



Un monde d'attentions **elior** 

Rapport Annuel du Déléguataire

•Ville de MENNECY
•Année 2015



Sommaire

P-06

1. LES ELEMENTS QUANTITATIFS ET FINANCIERS

- 1.1. L'évolution de la fréquentation
- 1.2. L'activité économique
- 1.3. Les flux financiers avec la ville

P-33

2. LA QUALITÉ DE NOTRE SERVICE

- 2.1. La qualité et la sécurité des Repas
- 2.2. La satisfaction des Convives
- 2.3. L'engagement de nos Équipes
- 2.4. Nos engagements en matière de Développement Durable

P-73

3. LES ELEMENTS TECHNIQUES

- 3.1. Le programme d'investissements et de renouvellement du matériel pour 2015
- 3.2. La maintenance
- 3.3. Les investissements réalisés

P-81

4. LES ANNEXES

- 4.1. Elior, en Bref
- 4.2. Elior, une marque commune pour l'ensemble de nos activités
- 4.3. Enquêtes Convives

INTRODUCTION





**Notre passion,
à votre service.**

Nous vous prions de bien vouloir trouver ci-présent le rapport annuel d'activité de la Délégation de Service Public de la restauration scolaire et municipale de la **ville de MENNECY pour l'année 2015.**

La présentation de ce document répond aux exigences de la loi N° 95-127 du 8 février 1995 et du décret 2005-236 du 14 mars 2005, relatifs aux Marchés Publics et Délégation de Services Public.

Nous espérons avoir répondu à vos attentes et nous vous prions de croire notre engagement permanent pour que la qualité du service de restauration de votre ville soit à la hauteur de la confiance que vous avez bien voulu nous accorder.



Nous cherchons chaque jour à mériter davantage votre confiance.

Nous avons ainsi mis en place la démarche Elior Proximity, gage de notre engagement quotidien à vos côtés.

Elior Proximity, c'est :

- un projet **d'accompagnement entièrement dédié,**
- **l'intégration de vos particularités** et de vos besoins, analysés et partagés ensemble,
- **des rituels de rencontres** et d'échanges tout au long de notre collaboration.

Notre engagement :

- maintenir une qualité de relation contractuelle optimale,
- et être toujours plus proactif dans notre rôle d'accompagnement et de conseil.

La notion de proximité s'inscrit dans notre vision de marque globale, axée sur le professionnalisme, l'écoute, et l'action.

1. LES ELEMENTS QUANTITATIFS ET FINANCIERS

- 1.1. L'évolution de la fréquentation
- 1.2. L'activité économique
- 1.3. Les flux financiers avec la ville



1.1. L'évolution de la fréquentation



1.1 L'évolution de la fréquentation

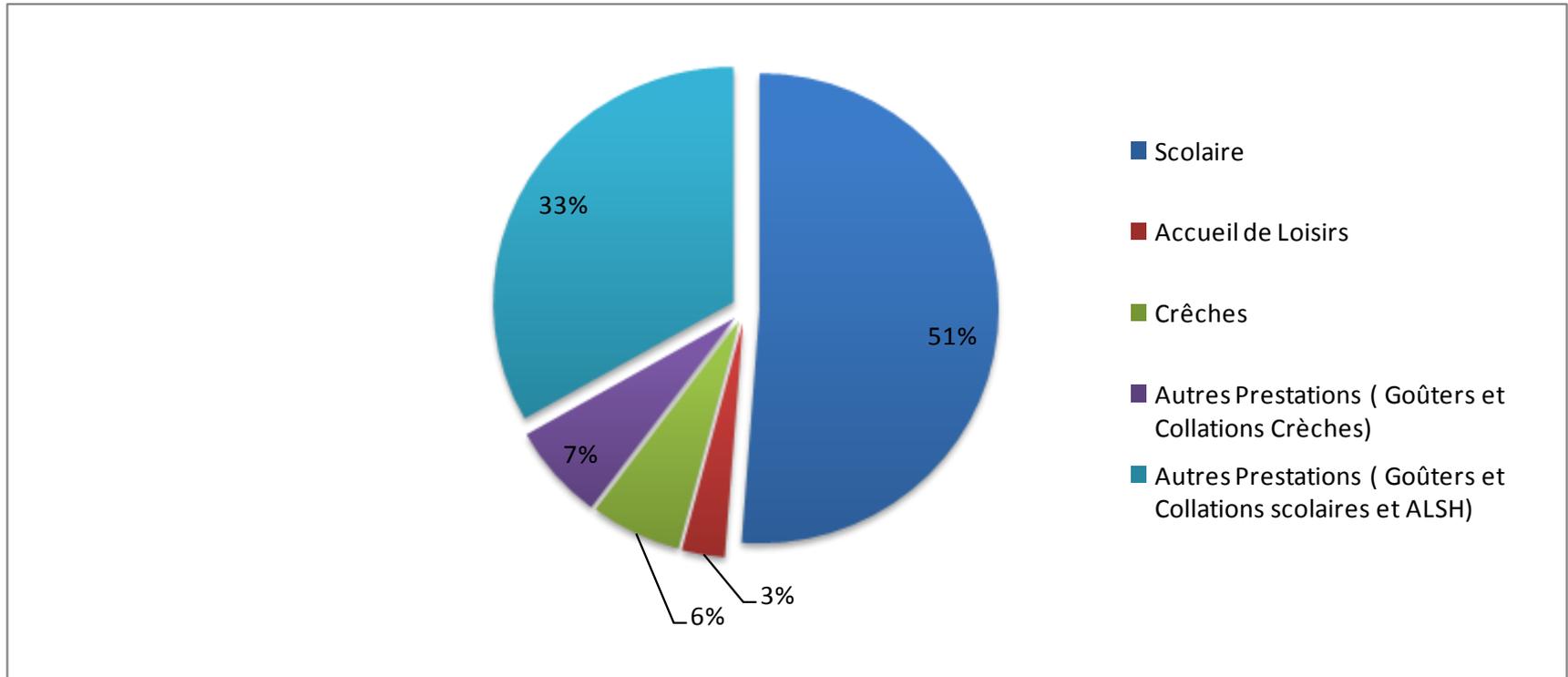
- Repas et Pique-niques facturés par catégorie de convives et prestations.

	2 0 1 3	2 0 1 4	2 0 1 5	Evolution vs A - 1	
				En Quantités	En %
Scolaire	150 969	164 920	172 310	7 390	4,5%
Accueil de Loisirs	13 620	12 711	9 679	-3 032	-23,9%
Crèches	23 063	22 567	20 685	-1 882	-8,3%
Total Repas	187 652	200 198	202 674	2 476	1,2%
Autres Prestations (Goûters et Collations scolaires et ALSH)	86 846	94 836	111 701	16 865	17,8%
Autres Prestations (Goûters et Collations Crèches)	26 699	25 743	22 110	-3 633	-14,1%

- Le nombre de rationnaire scolaire continue d'augmenter sur l'année 2015 soit +4,5%
- En revanche, la fréquentation de l'accueil de loisirs a reculée de 23 %, soit 3 032 couverts.
- Pour les crèches, une baisse de 1882 couverts, soit 8,3 % en moins sur l'année.
- Une hausse du nombre de collations et de goûters de plus de 17 % est observé sur le temps scolaire et périscolaire.
- Une baisse du nombre de collations et goûters de 14,1 % pour les crèches depuis que ceux-ci sont facturés distinctement des repas.

1.1 L'évolution de la fréquentation

• La répartition de la fréquentation par nature de convives



→ Une hausse globale du nombre de convives de 2 476 repas sur l'année,

→ Soit + 1,2 %.

1.1 L'évolution de la fréquentation

• Repas facturés par catégorie de convives et prestation

L'activité du service au cours de l'exercice 2015 s'établit à 202 674 repas.

