers

Depuis la mise en place de l'HACCP dans les années 90, la restauration (collective en particulier) a largement pris en compte la problématique de l'hygiène et de l'entretien. « Tous les intervenants de la chaîne alimentaire doivent comprendre la différence entre les trois dangers que l'on retrouve à chaque étape, et les mesures de maîtrise inhérentes : contamination, développement et survie », explique le Dr Claude. « Nettoyage et désinfection sont indispensables pour éviter les contaminations, la nettoyabilité des équipements et leur installation en cuisine y contribuent. Il s'agit également de séparer le cru du cuit, d'organiser la marche en avant, dans l'espace ou dans le temps. La contamination, c'est l'apport des micro-organismes et nuisibles dans les denrées. Soit on les élimine, par cuisson ou désinfection, soit on isole les sources. » Le danger lié au développement concerne la chaîne du froid et du chaud, et le refroidissement rapide, avec donc une forte implication du matériel. « De ce point de vue, beaucoup de progrès ont été réalisés en 30 ans, que ce soit sur la conception et la nettoyabilité des équipements, ou bien la surveillance et l'enregistrement des températures », estime le Dr Claude. « Les matériels permettent un parfait suivi. Les systèmes d'enregistrement automatique sont devenus abordables, donc le coût n'est pas un frein. » Enfin, la survie résulte d'un « échec à la cuisson ou à la désinfection ».

MARCHÉ

Des ventes progressant en valeur mais stables en volume

Selon le bilan du premier semestre 2022 réalisé par l'Observatoire Promocuisines/Synerg®, les ventes globales (France et Export) d'équipements de cuisines professionnelles affichent une hausse de +19 % en valeur par rapport au premier semestre 2021. En blanchisserie (France), elle est de +18 %. Cette augmentation est principalement due à l'inflation des coûts de production, qui continuent de peser sur les marges et les prix de vente. En cause, le renchérissement de l'accès aux matières premières, composants, emballages et transport, auquel s'ajoute désormais la hausse des coûts de l'énergie et des salaires. Les prix des métaux à l'achat pour l'ensemble des

produits sidérurgiques et les non ferreux présentent ainsi une forte augmentation (+52,9 %*). En volume, l'Observatoire constate une stabilité des ventes au niveau de 2019, tous secteurs confondus. Cela montre que le retard d'équipement enregistré depuis le début de la pandémie en 2020 est en voie d'être comblé.

La plus forte progression de chiffre d'affaires est à mettre au compte de la cuisson, qui évolue aussi positivement en volume.

Également en hausse, mais plus modérément, la préparation statique (tables, armoires, rayonnages...) et la manutention (chariots, bacs gastronomes...) tirent leur épingle du jeu, tandis que laverie, bar/caféterie, réfrigération, préparation mécanique (bateurs-mélangeurs, coupe-légumes, mixeurs...) et ventilation se situent autour de la moyenne semestrielle. Par contre, le chiffre d'affaires des équipements de distribution directe (self) et différée

(chariots chauffants, remise en température, matériels isothermes...) est en recul par rapport au premier semestre 2021. Malgré un redémarrage plus lent en sortie de confinement, l'activité Export connaît désormais une hausse de +35 %, soit un taux de reprise deux fois supérieur à celui du marché intérieur (+17 %). Grand export et zone UE font pratiquement jeu égal. Le contexte étant toujours incertain sur les coûts et les conditions de production, les fabricants prévoient un second semestre 2022 moins soutenu que le premier, tout en invitant leurs clients à tenir compte de cette problématique dans la relation commerciale. ☉

* indice Mecastar de la Fédération des Industries Mécaniques

Chiffres clés

Premier semestre 2022/2021	Cuisine	Blanchisserie
TOTAL	+19 %	+18 %
• dont Vente France	+17 %	
• dont Exportations	+35 %	NC

% d'évolution à périmètre comparable S/S-1; en valeur

SALON

Une édition d'EquipHotel sous le signe de l'engagement collectif

De retour à Paris Expo Porte de Versailles du 6 au 10 novembre, l'édition 2022 d'EquipHotel mets les petits plats dans les grands pour mobiliser la profession à la sortie d'une période difficile où « donner du sens » s'avère crucial pour aller de l'avant. La Directrice du salon Béatrice Gravier nous invite à suivre le fil rouge de ce rendez-vous engagé qui décryptera les clés de l'hospitalité.



