

# LES RESTAURATIONS D'AUJOURD'HUI

→ Vers de nouveaux paradigmes



Yannick Masson

**LES  
RESTAURATIONS  
D'AUJOURD'HUI**  
→ Vers de nouveaux paradigmes

**DELAGRAVE**

### Conception et réalisation technique : Les PAOistes



Toute représentation, traduction, adaptation ou reproduction, même partielle, par tous procédés, en tous pays, faite sans autorisation préalable est illicite et exposerait le contrevenant à des poursuites judiciaires. Réf. : loi du 11 mars 1957, alinéas 2 et 3 de l'article 41.

Une représentation ou reproduction sans autorisation de l'éditeur ou du Centre Français d'Exploitation du droit de Copie (20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris) constituerait une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code Pénal.

© Delagrave Édition, Paris, 2017

ISBN : 978-2-206-30427-4

5, allée de la 2<sup>e</sup> DB – 75015 Paris

[www.editions-delagrave.fr](http://www.editions-delagrave.fr)

# TABLE DES MATIÈRES

## Partie 1 Les marchés de la restauration commerciale aujourd'hui..... 9

### Chapitre 1. Panorama de la consommation alimentaire hors domicile 12

#### Chiffres génériques de la CAHD 12

1.1.1 Précision linguistique 12

1.1.2 Poids économique de la CAHD 12

#### Composition générique de la CAHD 14

#### Les cinq grands marchés de la CAHD 14

### Chapitre 2. La restauration commerciale 16

#### Définition de la restauration commerciale 16

2.1.1 Hétérogénéité de la restauration commerciale 16

2.1.2 Dénominateurs communs à toutes les unités de restauration commerciale 17

2.1.3 Les principales définitions à retenir 17

2.1.4 Dualité de la restauration commerciale 18

2.1.5 Statut juridique d'un restaurateur indépendant 18

2.1.6 Le financement d'un restaurant 19

2.1.7 L'importance du *business plan* 20

#### Évolution de la restauration commerciale par segments 21

2.2.1 Poids économique de la restauration commerciale 21

2.2.2 Une évolution différente par segment 21

2.2.3 Une image positive mais un secteur en peine 23

#### Importance de la restauration commerciale en nombre d'établissements 24

#### Les classifications de la restauration commerciale 25

2.4.1 La classification touristique de la restauration 25

2.4.2 Les labels du Secrétariat d'État au tourisme 26

2.4.3 La classification suivant les guides gastronomiques 26

2.4.4 La classification économique de la CAHD 27

2.4.5 La classification physique de la CAHD 28

### Chapitre 3. Hétérogénéité de la CAHD à travers sa classification physique 29

#### La restauration dite « traditionnelle de classe économique » 29

3.1.1 Les snack-bars 29

3.1.2 Les bistros 30

3.1.3 Les routiers 30

3.1.4 Les crêperies 30

#### La restauration dite « traditionnelle » de classe moyenne 31

3.2.1 Les brasseries 31

3.2.2 Les micro-brasseries 32

3.2.3 Les auberges 32

3.2.4 Les restaurants terroirs 32

#### La restauration de grande classe dite restauration gastronomique 33

3.3.1 La restauration gastronomique 33

3.3.2 Poids de la restauration gastronomique 34

3.3.3 La diversification de la restauration gastronomique 34

3.3.4 Autres diversifications possibles 36