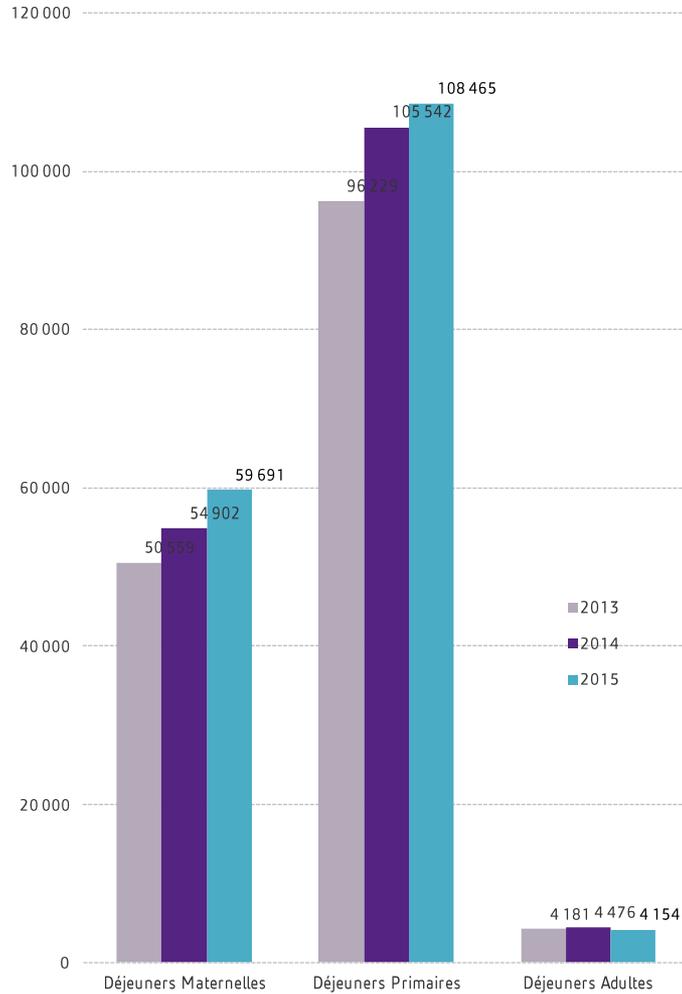
- ✓ une hausse sensible de 1,2 % par rapport à l'an passé
- ✓ Un écart de 2,88 % par rapport à la base contractuelle de référence qui s'établit à 197 000 repas annuellement

Cette évolution par rapport à l'an -1 provient de l'impact de la nouvelle réforme des rythmes scolaires, avec les mercredis scolaires.

	2013	2014	2015
Nombre de jours scolaires	140	153	168
Nombre de jours d'Accueil de loisirs	112	98	68

1.1 L'évolution de la fréquentation

• L'évolution de la fréquentation scolaire

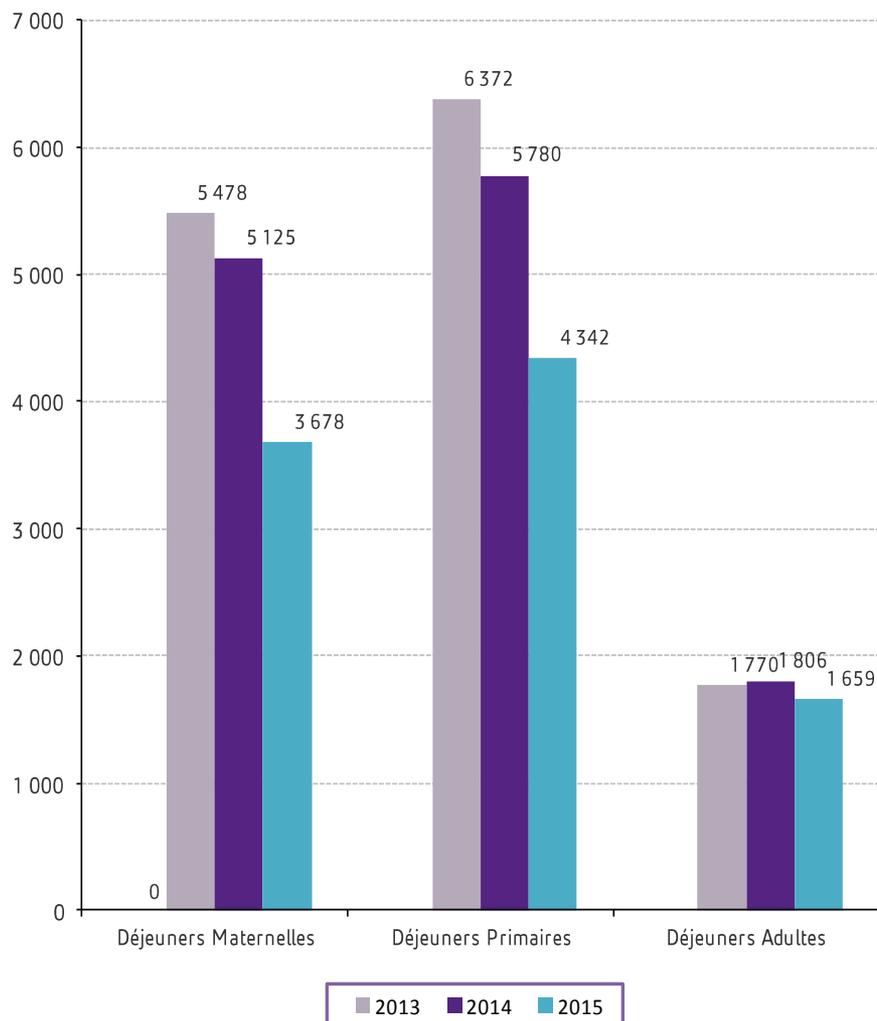


Une progression de 4.5 %
par rapport à l'an passée,
décomposée ainsi :
✓ 8.7 % de maternelles,
✓ 2.8 % de primaires,
✓ et -7.2 % d'adultes.



1.1 L'évolution de la fréquentation

• L'évolution de la fréquentation en accueil de loisirs (avec pique-niques)



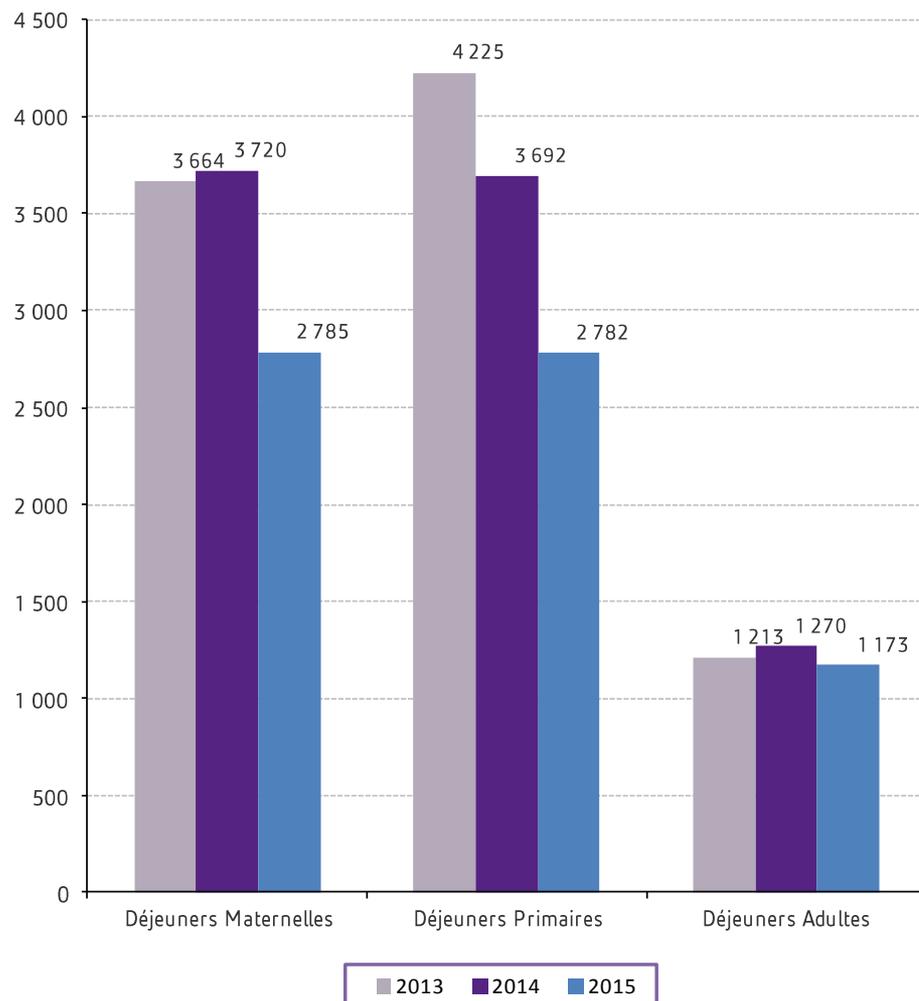
Une baisse de 23.9 % par rapport à l'an passé, détaillée ainsi :