Pourquoi ce thème de « L'hospitalité engagée » ?

En échangeant avec nos partenaires clients, il est apparu naturellement. C'est à la fois une volonté de notre part et le reflet d'une réalité ancrée : un travail de fond, avec plusieurs axes autour de la RSE, impliquant aussi la digitalisation. Les grands groupes sont bien avancés, mais il n'y a pas qu'eux, et il reste encore du travail à faire... La période post-Covid a fait apparaître une problématique très européenne, celle de la fidélisation, avec ses conséquences économiques et RH. Au-delà du recrutement, il s'agit de sortir de cette spirale en cherchant à donner du sens, pour les clients comme pour les équipes. Et à communiquer

dessus via la dynamique du salon. Nous sommes conscients de ce besoin et nos exposants fournisseurs vont dans cette direction. C'était particulièrement flagrant dans les candidatures pour nos Innovation Awards. Les parcours de visite s'en trouvent facilités et les conférences reprennent les déclinaisons de cette thématique, tout comme les espaces d'inspiration. L'un des mots d'ordre de nos architectes était de mettre en scène les produits.

Comment cela se traduit-il au niveau des équipements ?

Les équipements se modernisent fortement, les fabricants travaillent sur des sujets d'écoresponsabilité, des produits

moins consommateurs d'énergie, d'eau, etc. Comment bien utiliser le matériel, pallier le manque de personnel avec des équipements plus faciles, pratiques ? Nous aurons des conférences sur tous ces sujets. Par ailleurs, ErgoCooK, la zone d'animation pilotée par la Cramif, s'est étoffée. Nous avons travaillé avec nos différents partenaires – tels que le Synerg, le FCSI ou Resto France Experts – pour animer le salon et remettre des prix, comme les Trophées Valo Resto Pro, qui allient technique et écologie. Nous aurons aussi beaucoup de start-up et une initiative avec RFE pour une approche prospective... à court terme, car cela avance plus vite qu'on ne le pense ! Tout le monde

doit se mettre autour de la table pour créer un cercle vertueux et montrer un engagement collectif. Nous sommes à un carrefour. Quand on sort d'une période difficile, on a besoin de retrouver les fondamentaux de notre secteur d'activité, qui néanmoins se transforme et doit se réinventer. Le salon est là pour accompagner, donner des idées. Sa force est aussi d'être multi-sectoriel : équipements, design, accueil, produits... On y trouve même parfois ce que l'on n'est pas venu chercher !

Que va apporter le parrain Christophe Hay ?

Il fallait une cohérence car notre thématique est forte, avec du sens. C'est un chef dans la nouvelle mouvance dont la voix commence à porter, et avant tout un chef engagé ! Il a une actualité en 2022 avec l'ouverture de son restaurant Fleur de Loire à Blois, et fait passer un message très sincère. Il est moteur, valorise sa ville, sa région, il a une vraie légitimité et une exemplarité, qui vont largement au-delà des bons produits et des circuits courts. ☉

ENTRETIEN AVEC

Benjamin Chaminade, consultant en Marque Employeur

et Innovation managériale

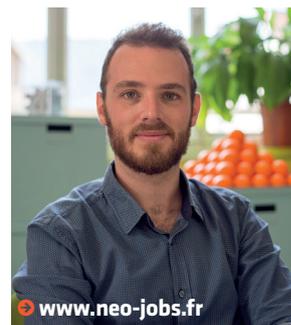
Hugo Avale, cofondateur et consultant senior Neojobs,

agence Marque Employeur et Recrutement décalé

La Marque Employeur, outil de recrutement et de fidélisation



www.benjaminchaminade.com



www.neo-jobs.fr

Reflet de l'image d'une entreprise, valorisant avec authenticité et sincérité ses atouts, la Marque Employeur peut aussi être transposable à l'ensemble d'une filière, avec l'objectif de la rendre plus attractive pour séduire les talents... et les fidéliser. Entretien croisé avec deux spécialistes de cette notion née dans les années 90, qui joue un rôle-clé d'autant plus important aujourd'hui, dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre.