#### La restauration traditionnelle : un créneau à faible rentabilité 37

3.4.1 Quelques ratios types par segment de restauration 37

#### Les restaurants d'hôtels 39

3.5.1 Évolution de la restauration d'hôtels 39

3.5.2 Clés de réussite pour la restauration d'hôtel 40

#### La restauration à thème (RàT) 41

3.6.1 Marché de la restauration à thème 41

3.6.2 La classification de la restauration à thème 41

3.6.3 Les thèmes porteurs ou en baisse 42

3.6.4 Les créneaux économiques de la RàT 42

3.6.5 Les grills 42

3.6.6 Les pâtisseries 43

3.6.7 Les pizzerias 43

3.6.8 Les restaurants ethniques 43

3.6.9 Les restaurants marins 44

3.6.10 Les critères de réussite de la restauration à thème 44

3.6.11 Les dix commandements de la restauration à thème 45

#### La restauration rapide 47

3.7.1 Un secteur en croissance exponentielle 48

3.7.2 Les principales enseignes 48

3.7.3 Diversification de la restauration rapide 49

3.7.8 Clés de réussite de la restauration rapide 52

#### Le *fast-food* à hamburger ou RRAS (restauration rapide anglo-saxonne) 54

3.8.1 Évolution de la RRAS 55

#### Sandwicheries et viennoiseries (RRAF ou restauration rapide à la française) 55

3.9.1 Développement de la RRAF 56

3.9.2 Diversification des sandwichs 56

3.9.3 Évolution de la RRAF 57

#### La restauration avec distribution spécifique (RàDS) 57

3.10.1 Les restaurants *coffee-shop* 57

3.10.2 Les cafétérias 57

3.10.3 Évolution des chaînes de cafétérias 60

3.10.4 Les cafétérias aujourd'hui 60

3.10.5 Le *food-court* 62

3.10.6 Le Carrousel du Louvre 62

3.10.7 Les sushis bars 63

#### La restauration livrée 63

3.11.1 La livraison en entreprise 64

3.11.2 La restauration livrée à domicile 64

3.11.3 Fonctionnement de la restauration livrée 64

3.11.4 Évolution de la restauration livrée 65

#### Les *food-trucks* 65

#### La restauration automatique 66

3.13.1 Faut-il louer ou acheter son matériel ? 67

3.13.2 La diversification de la distribution automatique 67

#### La restauration des transports 67

3.14.1 La restauration d'autoroute 68

3.14.2 La restauration maritime 69

3.14.3 Le *catering* aérien 70

3.14.4 La restauration ferroviaire 71

#### La restauration à caractères particuliers 72

3.15.1 La restauration des parcs de loisirs 72

3.15.2 La restauration dans les établissements de jeux 72

3.15.3 La restauration dans les parcs de sports et loisirs 73

#### Les chaînes de restauration commerciale 73

3.16.1 La segmentation des chaînes 74

3.16.2 Poids de la RRAF 75

3.16.3 Poids de la RRAS 76

3.16.4 Poids de la RADS 76

3.16.5 Poids de la RSAT 76

3.16.6 Les opérateurs les plus importants 77

#### Le développement des franchises 80

#### Les traiteurs 81

3.18.1 Poids des TDF ou TOR 82

3.18.2 Législation 82

3.18.3 Organisation des TOR 83

3.18.4 Offres traiteurs 83

3.18.5 Organisation générale 83

3.18.6 Les différentes prestations assurées par les traiteurs 84

3.18.7 Le catalogue de prestations	84	4.8.1 Clés de réussite de la cuisine spectacle	116
3.18.9 La technique du <i>banqueting</i>	87	<b>La bistronomie</b>	<b>116</b>
3.18.11 Transport	91	<b>La mondialisation de la cuisine ou l'émergence d'une cuisine sous influence</b>	<b>117</b>