- - 28.2 % de maternelles,
- - 24.9 % de primaires,
- - 8.1 % d'adultes.



1.1 L'évolution de la fréquentation

• L'évolution de la fréquentation en accueil de loisirs (Hors pique-niques)



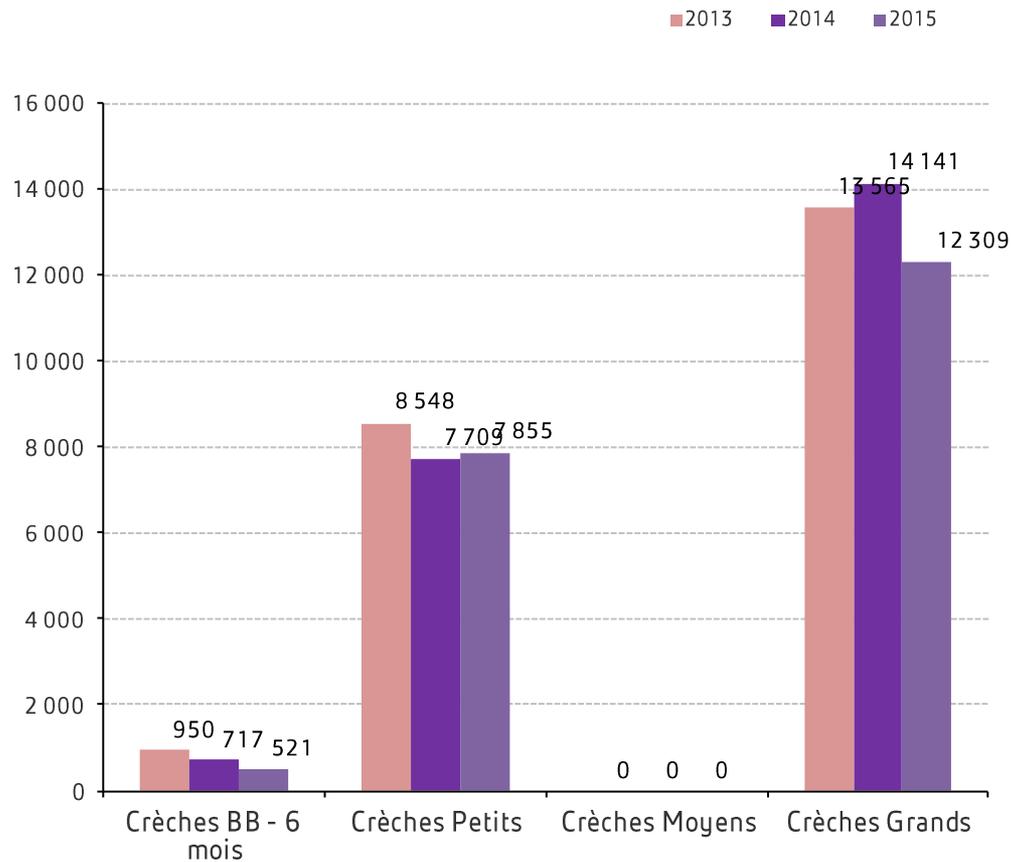
Sans les pique-niques, nous pouvons noter une baisse de 22.4 % par rapport à l'an passé, réparti de la manière suivante:

- - 25.1% de maternelles,
- - 24.6 % de primaires,
- - 7.6 % d'adultes.



1.1 L'évolution de la fréquentation

• L'évolution de la fréquentation en crèches



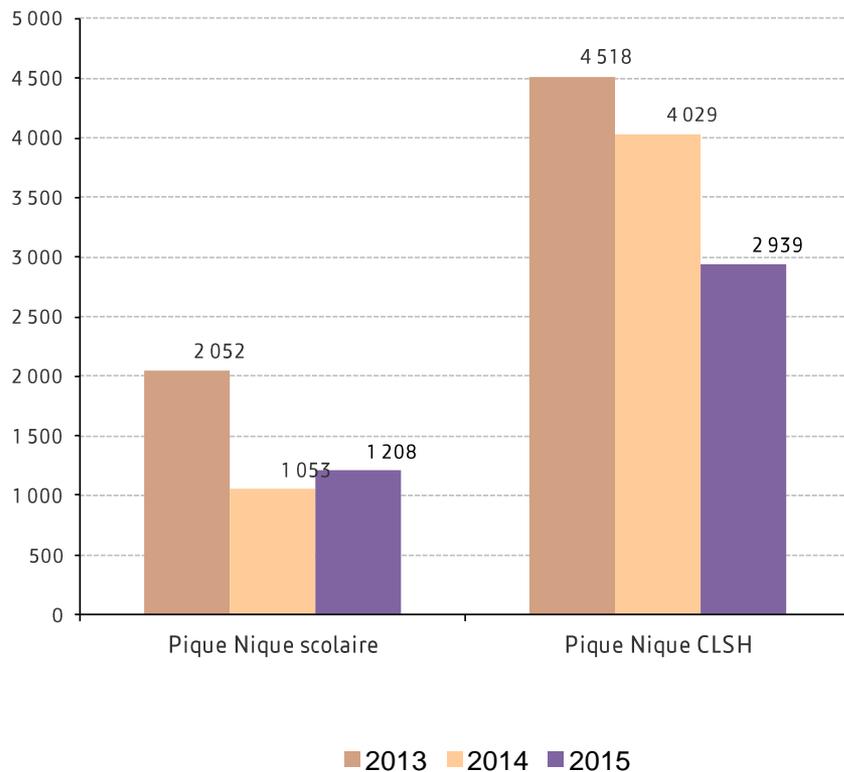
une baisse de 8.3 % par rapport à l'an passé répartie ainsi :

- ❖ - 27.3 %, Bébés de -6 mois
- ❖ +1.9 %, Bébés 6/12 mois
- ❖ -13 %, Grands 18/24 mois