Comment définiriez-vous la Marque Employeur ?

B.Chaminade : Avec la Marque Employeur, il s'agit de faire attention à la notion de marketing, car faire savoir et faire connaître, ce n'est pas tromper sur la marchandise ! Premier point, il faut déjà résoudre les problèmes en interne... Et ne pas oublier que ce sont les PME qui recrutent le plus, mais les grands groupes que l'on voit. La Marque Employeur, c'est la perception que peut se faire un demandeur d'emploi d'une entreprise sur la façon dont celle-ci traite ses salariés, et la façon dont lui-même sera traité par cette entreprise. En fait, je fais tomber rapidement cette notion de Marque Employeur pour développer plutôt une offre, un label. Il faut surtout de la cohérence et de la sincérité. Rappelons que la première raison de quitter son job la première année est le décalage entre ce qui a été vendu et la réalité !

H.Avale : Il y a plusieurs façons de la définir. Selon Tim Ambler et Simon Barrowen 1996, la Marque Employeur est l'ensemble des bénéfices fonctionnels, économiques et psychologiques inhérents à l'emploi et identifiant une entreprise en tant qu'employeur. Les avantages économiques, c'est ce que l'on va proposer aux collaborateurs d'un point de vue financier, avec les avantages sociaux qui permettent d'augmenter le pouvoir d'achat : titres restaurants, smartphone, cantine d'entreprise... Autres points importants, ce qui touche à la santé économique de l'entreprise, et le secteur d'activité, certains étant plus porteurs que d'autres. Les avantages fonctionnels

comprennent tout ce qui est relié au management, avec l'évolution récente du télétravail, ce qui touche au confort de travail des collaborateurs, locaux et ambiance de travail, outils et ergonomie des postes, mais aussi sécurité, évolution et montée en compétences. Les avantages psychologiques se rattachent aux valeurs que l'on défend, la quête de sens et l'envie d'une autre façon de travailler qui caractérisent la génération Z. Une tendance qui s'est accélérée et élargie à la plupart des travailleurs avec la crise du Covid. Cohérence et transparence sont les maîtres mots pour avoir une Marque Employeur efficace.

Quels sont les leviers pour recruter et fidéliser les collaborateurs ?

B.C. : Pour le recrutement, on va jouer le même jeu que les candidats qui essaient d'être identifiés par les entreprises qui ne les cherchent pas. Il s'agit de faire connaître son entreprise et développer sa réputation en tant qu'employeur attractif. Dans un monde de l'emploi très volatile, attirer et fidéliser passe aussi par le fait de rassurer. Notons que les chefs d'entreprise ne veulent plus de salariés, mais des collaborateurs, pour participer à l'effort commun, donner leurs idées, être curieux... C'est ce que l'on demande aussi aux candidats : responsabilisation et autonomie. La reconnaissance reste un axe important, mais qui n'est pas nouveau. Beaucoup de salariés se sont rendu compte qu'ils pouvaient être plus autonomes et prendre des responsabilités grâce ou à cause du Covid. Le

télétravail, c'est le nouveau 35h dans les questions des candidats ! Aujourd'hui, on passe des outils du marketing à ceux de la vente. Qu'attendent les candidats ? Il faut les traiter comme des clients. Et se rappeler qu'ils ne restent jamais dans une entreprise pour la même raison que celle pour laquelle ils y sont entrés. Il faut donc différencier recrutement et fidélisation.