3.18.12 Distribution : organisation des buffets	91	4.10.1 La cuisine sous-influence internationale	117
3.18.13 Évolution des traiteurs	92	4.10.2 La <i>world cuisine</i>	118
3.18.14 Les néo-traiteurs	93	4.10.3 La <i>fusion-food</i>	118
<b>Le circuit alimentaire alternatif</b>	<b>93</b>	<b>Le Slow Food</b>	<b>118</b>
3.19.1 Évolution du circuit alternatif	95	<b>Le Fooding</b>	<b>119</b>
<b>Les nouveaux intervenants sur le marché de la restauration</b>	<b>95</b>	<b>Un nouveau standard : le <i>snacking</i></b>	<b>119</b>
3.20.1 Arrivée des géants de la grande distribution	95	<b>La <i>street-food</i> ou le <i>snacking</i> de rue</b>	<b>120</b>
3.20.2 Fonctionnement d'un <i>convenience-store</i>	96	<b>Le néo-constructivisme culinaire</b>	<b>120</b>
<b>Chapitre 4. Classification de la restauration traditionnelle en fonction du courant culinaire</b>	<b>97</b>	<b>La cuisine note à note</b>	<b>122</b>
<b>Panorama des courants culinaires historiques</b>	<b>97</b>	<b>Le <i>food-pairing</i></b>	<b>122</b>
<b>Synthèse sur les courants culinaires historiques</b>	<b>102</b>	<b>Synthèse des courants culinaires modernes</b>	<b>123</b>
4.2.1 La cuisine, moyen de différenciation sociale	102	<b>Les modes de service et de distribution</b>	<b>124</b>
4.2.2 La cuisine, base de la patrimonialisation	102	4.19.1 Le ratio surfacique par place assise	124
4.2.3 La cuisine, entre duplication parfaite et créativité	104	4.19.2 Le service à table	125
4.2.4 La cuisine, une affaire de sensibilité ?	104	4.19.3 Le service au comptoir	125
4.2.5 Les courants culinaires modernes	105	4.19.4 L'auto-service	126
<b>La révolution culinaire apportée par la Nouvelle cuisine</b>	<b>105</b>	4.19.5 Le service sur les lieux de vie	130
4.3.1 Caractéristiques de la Nouvelle Cuisine	106	4.19.6 Le <i>convenience store</i>	131
<b>La cuisine allégée</b>	<b>108</b>	4.19.7 La multi-restauration	132
4.4.1 Principes de la cuisine allégée	108	4.19.8 Synthèse sur les modes de distribution	132
<b>La cuisine refuge de terroir ou le terroir renouvelé</b>	<b>110</b>	<b>Les courants émergents novateurs</b>	<b>133</b>
4.5.1 Lignes directives clés de la cuisine refuge de terroir	111	4.20.2 Le <i>fast-casual</i>	134
4.5.2 Évolution de la cuisine refuge de terroir	111	4.20.3 La cuisine bio	135
<b>L'explosion de la cuisine exotique avec la restauration à thème</b>	<b>112</b>	4.20.4 La restauration durable	135
4.6.1 Clés de réussite de la restauration exotique	113	4.20.5 Le courant <i>free-from</i>	136
4.6.2 Évolution de la cuisine exotique	113	4.20.6 Le <i>local-sourcing</i>	136
<b>Le développement de l'assemblage ou la cuisine préindustrielle</b>	<b>114</b>	4.20.7 La <i>raw-food</i>	136
4.7.1 Explosion de la cuisine d'assemblage et arrivée massive des chaînes sur le marché de la CAHD	115	4.20.8 Le « glocal »	137
<b>Apparition de la cuisine spectacle</b>	<b>115</b>	4.20.9 Casher et halal, des niches potentielles	137
		4.20.10 De la ferme à la cuisine	137
		4.20.11 Le retour du fait maison	138
		4.20.12 Le créneau novateur du <i>home meal replacement</i> (HMR)	140
		<b>Conclusion sur la classification de la restauration commerciale</b>	<b>141</b>