1.1 L'évolution de la fréquentation

• L'évolution de la fréquentation en pique-niques



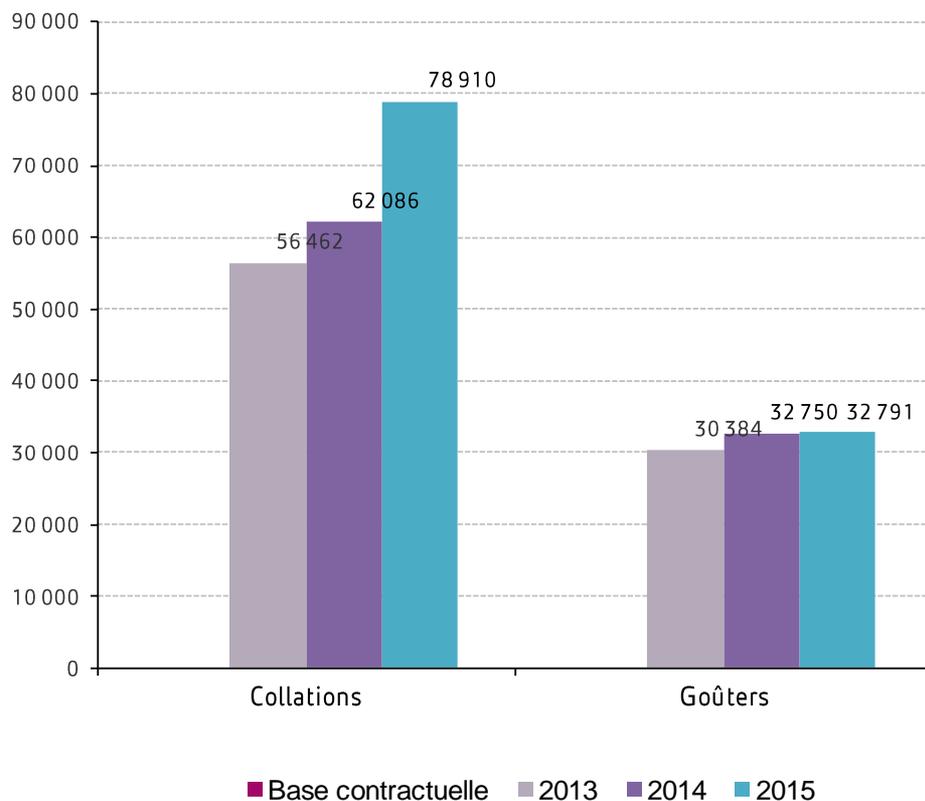
une baisse de plus de 18.4 %
par rapport à l'an passé dont :

- +14.7% pour le scolaire,
- - 27.1 % pour l'ALSH.



1.1 L'évolution de la fréquentation

- L'évolution de la fréquentation pour les autres prestations Collations et goûters :
•SCOLAIRE et l'ALSH.

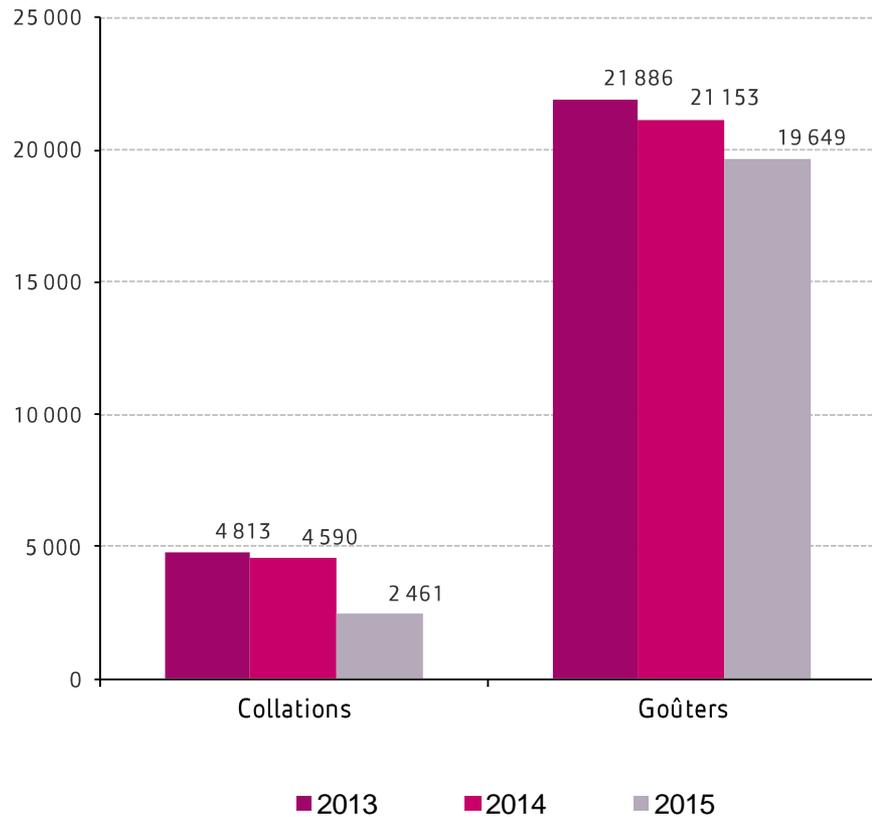


Autres prestations du scolaire et de l'ALSH (collations et goûters) + 17.18 % réparti ainsi:
➤ Collation +27.1%
➤ Goûter +0.1%



1.1 L'évolution de la fréquentation

- L'évolution de la fréquentation pour les autres prestations, Collations et goûters :
- CRECHES.



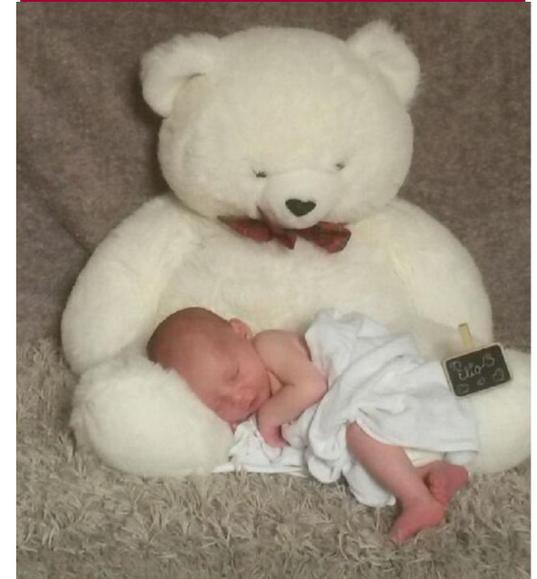
Autres prestations des Crèches :

- 14.1 %

Soit :

➤ - 46.4 % en collations

➤ - 7.1 % en goûters



1.2. L'activité économique



1.2 L'activité économique

• Décomposition de notre prix

Le prix de vente applicable, décomposé par type de prestations

Catégories de convives	Prix en € HT		
	Prix applicable 01/01/13	Prix applicable 01/01/14	Prix applicable 01/01/2015
Repas Crèches			
Catégories Bébé -6mois	2,374	2,403	2,360
Catégories Bébé Petits	4,883	4,928	4,840
Catégories Bébé Moyens	5,357	5,407	5,321
Catégories Bébé Grands	5,642	5,696	5,612
Collation	0,255	0,258	0,260
Goûter	0,633	0,643	0,646
Restauration scolaire			
Maternelles	5,256	5,308	5,211
Primaires	5,447	5,502	5,406
Adultes Encadrants	5,913	5,973	5,880
Collation	0,264	0,267	0,268
Gouter	0,635	0,643	0,646
Pique nique	5,663	5,720	5,625
Prestations annexes (plateaux repas)	8,330	8,432	8,475
Centres de loisirs			
Maternelles	5,256	5,308	5,211
Primaires	5,447	5,502	5,406
Adultes Encadrants	5,913	5,973	5,880
Collation	0,264	0,267	0,268
Gouter	0,635	0,643	0,646
Pique nique	5,663	5,720	5,625

Sur l'année en cours, les prix ont été révisés de

+0,513 % au 1^{er} janvier 2015

par application de la formule de révision de prix contractuelle.