H.A. : Tout le monde a une image de marque, l'objectif est de la valoriser afin d'attirer les candidats, d'avoir leur préférence. Pour trouver les leviers, il faut savoir d'où l'on part et identifier ses avantages, ses atouts, mais aussi ce sur quoi on ne peut pas jouer, là où l'on est moins bon. Il s'agit ensuite de donner envie en proposant des leviers d'attractivité, travailler sa visibilité donc trouver des points de contacts différents et les développer pour capter les candidats. À la visibilité s'ajoute la lisibilité : un message séduisant, transparent et synthétique. Les leviers de recrutement se basent classiquement sur la pyramide de Maslow : partir des besoins fondamentaux pour vivre correctement, puis s'ils sont atteints et si le sentiment de sécurité est là, on peut adresser le reste. Le nerf de la guerre reste encore la rémunération. Mais chacun est différent, et aujourd'hui on cherche davantage un projet de vie qu'un projet purement professionnel. En tout cas les deux s'imbriquent plus qu'avant. Le recrutement et la fidélisation, bien que différents, sont liés. On part de l'interne pour transmettre quelque chose de positif vers l'externe. Côté fidélisation, il s'agit notamment de faire comprendre à un salarié

l'impact de son travail sur l'écosystème, le salarié d'à côté, celui qu'il ne voit jamais, etc.

Comment appliquer le concept à une filière ?

H.A. : À l'échelle du secteur, c'est surtout sur les avantages psychologiques que l'on va pouvoir agir et casser les idées reçues. Ce secteur peut ne pas être attractif car il est méconnu ou mal connu. Et pour redorer le blason de ses métiers, il faudra notamment redonner du sens et faire connaître formation, parcours possibles, accessibilité du métier, etc. Parmi les nombreux événements de recrutement, l'entreprise ou le secteur doit trouver de nouveaux points de contact avec ses candidats potentiels, quels types de personnes pourraient être intéressés par ces métiers, prendre du recul sur les candidats habituels, imaginer d'autres secteurs d'activité avec des compétences transposables... Bref, ouvrir le champ des possibles pour répondre à ses propres besoins, en s'en donnant les moyens.

L'hyperconnexion actuelle est-elle un atout ou une contrainte pour communiquer ?

B.C. : Les canaux de communication sont multiples. Il faut savoir faire confiance et laisser les collaborateurs partager ce qu'ils souhaitent sur les réseaux sociaux. Les meilleurs ambassadeurs se sont eux, ils doivent être fiers de leur travail.

H.A. : Si l'on n'est pas visible, les autres communiquent à notre place. Le matériel de cuisine est visuel. Il peut être mis en scène, les acteurs du secteur peuvent partager leur quotidien. ☉

RSE

L'ergonomie des équipements, un enjeu majeur

Les fabricants d'équipements de cuisines professionnelles et de blanchisserie développent de multiples solutions pour répondre aux attentes des entreprises de restauration et d'hôtellerie en termes d'ergonomie. C'est un enjeu crucial à l'heure de la qualité de vie au travail et de la performance.

Améliorer la compétitivité ou la productivité d'une entreprise en y associant sécurité des équipes et confort de travail passe par des évolutions ergonomiques, prises en compte par les fabricants de matériels. Manutentions pénibles, charges lourdes, gestes répétitifs, coupures, brûlures, glissades, bruit, atmosphère humide ou surchauffée... Ces nuisances, encore trop présentes dans les entreprises de restauration et d'hôtellerie, peuvent générer des risques d'accidents et des arrêts maladie (qui ont un coût), ou simplement décourager les opérateurs. La pénurie de main d'œuvre actuelle incite plus à motiver par le confort de travail. L'Assurance Maladie a même lancé une démarche pour aider les entreprises à réduire l'impact des TMS (troubles musculo-squelettiques) et du mal de dos de leurs salariés : TMS pros.