## Partie 2 De nouveaux comportements alimentaires..... 143

<b>Chapitre 5. L'évolution des paradigmes alimentaires</b>	<b>146</b>	<b>Les attentes de la clientèle de demain (les <i>millenials</i>)</b>	<b>162</b>
<b>Le besoin de se restaurer</b>	<b>146</b>	<b>Synthèse sur le nouveau paradigme alimentaire</b>	<b>163</b>
5.1.1 Les besoins	146	<b>Chapitre 7. La réponse des néo-restaurateurs : vers de nouveaux paradigmes de fonctionnement</b>	<b>165</b>
5.1.2 Les motivations	147	<b>Les nouveaux enjeux de la restauration</b>	<b>165</b>
5.1.3 Les quatre temps	147	7.1.1 Vers de nouveaux paradigmes	167
5.1.4 Les différentes fonctions du repas	147	<b>Concevoir autrement de nouvelles unités de restauration</b>	<b>167</b>
<b>Les différentes situations-fonctions autour de la prise de repas</b>	<b>149</b>	7.2.1 Faire évoluer la conception des unités de restauration commerciale	167
5.2.1 Les différentes situations de consommation alimentaire	149	7.2.2 Les principales étapes d'un projet d'investissement	170
5.2.2 Les situations-fonctions	149	7.2.3 Contexte de définition d'un système de restauration	172
5.2.3 Les différents types d'achats	150	7.2.4 Définition d'un système de restauration	174
<b>Une évolution des règles sociales et culturelles</b>	<b>151</b>	7.2.6 Première règle d'or : établir des secteurs spécifiques	176
<b>Une évolution de l'acte alimentaire</b>	<b>154</b>	7.2.7 Deuxième règle d'or : respecter le principe de marche en avant	178
5.4.1 Des modifications de l'acte alimentaire	154	7.2.8 Le schéma général de fonctionnement en restauration commerciale	179
5.4.2 Des tendances alimentaires en évolution	155	7.2.9 Troisième règle d'or : créer un goulet d'étranglement avec la zone de fragilisation	180
5.4.3 Conclusion	156	7.2.10 Exemple d'implantation-type en restauration commerciale	180
<b>Manger moins cher</b>	<b>157</b>	7.2.11 Vers de nouvelles certifications	182
<b>Chapitre 6. Vers un nouveau paradigme alimentaire</b>	<b>157</b>	<b>S'implanter sur un emplacement stratégique</b>	<b>184</b>
<b>Manger plus vite</b>	<b>158</b>	7.3.1 Une méthodologie de recherche de positionnement	184
<b>Manger plus fonctionnel</b>	<b>159</b>	7.3.2 Une évolution des lieux d'implantation	184
<b>Manger mieux</b>	<b>160</b>	7.3.3 Miser sur une zone d'implantation en hyper-flux	185
<b>Manger à toute heure et en tous lieux</b>	<b>161</b>	<b>Développer de nouvelles stratégies marketing</b>	<b>186</b>
		7.4.1 Réfléchir à un positionnement stratégique fort et marqué	187
		7.4.2 Affirmer son positionnement économique	187

7.4.3 Investir sur une marque commerciale	188	7.6.12 Tout mettre en œuvre pour maîtriser ses coûts	208
7.4.4 Affiner l'adéquation prestations/attentes des consommateurs et multiplier les offres	188	7.6.13 Adapter les recettes en fonction des fluctuations de prix	209
7.4.5 Prendre en compte les nouvelles technologies numériques	189	7.6.14 Mettre en place un tableau de bord performant	209
7.4.6 Doper son activité grâce aux « porteurs d'affaires numériques »	191	7.6.15 Pour un indépendant, comment lutter face aux chaînes ?	212
<b>Manager autrement</b>	<b>192</b>	<b>Se positionner sur un courant culinaire moderne porteur</b>	<b>213</b>
7.5.1 Favoriser un management participatif en restauration	192	7.7.1 Quels choix de courants culinaires aujourd'hui pour le restaurateur ?	213
7.5.2 Valoriser l'encadrement	193	7.7.2 Que sera demain ?	214
7.5.3 Faire évoluer les organisations humaines	194	<b>Faire évoluer les prestations proposées</b>	<b>215</b>
7.5.4 Développer une politique de recrutement	195	7.8.2 Typologie des offres en restauration	215
7.5.5 Former les hommes	195	7.8.3 Les différents types de menus « classiques »	215
7.5.6 Fidéliser ses salariés	196	7.8.4 Pistes d'évolution pour des prestations modernes	216
7.5.7 Bien accueillir son personnel	196	7.8.5 Communiquer sur des prestations originales afin d'augmenter le CA	217
7.5.8 Utiliser les dispositifs de formation	198	7.8.6 Élargir les plages de vente	218
7.5.9 Recherche d'une productivité maximale	199	7.8.7 Quelques enseignes innovantes en restauration d'aujourd'hui	219
<b>Gérer autrement</b>	<b>200</b>	<b>Cuisiner autrement</b>	<b>220</b>
7.6.1 Maîtriser les coûts et déterminer avec pertinence les prix de vente	200	7.9.1 Jouer sur l'offre de produits alimentaires	220
7.6.2 Déterminer le prix de vente à partir de la fiche technique	201	7.9.4 Investir sur des équipements professionnels performants	224
7.6.3 Importance du coût matière-plafond	203	7.9.5 Respecter les contraintes législatives en hygiène	227
7.6.4 Abandonner le coefficient multiplicateur au profit du principe de la marge compensée	203	7.9.6 Augmenter sa marge brute grâce à la commercialisation pilotée	228
7.6.5 Le concept de marge de contribution	203	7.9.7 Faire évoluer ses pratiques culinaires	228
7.6.6 Hiérarchisation des prix : la fin des principes d'Omnès	204	7.9.8 Le menu à éviter	231
7.6.7 Une nouveauté en restauration : le target-costing	206	7.9.9 Vendre plus de desserts au restaurant	232
7.6.8 Mesurer la réaction des consommateurs	206	7.9.10 Intégrer et miser sur le design culinaire	232
7.6.9 Tenir compte de la demande pour déterminer le prix de vente	207	<b>Fidéliser ses clients</b>	<b>233</b>
7.6.10 Respecter la législation en matière d'affichage	207	<b>Synthèse sur la restauration commerciale et son évolution</b>	<b>234</b>
7.6.11 Développer l'analyse de la valeur	207	<b>Fiche de synthèse sur la restauration commerciale</b>	<b>236</b>