Avec décomposition des tarifs de la prestation des crèches, en trois parties (collation, repas et goûter) depuis octobre 2012.

Prix unique de facturation pour tous les pique-niques (maternels, primaires, adultes).

Le compte d'exploitation pluri annuel détaillé

VILLE DE MENNECY

COMPTE D'EXPLOITATION

Du 1 janvier 2015 AU 31 Décembre 2015

<i>En Euros</i>	Exercice 2014	Exercice 2015
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 145 143	1 150 970
MATIERE PREMIERE (Coût du repas livré)	-771 099	-785 533
MAIN D'OEUVRE	-48 028	-50 315
FOURNITURES DE BUREAU ET DE GE	-5 616	-4 319
ASSURANCES	-2 335	-1 760
TEL / FAX	-574	-385
FOURNITURES D'EXPLOITATION	-423	-2 378
LOC. ENTRET. REPAR. VEHICULE	-4 660	-4 893
LOCATION MAT. D'EXPLOITATION	0	0
ENTRETIEN/ MAINTENANCE MOBILIE	-5 061	-4 577
ENTRETIEN SATELLITES	0	0
ORGANIC	-1 832	-1 842
CVAE (anciennement Taxe pro.)	-9 734	-9 469
PRODUITS D' ENTRETIEN ET LESSI	-8 821	-7 235
LINGE ET UNIFORMES	-12 938	-14 466
VERRERIE-VAISSELLE	0	0
CONDITIONNEMENT/VAISSELLE A US	-10 961	-9 356
ANIMATION COMMERCIALE	-3 055	-2 650
CADEAUX / OBJETS PROMOTIONNELS	0	0
LOCATION SYSTEMES D'INFORMATIO	-1 203	-1 712
ENTRET./ REPAR. / MAINTEN. SYS	-2 080	-2 252
DEPLACEMENT/MISSION/RECEPTION	-3 141	-3 437
AUTRES HONORAIRES	-2 186	-137
COUTS RESEAU INFORMATIQUE	-1 200	-1 320
CANTINES.COM	-23 777	-25 773
TOTAL FRAIS GENERAUX	-99 597	-98 010
AMORTISSEMENTS	-24 000	-17 226
AMORTISSEMENTS DE CADUCITE	-87 573	-86 900
PROVISIONS DE RENOUVELLEMENT	-20 437	-2 122
AUTRES PRODUITS ET CHARGES EXC	-1 828	0
TOTAL CHARGES DIVERSES	-133 837	-106 248
RESULTAT D'EXPLOITATION	92 581	110 864

1.3. Les flux financiers avec la ville



1.3 Les flux financiers avec la ville

• Nombre de repas servis avec encaissement auprès des usagers

Catégories de convives	2013			2014			2015		
	Nombre de repas servis	Repas facturés aux familles par Cantines.Com	Part des repas encaissés en %	Nombre de repas servis	Repas facturés aux familles par Cantines.Com	Part des repas encaissés en %	Nombre de repas servis	Repas facturés aux familles par Cantines.Co	Part des repas encaissés en %
Maternelles	50 559	51 373	101,6%	54 902	54 812	99,8%	60 096	59 465	99,0%
Primaires	96 229	97 928	101,8%	105 542	105 325	99,8%	109 244	108 838	99,6%
Adultes	4 181	0	0,0%	4 476	0	0,0%	4 178	4	0,1%
Sous Total Repas sco	150 969	149 301	98,9%	164 920	160 137	97,1%	173 518	168 307	97,0%



Un taux de facturation des repas auprès des familles de près de 100% pour les maternelles et les primaires.

1.3 Les flux financiers avec la ville

• Les compensations

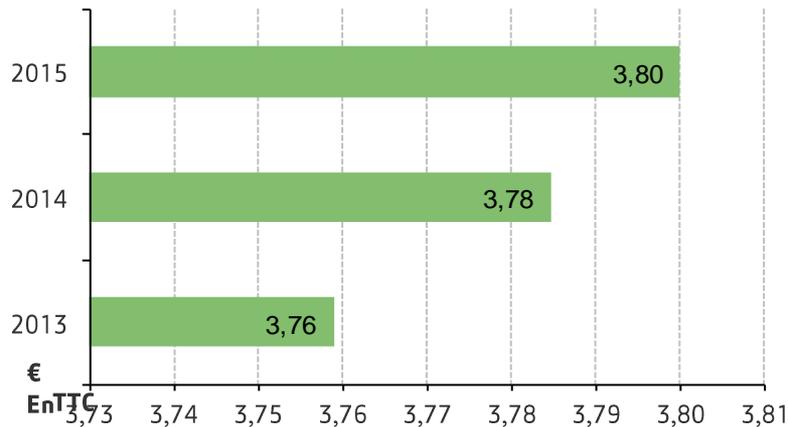
	2013	2014	2015
Nombre de repas compensables	149 301	160 444	169 340
Facturation auprès des familles en € TTC*	561 205,03	607 220,02	654 580,80
Facturation auprès de la ville en € TTC**	273 618,22	313 167,79	206 684,40
Prix moyen payé par les familles en € TTC	3,76	3,78	3,80
Prix moyen payé par la ville en € TTC	1,83	1,95	1,58

* Nombre de repas consommés par les usagers au tarif défini par la collectivité

** Ecart entre le tarif contractuel et les tarifs usagers définis par la ville, et les repas non identifiés (usager non identifié ou excédent de commande)

Evolution du nombre de repas compensables d'environ 5,5 %.

Une évolution de la prise en charge des repas payés par les familles de + 0,02 € T.T.C.



1.3 Les flux financiers avec la ville

VILLE DE MENNECY
COMPENSATION DES TARIFS SOCIAUX
DU 01 JANVIER 2015 AU 31 DECEMBRE 2015

1. CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA CONCESSION

	Quantité de janv à déc	Prix Unitaire HT	Chiffres d'Affaires HT
Repas Maternelle	59691	5,211 €	311 049,80 €
Piques niques maternels	405	5,625 €	2 278,13 €
Repas Primaire	108465	5,406 €	586 361,79 €
Piques niques primaires	779	5,625 €	4 381,88 €
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL HT			904 071,59 €

2. MONTANT DE LA FACTURATION DIRECTE AUPRES DES CLIENTS

Total de la Facturation auprès des Clients TTC	654 580,80 €
OD comptable	-10,92 €
Total de la Facturation auprès des Clients TTC	654 569,88 €
Total de la Facturation auprès des Clients HT	620 445,38 €
TOTAL HT DE LA FACTURATION CLIENTS	620 445,38 €

3. FACTURATION AUPRES DE LA VILLE

Facturation des 12ème prévisonnels			
12 factures de	17 223,70 €	12	206 684,40 €
TOTAL HT DE LA FACTURATION A LA VILLE			206 684,40 €

RECAPITULATIF

1. CHIFFRE D'AFFAIRES HT DE LA CONCESSION	904 071,59 €
2. TOTAL HT DE LA FACTURATION AUPRES DES CLIENTS	- 620 445,38 €
3. TOTAL HT FACTURES A LA VILLE	- 206 684,40 €
SOLDE HT A COMPENSER	76 941,81 €
TVA 5,5 %	4 231,80 €
SOLDE TTC A COMPENSER en faveur d'ELIOR	81 173,61 €