Des progrès en laverie

Investir dans de nouveaux équipements est parfois nécessaire pour améliorer les postures, réduire les distances, automatiser certaines tâches... La laverie a toujours été une zone scrutée par les ergonomes car l'activité y est particulièrement pénible. Les machines s'équipent désormais d'osmoseurs, de condenseurs à buées qui, couplés à un traitement d'air spécifique, améliorent l'ambiance de travail. **Ali Comenda** a mis au point une zone de dérochage hydraulique (DHM) équipée d'une pompe qui remplace la douchette.

Automatique, elle délivre la juste quantité d'eau. La M-iClean H de **Meiko** détecte toute seule la mise en place du casier, ferme le capot et l'ouvre en fin de cycle.

Winterhalter a élaboré un tableau de commande tactile très simple avec un bouton unique, utilisable avec des gants. Les fabricants insistent aussi sur l'intérêt des rehausses et le réglage des pieds des machines. Le nettoyage, lui, est facilité par des filtres et des bras de lavage qui se retirent aisément. L'accès aux éléments techniques permet une maintenance rapide et efficace. **Validex** a développé une rampe motorisée pour les plateaux avec un convoyeur aux cordes spécifiques, mieux adapté au tri participatif.

Dans les grandes laveries, les machines sont de véritables trésors de technologie, à l'instar de la gamme Split d'**Hobart**, un concept 3 en 1 qui divise par deux les gestes répétitifs liés au tri de la vaisselle. Les plateaux et les couvercles sont chargés, lavés et déchargés automatiquement, et en fin de parcours, les plateaux lavés et séchés s'empilent tout seuls sur des chariots.

En restauration commerciale, les armoires froides de stockage pour la production du jour se complètent par des tiroirs froids à portée de main, s'insérant dans des fourneaux ou des plans de travail. Chez **Williams Silver Frost**, c'est le cas du tiroir du chef : hauteur réglable grâce à un choix de roulettes pivotantes, tiroir amovible pour faciliter le nettoyage, empilement pour plus de flexibilité,

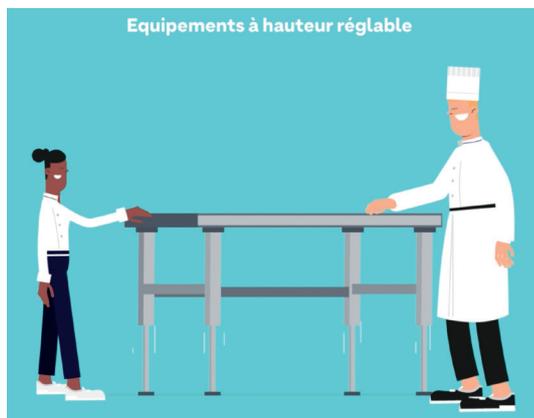
système frigorifique sur rack amovible pour une maintenance aisée.

Odic a conçu une cellule de refroidissement à chariot avec un encombrement réduit et de multiples détails ergonomiques : poignée latérale plus facile à ouvrir pour les droitiers et gauchers, tableau de régulation à hauteur des yeux, espace intérieur de la cellule prenant en compte le pivotement des roulettes des chariots introduits... **Acfri** propose de son côté une sonde à piquer sans fil se connectant à une WiFi Box qui se pilote via un smartphone ou une tablette, évitant aux opérateurs d'entrer dans les cellules.

Au doigt et à l'œil

En préparation et mises en place, mobilier, tables inox, timbres sont souvent mobiles, sur roulettes, pour permettre de les déplacer facilement. **Tournus Équipement** a lancé la table Ergonomix, avec un système hydraulique de mise à niveau manuel avec manivelle ; **Sofinor** propose un modèle automatique à brancher avec un simple bouton pour ajuster la hauteur. En cuisson, l'électronique a apporté aux cuisiniers les outils nécessaires à la bonne maîtrise des températures, avec un large choix de configurations adaptées à chaque besoin. Les écrans de commande réagissent au doigt et à l'œil. Outre sa précision, l'induction a permis de rafraîchir la température de la cuisine et les systèmes de ventilation d'**Alvene**, **France Air**, **Safexis** ou **Vim** proposent des solutions pour adapter les débits d'air aux besoins réels des utilisateurs et offrir des atmosphères agréables. En collectivités, de nouvelles solutions voient le jour, tels les cuisers refroidisseurs de **Capic**