## Partie 3 La restauration collective

237

<b>Définition de la restauration collective</b>	<b>240</b>	8.7.3 Évolution des SRC en restauration collective sur le marché français	272
<b>Chapitre 8. Les marchés de la restauration collective</b>	<b>240</b>	<b>Axes d'évolution génériques de la restauration collective</b>	<b>274</b>
<b>Le marché global de la restauration collective</b>	<b>241</b>	8.8.1 Une nécessaire évolution	274
<b>Segmentation de la restauration collective</b>	<b>243</b>	8.8.2 Évolution de l'environnement du repas	275
<b>Enjeux de la restauration collective</b>	<b>244</b>	8.8.3 Forte tendance à la centralisation	275
8.4.1 Évolution des attentes des consommateurs dans tous les secteurs de la restauration collective	244	8.8.4 Développement des circuits courts	276
8.4.2 Vocation nutritionnelle	246	8.8.5 Intégration du bio	276
8.4.3 Information nutritionnelle	246	8.8.6 Arrivée des enseignes commerciales en restauration d'entreprise	277
8.4.4 Réglementation INCO	246	8.8.7 Utilisation du sous-vide	277
8.4.5 Un enjeu d'éco-responsabilité	248	8.8.8 Développement de la cuisson basse température	280
8.4.6 La formation, au centre des difficultés de la restauration collective	249	8.8.9 Optimisation de la production grâce à la cuisson de nuit	280
<b>Gestion de la nutrition en restauration collective</b>	<b>249</b>	8.8.10 Développement de l'animation en restauration	281
8.5.1 Obligation d'équilibre nutritionnel	249	8.8.11 Généralisation des <i>scrambles</i> à thème	281
8.5.2 Plan National Nutrition Santé	251	8.8.12 Lutte contre le gaspillage en restauration collective	282
8.5.3 Respect d'un plan alimentaire	251	8.8.13 Montée du <i>facility management</i>	282
8.5.4 Élaboration du plan alimentaire	253	8.8.14 Informatisation globale de la production-distribution	283
8.5.5 Contrôle des fréquences d'apparition en restauration collective (GEM-RCN)	255	8.8.15 Autres axes d'évolution génériques	284
8.5.6 Déclinaison du plan alimentaire en menus	256	8.8.16 Un secteur qui recrute	284
8.5.7 Feuille de contrôle	258	<b>Conclusion</b>	<b>284</b>
8.5.8 Grammage des portions	259	<b>Chapitre 9. Les paradigmes de fonctionnement de la restauration scolaire</b>	<b>286</b>
8.5.9 Diminution de la consommation des protéines animales	259	<b>Présentation du secteur de la restauration scolaire</b>	<b>286</b>
<b>Restauration collective : un secteur très hétérogène</b>	<b>260</b>	9.1.1 Complexité du secteur	286
8.6.1 Paradigmes de gestion hétérogènes	260	9.1.2 Les gestionnaires de la restauration scolaire	287
8.6.2 Les trois principaux modes de gestion	260	9.1.3 Importance de la concession	287
8.6.3 Modalités de concession ou de délégation	262	9.1.4 Principaux opérateurs en scolaire	289
8.6.4 Procédure de concession	263	9.1.5 Le marché de la restauration scolaire	289
8.6.5 Atouts de la concession et de l'autogestion	263	9.1.6 Coût de la matière première dans un repas	289
8.6.6 Répartition des marchés entre autogestion et concession	264	9.1.7 Tarification en restauration scolaire	290
8.6.7 Amplitude de fonctionnement hétérogène	266	9.1.8 Les différentes prestations en restauration scolaire	291
8.6.8 Objectifs et attentes hétérogènes	266	9.1.9 Distribution en restauration scolaire	291
8.6.9 Gamme étendue de coûts et de tarifs	267	9.1.10 Prestation en crèche	291
<b>Les leaders sur le marché de la restauration collective</b>	<b>268</b>	9.1.11 Prestations en maternelle et primaire	292
8.7.1 Répartition du marché entre les principales SRC	269	9.1.12 Prestations en collège et lycée	292
8.7.2 Présentation des trois leaders en restauration collective sur le marché français	270	9.1.13 Prestations à l'université	293
		9.1.14 Mise en place de PAI	293
		9.1.15 PAI, les tendances observées	294
		9.1.16 Gestion des contraintes religieuses	295
		9.1.17 Désaffection des lycéens pour la restauration scolaire	296