1.3 Les flux financiers avec la ville

VILLE DE MENNECY
REPAS EN FACTURATION
DU 01 JANVIER 2015 AU 31 DECEMBRE 2015

Restoration SCOLAIRE					
Repas soumis à la facturation par 12ème					
MOIS	Maternelles SCO	Piques niques maternels	Primaires SCO	Piques niques primaires	TOTAL
Janvier	6 631		12 462		19093
Février	3 249		5 776		9 025
Mars	7 625		13 740		21365
Avril	3 926		7 294		11 220
Mai	5 590		10 309		15899
Juin	6 871	405	12 665	779	20 720
Juillet	890		1 626		2516
Août					0
Septembre	7 793		13 727		21520
SOUS -TOTAL	42575	405	77599	779	121358
Octobre	4 478		8 009		12 487
Novembre	7 518		13 617		21135
Décembre	5 120		9 240		14 360
SOUS-TOTAL	17116	0	30866	0	47982
TOTAL ANNUEL	59691	405	108465	779	169340

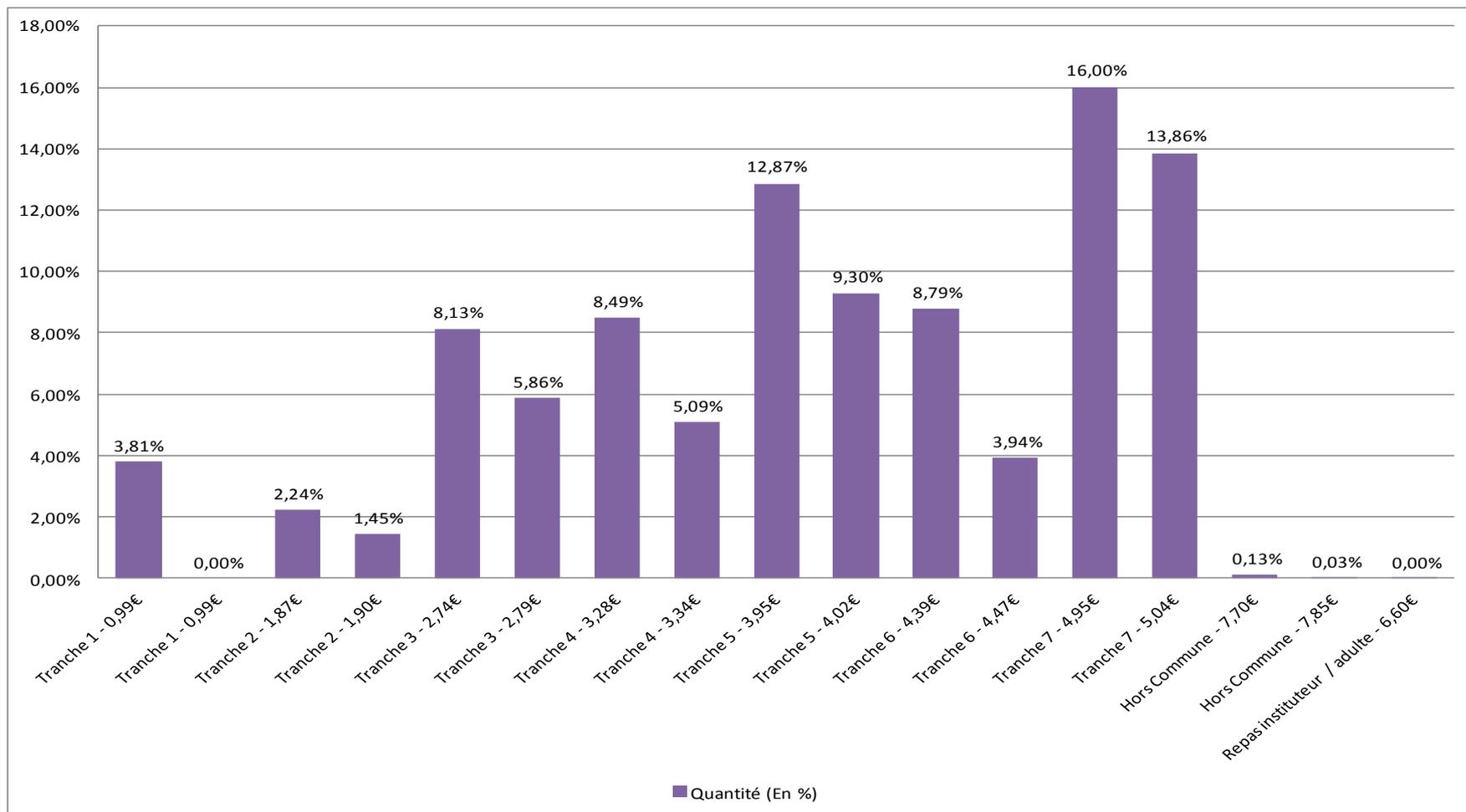
1.3 Les flux financiers avec la ville

VILLE DE MENECY
FACTURATION AUPRES DES CONVIVES
DU 01 JANVIER 2015 AU 31 DECEMBRE 2015

QUOTIENT	Tarif TTC janv.15 à août 15	Tarif TTC sept. 15 à déc 15	Tarif TTC Régul 2014	Quantité Facturée	TOTAL T.T.C. FACTURE
QT1	0,99 €			6409	6 344,91 €
QT1		0,99 €			- €
QT2	1,87 €			3767	7 044,29 €
QT2		1,90 €		2444	4 643,60 €
QT3	2,74 €			13679	37 480,46 €
QT3		2,79 €	-3,20 €	9866	27 526,14 €
QT4	3,28 €			14288	46 864,64 €
QT4		3,34 €		8560	28 590,40 €
QT5	3,95 €		-7,72 €	21652	85 525,40 €
QT5		4,02 €		15651	62 917,02 €
QT6	4,39 €			14796	64 954,44 €
QT6		4,47 €		6624	29 609,28 €
QT7	4,95 €			26931	133 308,45 €
QT7		5,04 €		23328	117 573,12 €
Hors Commune	7,70 €			224	1 724,80 €
Hors Commune		7,85 €		57	447,45 €
Repas instituteur / adulte	6,60 €			4	26,40 €
Repas instituteur / adulte					- €
TOTALTTC				168280	654 580,80 €
OD comptable TTC			-10,92 €		-10,92 €
TOTAL TTC					654 569,88 €
TOTAL HT					620 445,38 €