Equipements à hauteur réglable



pour la cuisson en grandes quantités : tout est géré automatiquement, du remplissage des cuves au basculement des paniers d'une cuve à l'autre. Du côté des marmites multifonctions, **Metos** les équipe notamment d'outils de brassage. Elles basculent pour les vider dans un chariot positionné sous le bec verseur de la marmite. Le fabricant a même créé un système « anti-vague » évitant pertes et éventuelles brûlures lors du déchargement.

Dans le secteur de la santé, les chariots sont plus compacts et légers, avec des solutions dissociées, une borne technique séparée du chariot isotherme. Chez **Socamel**, le système Doubleflow/Ergoserv a été conçu avec un ergonome : plusieurs options de roues à combiner pour améliorer la maniabilité, freinage centralisé accessible au pied, multiples poignées pour faciliter la préhension, etc. Enfin, pour l'hôtellerie et les lieux d'hébergement disposant de blanchisseries intégrées, les fabricants ont apporté des solutions qui facilitent le traitement du linge, comme chez **Danube International** : grande ouverture de portes de cuve et tambour, hauteur de chargement évitant les courbures, tambour se positionnant automatiquement face à l'opérateur en début et fin de cycle...

Via leur R&D et les bureaux d'études, les fabricants d'équipements professionnels pour la restauration et l'hôtellerie conçoivent leurs nouveaux produits en faisant de l'ergonomie une priorité au même titre que le respect des normes et de la sécurité. ○

À CONSULTER SUR SYNEG.ORG

Pour savoir comment l'industrie des cuisines professionnelles répond aux problématiques d'ergonomie, retrouvez en ligne le reportage complet réalisé par Nelly Rioux : <https://syneg.org/ergonomie-2/>. Vous y découvrirez de nombreux résultats, actions et présentations d'équipements innovants.

En bref...

Le SYNEG accueille
5 nouveaux adhérents

ANGELO PRO conçoit et fabrique des équipements de cuisson horizontale et verticale à destination des collectivités et CHR.



ANIMO conçoit et fabrique du matériel de cafétéria et des distributeurs automatiques de boissons chaudes pour les collectivités, CHR et gestionnaires de parc de machines.



BWT water+more conçoit et fabrique des systèmes de traitement de l'eau pour l'industrie, la maison, les bâtiments et les prestataires du CHR.



LIEBHERR conçoit et fabrique des équipements professionnels de réfrigération, de congélation et de conservation du vin dans le domaine de la RHD (restauration commerciale et collective, hôtellerie, boulangerie, GMS...). La société LIEBHERR est distribuée en France par EBERHARDT, qui la représente auprès du SYNEG.



SOFINOR est un fabricant français d'équipements et mobilier inox pour la RHD et les métiers de bouche. Il fabrique également des rôtissoires professionnelles sous la marque INOTECH, destinées à la grande distribution, à la RHD, aux traiteurs et aux métiers ambulants.



TECHNIQUE

Création de la marque
« BIM approved by SYNEG »

Le SYNEG crée la marque « BIM approved by SYNEG » pour attester de la conformité des bibliothèques BIM aux standards de la filière. Le BIM (« Building information modeling » ou « modélisation des données du bâtiment ») est une méthode globale de travail basée sur la collaboration de toutes les parties prenantes de la construction (maître d'ouvrage, architecte, bureau d'études, entreprises du BTP, fournisseurs d'équipements...) autour d'une maquette numérique partagée. Celle-ci accompagne ainsi le bâtiment sur tout son cycle de vie : conception, construction, maintenance et démolition.

Appliqué à la filière des cuisines professionnelles, le BIM repose sur la mise à disposition, par les fabricants, auprès des architectes, bureaux d'études et installateurs, de bibliothèques d'objets numériques de l'équipement des cuisines professionnelles. Ces objets incluent à la fois des données géométriques (modeling 2D et 3D), et des données technico-commerciales.