<b>Nouveaux paradigmes de fonctionnement de la restauration scolaire</b>	<b>297</b>	10.5.1 Contexte d'évolution de la restauration hospitalière	318
9.2.2 Enjeux nutritionnels	298	10.5.2 Massification des achats	319
9.2.3 Circulaire n° 9 du 28 juin 2001 pour la restauration scolaire	298	10.5.3 Développement de la centralisation des sites de production	319
9.2.4 Animations nutritionnelles	299	10.5.4 Évolution de la distribution	320
9.2.5 Intégration du bio	299	10.5.5 Cas spécifique et novateur du CHU de Toulouse	321
9.2.6 Exemple de la mairie de Paris en restauration scolaire en matière de développement durable	299	<b>Spécificités de la restauration des seniors</b>	<b>321</b>
9.2.7 Lutte contre le gaspillage	300	<b>Nouveaux paradigmes de fonctionnement de la restauration des seniors</b>	<b>323</b>
9.2.8 Disparition progressive du service à table	300	10.7.1 Restauration en EHPAD	324
9.2.9 Évolution des prestations	300	10.7.2 Restauration et portage à domicile	324
9.2.10 Évolution de la production	301	10.7.3 Mode de production	326
9.2.11 Nouvelle norme de qualité pour la restauration scolaire	301	10.7.4 Restaurant « seniors »	327
9.2.12 Quel avenir pour la restauration scolaire ?	302	10.7.5 Restauration pour personnes handicapées	327
<b>Restauration universitaire</b>	<b>302</b>	<b>Chapitre 11. Les paradigmes de fonctionnement de la restauration d'entreprise</b>	<b>328</b>
9.3.1 Présentation de la restauration universitaire	302	<b>Présentation de la restauration d'entreprise</b>	<b>328</b>
9.3.2 Nouveaux paradigmes de fonctionnement du RU	303	11.1.1 Historique et présentation chiffrée	328
9.3.3 Développement de <i>snacking</i> et des <i>convenience-stores</i> en tendance de fond	304	11.1.2 Typologie des consommateurs et des prestations	329
<b>Chapitre 10. Les paradigmes de fonctionnement de la restauration en médico-social</b>	<b>305</b>	<b>Spécificités de la restauration d'entreprise</b>	<b>332</b>
<b>Présentation du secteur médico-social</b>	<b>305</b>	11.2.1 Un secteur en stagnation	332
<b>Types de structures en médico-social</b>	<b>306</b>	11.2.2 Les principaux acteurs du secteur dans le monde du travail	332
<b>Typologie des consommateurs et attentes</b>	<b>307</b>	11.2.3 Nouveau paradigme alimentaire	332
10.3.1 Types de services	308	11.2.4 Montée du <i>snacking</i>	333
10.3.2 Objectifs du service de restauration	308	11.2.5 Montée du <i>dual-branding</i>	333
10.3.3 Montée de la concession	308	11.2.6 Généralisation de la multi-restauration	334
<b>Spécificités du secteur restauration en milieu hospitalier</b>	<b>310</b>	11.2.7 Création de RIE (restaurant inter-entreprise)	334
10.4.1 Prestations en milieu hospitalier	310	<b>Nouveaux paradigmes de fonctionnement de la restauration d'entreprise</b>	<b>335</b>
10.4.2 Différents régimes en milieu hospitalier	311	11.3.1 Évolution proche de la restauration commerciale	335
10.4.3 Obésité	312	11.3.2 Clubs de direction d'entreprise	337
10.4.4 Régime des maladies cardiovasculaires	312	11.3.3 Restaurants dans les ministères	337
10.4.5 Régimes à textures modifiées	312	<b>Chapitre 12. Les restaurations spécifiques : l'armée et les prisons</b>	<b>338</b>
10.4.6 Régime sans résidus	312	<b>Paradigmes de fonctionnement de la restauration à l'armée</b>	<b>338</b>
10.4.7 Régime pauvre en fibres	313	<b>La restauration dans les prisons</b>	<b>340</b>
10.4.8 Régime riche en fibres	313	12.2.1 La restauration en prison	340
10.4.9 Régime hyposodé	313	12.2.2 Des consommateurs particuliers	341
10.4.10 Régime diabétique	314	12.2.3 Deux modes d'organisation de la restauration	341
10.4.11 Régime hypo-énergétique	314	12.2.4 Le fonctionnement en autogéré	341
10.4.12 Autres régimes thérapeutiques ou diététiques spécifiques	315	12.2.5 Un secteur en cours de concession	342
10.4.13 Menu alternatif ou manger autrement en restauration collective	316	12.2.6 Mode de production	343
10.4.14 Organisation de la production-distribution	317	<b>Conclusion sur l'évolution de la restauration collective</b>	<b>343</b>
<b>Nouveaux paradigmes de fonctionnement de la restauration hospitalière</b>	<b>318</b>		