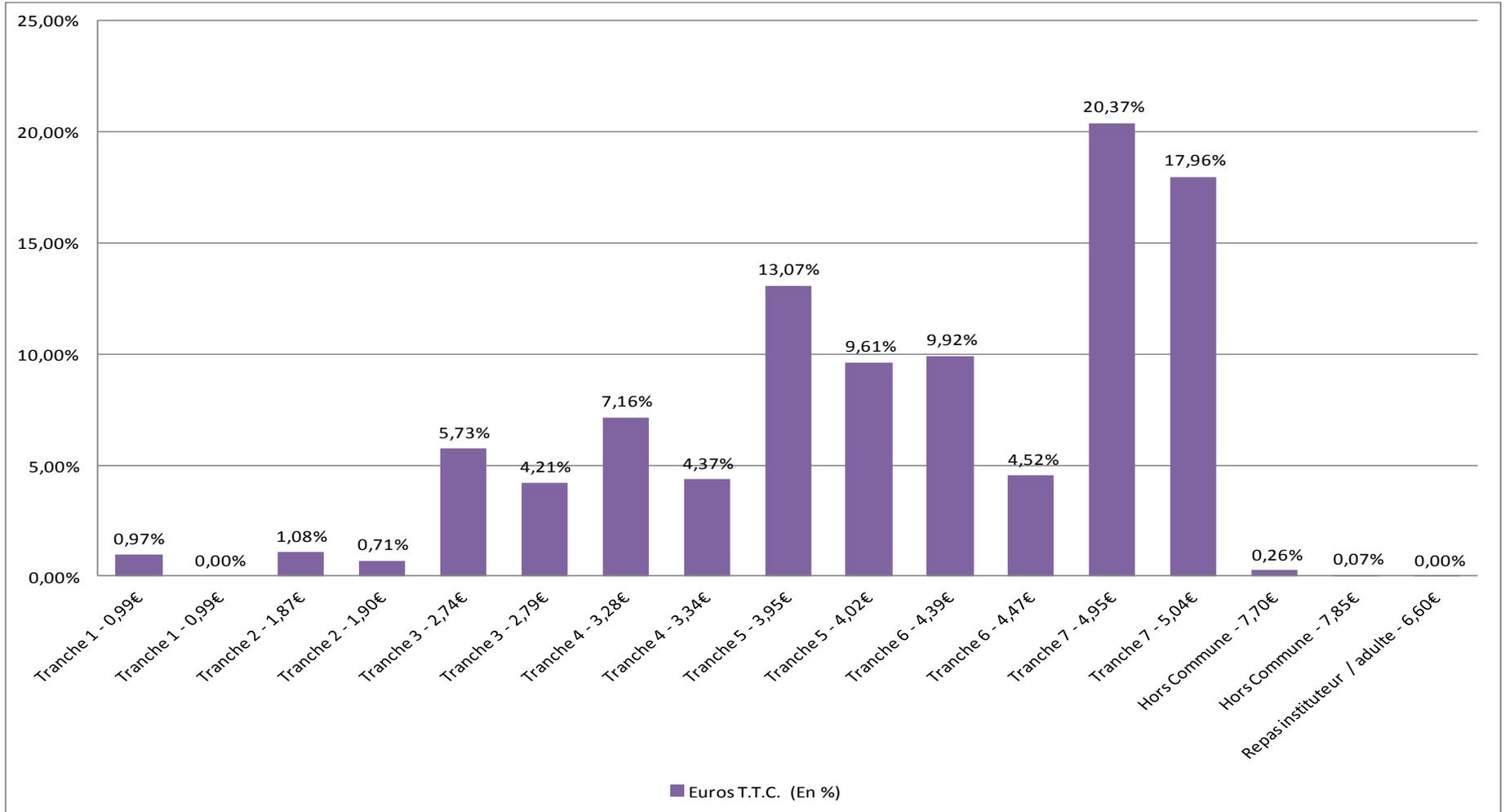
1.3 Les flux financiers avec la ville

• La part des repas consommés par catégorie



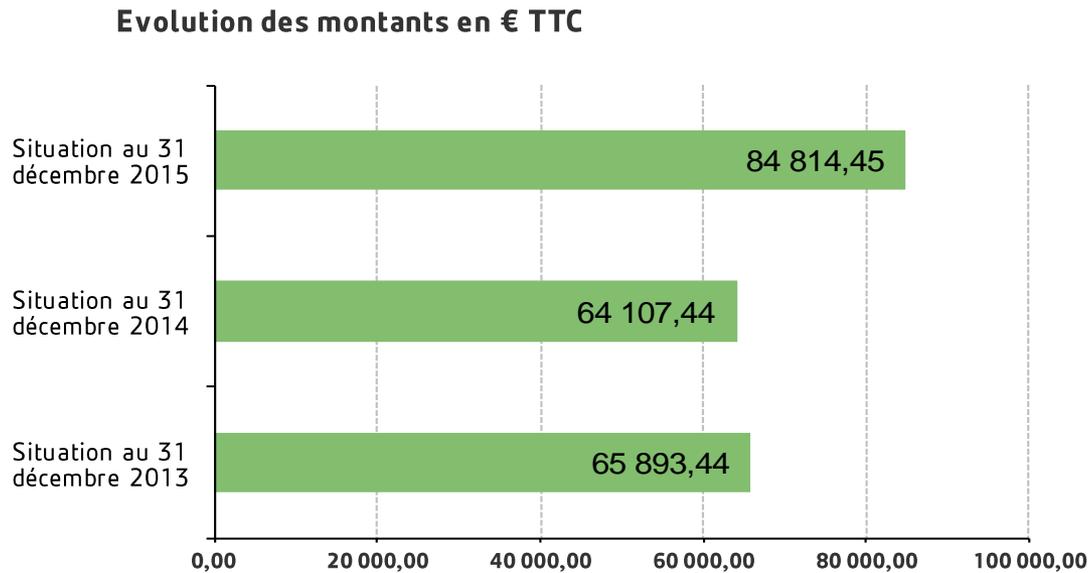
1.3 Les flux financiers avec la ville

• La part des recettes familles par catégorie



1.3 Les flux financiers avec la ville

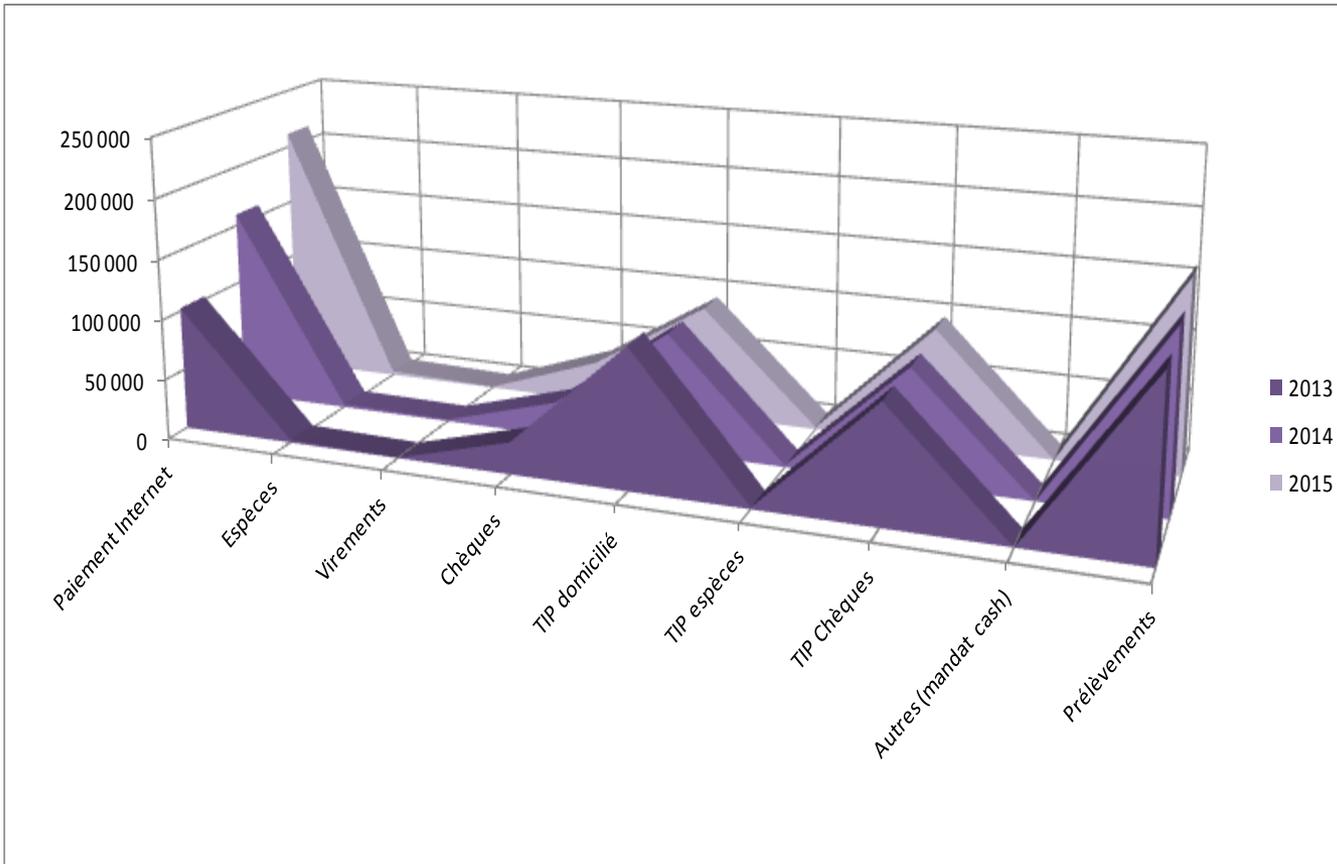
- Evolution des factures impayées par les familles



→ Nous observons une hausse importante de 32,30% des impayés soit un écart de 20 707,01 euros TTC.