Afin de favoriser le déploiement du BIM dans la filière des cuisines professionnelles, le SYNEG agit de deux manières :

- d'une part, en œuvrant à la standardisation des paramètres de données, de modeling et de matériaux spécifiques à la filière des

cuisines professionnelles ;

- d'autre part, en fournissant à toutes les parties prenantes d'un chantier BIM, un indicateur sûr de la conformité des bibliothèques BIM aux standards adoptés par la filière des cuisines professionnelles, sous la forme de la marque « BIM approved by SYNEG ».

La marque est attribuée par un Comité constitué de représentants de la filière (fabricants, bureaux d'études, installateurs), sur la base d'un dossier de candidature et d'un audit consultatif réalisé par le CESI, une école d'ingénieurs spécialisée dans le BIM. ◉

➔ Pour en savoir plus : <https://syNEG.org/bim/>

JURIDIQUE

Hausse des coûts : nouvelles possibilités
de modifier le prix dans les marchés publics

Le Conseil d'État a précisé les possibilités de modification du prix ou des tarifs des contrats de la commande publique. Une circulaire du Premier ministre datée du 29 septembre en tire les conséquences. Principale avancée, la possibilité

reconnue d'une modification « sèche », portant uniquement sur le prix, pour circonstances

imprévues (hausse des coûts), jusqu'à 50 % du prix. Même sans preuve de circonstance impré-

visible, une modification est ouverte lorsqu'elle est inférieure à 10 % pour les marchés de fournitures et de services, et 15 % pour les marchés de travaux. (Source : FIM). ◉



COMMUNICATION

Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux

Depuis plusieurs mois, le SYNEG anime les réseaux sociaux Instagram et Facebook avec des posts consacrés à des réalisations remarquables dans des établissements de la restauration collective et commerciale, des bars, des cafés et des écoles

hôtelières. Objectif : valoriser les fabricants, les bureaux d'études et les installateurs en montrant les équipements sur site, dans l'environnement de

leur utilisation. Ce dispositif « produits » est complété par des campagnes plus institutionnelles sur des thématiques RSE conduites sur LinkedIn. ◉

➔ www.instagram.com/macuisinepro_syNEG/
 ➔ www.facebook.com/macuisinepro_syNEG/
 ➔ www.linkedin.com/company/syNEG



ENVIRONNEMENT

Plus de 12 000 t de déchets d'équipements de cuisines pro recyclés en 2021 !

Le dispositif VALO RESTO PRO® continue de démontrer sa pertinence. L'année 2021 est caractérisée par une hausse de 43 % des tonnages d'équipements collectés pour être recyclés. Les mises sur le marché d'équipements neuf progressent dans les mêmes proportions (+45 %). Cela confirme que l'activité des chantiers de cuisine s'est maintenue à un haut niveau. Le taux de retour définit la performance de la collecte par rapport au gisement

disponible : en 2021, il atteint 29 %, proportion stable par rapport à 2020. À noter que le taux de collecte des déchets

d'équipements comportant des composants électriques et électroniques (DEEE) s'établit à 32 %, au-dessus de la moyenne, et que le taux de collecte des déchets d'ameublement (DEA) chute nettement à 13 %. Cette situation est liée au contexte exceptionnel de la crise sanitaire, caractérisée en 2021 par un rattrapage hors-norme de +80% des mises sur le marché de matériel neutre. Dans les DEEE, les mises sur marché n'ont progressé « que de » +40 % au cours de la même période !



l'importance du travail de collecte via les installateurs et les opérateurs de tri. À cet effet, ECOLOGIC a créé iDepose, première application de géolocalisation et de dépose gratuite des DEEE et des DEA des cuisines professionnelles. Elle permet la reprise des équipements usagés par apport sur des points de collecte conformes. D'après les premières estimations, les apports devraient encore progresser de près de 40 % en 2022 !