## Partie 4 Le cadre législatif en restauration commerciale et collective ..... 345

<b>Chapitre 13. La maîtrise des risques microbiologiques : les toxi-infections collectives</b>	<b>347</b>	14.1.6 Les règlements CE 882 et 854/2004 à destination des services de contrôle (DDPP)	364
<b>Identité des microbes pathogènes</b>	<b>348</b>	<b>La réglementation nationale</b>	<b>366</b>
<b>Les principes de lutte contre les TIAC</b>	<b>348</b>	14.2.1 Décret du 17 décembre 2002	367
<b>Action de la température sur le développement microbien</b>	<b>350</b>	14.2.2 Arrêté du 13 février 2007	367
<b>Le respect de la marche en avant</b>	<b>352</b>	14.2.3 Arrêté du 8 juin 2006	367
<b>Résultats pour un P.C.E.A conforme</b>	<b>352</b>	14.2.4 Arrêté du 21 décembre 2009	369
<b>Tableau récapitulatif sur les TIAC</b>	<b>354</b>	<b>Le plan de maîtrise sanitaire (PMS)</b>	<b>370</b>
<b>Chapitre 14. Les textes législatifs en vigueur</b>	<b>358</b>	14.3.1 La gestion du PMS en restauration	370
<b>Définitions (voir JORF n° 0303 du 21 décembre 2009 - article 2)</b>	<b>358</b>	14.3.2 Traçabilité du PMS	371
14.1.1 La réglementation européenne : le paquet Hygiène	359	14.3.3 Synthèse sur le PMS	376
14.1.2 Présentation de la réglementation 178/2002 concernant tous les lieux de consommation alimentaire	359	14.3.4 Exemple de test de traçabilité	376
14.1.3 La réglementation renforce la notion d'auto-contrôle	362	14.3.5: Construire son plan de maîtrise sanitaire	377
14.1.4 Le règlement CE 852/2004	363	<b>L'analyse des risques pour la maîtrise des points critiques (PMS)</b>	<b>382</b>
14.1.5 Le règlement (CE) N° 853/2004	364	14.4.1 Les procédures de traçabilité et de gestion des produits non conformes (retrait, rappel)	382
		14.4.2 Tableaux utilisés pour l'HACCP ou ARMP	384
		<b>Le dossier d'agrément (8 juin 2006)</b>	<b>388</b>
		14.5.1 Contenu du dossier d'agrément	388
		14.5.2 Composition du dossier d'agrément	388