iDepose, une appli pour améliorer la collecte des déchets

Autre constat, la part des collectes directement réalisée par ECOLOGIC auprès des détenteurs des déchets reste minoritaire. Cela souligne



	2019	2020	2021	Évolution
Mises sur le marché	33 933t	28 982t	41 998t	+ 44,9%
Collecte	7 617t	8 507t	12 184t	+ 43,2%
Taux de retour	22,4%	29,3%	29%	=

Le billet du journaliste

L'hybridation gagne du terrain

Mariage improbable ou association ultra-pertinente, gain de productivité ou recherche de nouveaux formats, l'hybridation a pris un tournant plus décisif avec la pandémie. Dans un environnement toujours plus « green » et un contexte de reprise post-Covid gagné par l'inflation, capitaliser sur la flexibilité, le métissage, les passerelles innovantes réveille l'intérêt de tous. L'hybridation, c'est celle du monde du travail, mais aussi celle des modes de vie et celle de la restauration (commerciale et collective, snacking et gastronomie, sur place et livrée, présenteielle et digitale...). Avec des conséquences sur les matériels, qui sont au service des produits comme des organisations. Volumes de fabrication, manque de personnel dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, maîtrise des dépenses, confort de travail, sortie du plastique : les équipementiers sont de plus en plus sollicités pour faire le grand écart. Du standardisé au sur-mesure, du besoin spécifique à un périmètre élargi, ils font face à un marché protéiforme à la croisée de nouvelles ambitions.

Karine Averty

COMMENT VÉRIFIER LA CONFORMITÉ D'UN FOURNISSEUR À SES OBLIGATIONS DEEE ET DEA ?

Le plus simple consiste à vérifier son enregistrement au registre de l'ADEME (www.syderep.ademe.fr) ou à lui demander de produire son attestation d'adhésion à un éco-organisme agréé ou de mise en place d'un système individuel ou son numéro d'identifiant unique. Ces trois informations constituent des indices de conformité. La présence de deux informations sur les trois constitue une présomption de conformité.



VIE DU SYNDICAT

● **Conseil d'Administration**

L'Assemblée générale du SYNEG s'est réunie le 16 juin 2022 à la Maison de la mécanique (Paris La Défense) en présence des adhérents et des invités de la filière de la restauration hors domicile et de la blanchisserie. Le nouveau Conseil d'administration a été élu et voit l'entrée en fonction de 3 nouveaux administrateurs



Hervé GIRAUD
(ODIC)



Alexander LOHNHERR
(MEIKO)



Philippe MANG
(SAFEXIS)

Par ailleurs, **Pierre MARCEL** (TOURNUS ÉQUIPEMENT) a été réélu Président du Conseil d'administration pour un nouveau mandat de 2 ans.



● **Commissions**

Le Conseil d'administration du 22 septembre 2022 a procédé aux nominations de :

- **Aurélien FOUQUET** (SANTOS), nouveau Président de la Commission Internationale
- **Matthieu SIBILLE** (CODIGEL représentant ITV & CORECO), nouveau Président de la Commission Communication



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
Twitter: @SYNEG_infos

Membre de la FIM et de l'EFCEM

Directeur de la publication:

André-Pierre Doucet

Rédactrice en chef:

Karine Averty

Contact:

syneg@syneg.org

Crédit photos:

DR, EquipHotel, Syneg, Adobe Stock, Shutterstock

Conception et réalisation:

Les Éditions de la RHF,
Christoph Ludmann

Impression:

Imprimerie Chirat
à Saint-Just-la-Pendue
Imprimé sur du papier PEFC

EQUIPHOTEL PARIS

THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE

6-10 NOV. 2022

BADGE EH22
avec code de gratuité
IPFSYNEG

TÉLÉCHARGEZ VOTRE
BADGE GRATUIT



**SOURCING.
NETWORKING.
INSPIRATION.
EMOTION.**

FOODSERVICE
DESIGN
BIEN-ÊTRE
TECHNOLOGIE & SERVICES