1.3 Les flux financiers avec la ville

• La répartition des modes de paiement



Le constat d'une très nette augmentation des paiements par internet, puis par prélèvements

1.3 Les flux financiers avec la ville

- La répartition des modes de paiement en 2015

Modes de paiement	Montants € TTC	Quantités	Pourcentages
Paiement Internet	211 751,83 €	3 147	34,15%
Espèces	3 172,26 €	91	1,02%
Virements	706,15 €	14	0,12%
Chèques	34 108,80 €	372	3,04%
TIP domicilié	92 789,00 €	1 570	16,15%
TIP espèces	1 865,62 €	41	0,49%
TIP Chèques	96 896,47 €	1 708	19,40%
Autres (mandat cash)	0,00 €	0	0,00%
Prélèvements	159 940,81 €	2 439	25,62%
Total	601 230,94 €	9 382	100%

1.3 Les flux financiers avec la ville

- Evolution de la répartition des modes de paiement de 2013 à 2015 en euro TTC.

Modes de paiement	2013	2014	2015
Paiement Internet	102 466,00	159 574,19	211 751,83
Espèces	2 184,00	2 278,20	3 172,26
Virements	300,00	1 263,46	706,15
Chèques	26 215,00	28 361,47	34 108,80
TIP domicilié	115 396,00	97 787,79	92 789,00
TIP espèces	1 585,00	1 587,05	1 865,62
TIP Chèques	96 520,00	93 477,88	96 896,47
Autres (mandat cash)	0,00	96,12	0,00
Prélèvements	144 032,00	148 466,07	159 940,81

2. LA QUALITÉ DE NOTRE SERVICE



2.1. La qualité et la sécurité des Repas

2.2. La satisfaction des Convives

2.3. L'engagement de nos Équipes

2.4. Nos engagements en matière de Développement Durable

2.1. La qualité et la sécurité des Repas



2.1. La qualité et la sécurité des repas

• La qualité nutritionnelle des repas

Nos menus sont composés par le pôle offre alimentaire :

- > Nos **diététiciennes** veillent au respect de l'équilibre et de la variété alimentaires.
- > Le **Responsable Innovation** et un **comité de chefs experts** créent de nouvelles recettes à intégrer aux menus.

Nos menus suivent strictement les règles fixées par les pouvoirs publics:

- > le **décret du 30 septembre 2011** relatif à l'équilibre nutritionnel
- > le **Programme National Nutrition Santé**
- > la **Circulaire interministérielle** du 25/06/2001

**Elior Restauration
Enseignement participe
à la prévention du
surpoids et de
l'obésité**



2.1. La qualité et la sécurité des repas

• Focus sur les objectifs du décret du 30 septembre 2011

Garantir les apports en fibres et vitamines	<ul style="list-style-type: none">▪ Favoriser la consommation de fruits et légumes à tous les repas▪ Proposer des féculents un repas sur deux
Diminuer les apports en lipides et rééquilibrer la consommation des acides gras	<ul style="list-style-type: none">▪ Réduire la consommation de charcuteries, produits frits et pré-frits, entrées pâtisseries▪ Favoriser la consommation de filets de poisson▪ Favoriser les pâtisseries simples à base de fruits, faites maison
Diminuer la consommation de glucides simples	<ul style="list-style-type: none">▪ Préférer des desserts à base de fruits frais ou cuits▪ Proposer des pâtisseries et desserts lactés maison
Augmenter les apports en fer et en oligoéléments	<ul style="list-style-type: none">▪ Proposer des viandes entières de boucheries (bœuf, agneau et veau) au moins une fois pas semaine
Garantir les apports en calcium	<ul style="list-style-type: none">▪ Préférer des fromages et des laitages riches en calcium

Améliorer les pratiques et les apports nutritionnels pour lutter contre l'obésité



2.1. La qualité et la sécurité des repas

• La politique nutritionnelle d'Elior

Nourrir les enfants et les jeunes est un enjeu d'avenir essentiel

Nos **4 engagements** pour mettre en œuvre cette politique à vos côtés :

- > Etablir des plans alimentaires respectueux du **décret du 30 septembre 2011** et **prévenir l'obésité**
- > **Favoriser l'innovation culinaire** et **éduquer aux goûts**
- > Sélectionner des **produits de qualité**
- > Répondre aux **attentes liées à l'âge** et aux **spécificités de nos convives**

**Les 4 engagements
de la politique
nutritionnelle d'Elior**



2.1. La qualité et la sécurité des repas

• Focus sur les axes de conception des menus

- **Importance de la familiarité** : appréciation déterminée par la connaissance = la répétition favorise la consommation
- **Goût pour la simplicité des recettes**
==> nécessité d'accompagner les enfants dans la découverte
- **Textures croquantes appréciées**
- **Eviter les marquants** (persil...)
- **Associations** à travailler pour accroître la consommation (ajout de thon aux poireaux...)



- **Recettes les mieux consommées** sur l'année scolaire 2012 - 2013
==> à valoriser dans les menus
- **Recettes les moins bien consommées** sur la même période
==> à retravailler en fonction des recommandations de l'Institut Paul Bocuse

Les résultats des études menées avec l'Institut Paul Bocuse

Les résultats de l'observatoire du Goût

Notre politique nutritionnelle
Des idées plein l'assiette

Les exigences de votre cahier des charges



- Respect des **règles nutritionnelles** et des **saisons**
- **Variété des menus** : recettes des patrimoines culinaires d'ici et d'ailleurs, plats préférés des enfants, recettes végétariennes et de saison...
- Intégration de **recettes Innovation culinaire, validées par nos convives**
- **Recettes maison**

- Composition d'un repas : **équilibre et variété**
- *A compléter en fonction de votre contrat*

2.1. La qualité et la sécurité des repas

• Focus sur la démarche d'innovation culinaire

Elior Restauration Enseignement a mis en place, depuis plus de deux ans, une démarche d'Innovation Culinaire afin de renouveler régulièrement le plaisir dans l'assiette.

En partenariat avec ses chefs, le Responsable Innovation culinaire sélectionne de nouveaux produits et imagine des recettes savoureuses, innovantes et simples à réaliser.

Animer cette démarche dynamique implique de :

- Rechercher ou créer des **produits en lien avec les fournisseurs**
- **Créer de recettes avec des partenaires reconnus :**
Comités des experts Elior , Michel Sarran...
- **Travailler sur les plats les moins appréciés** par nos convives pour accroître leur consommation
- **Tester des recettes** auprès des convives pour s'assurer qu'elles correspondent à leurs goûts.

Innover et revisiter le patrimoine culinaire, en adéquation avec les goûts des convives

=

Une démarche structurée et participative



2.1. La qualité et la sécurité des repas

• TRACABILITE DES PRODUITS SERVIS EN 2015

PRODUITS	FOURNISSEUR	LOCALISATION
Pains et viennoiseries	Boulangeries : « Leroy à la gare », « L' Andaline à la Verville », « Bénard , place de la Mairie »	MENNECY
Fruits et légumes bruts	AFL	RUNGIS (94)
Salade 4 ^{ème} gamme	Rosée des Champs	BRETAGNE
5 ^{ème} Gamme	Bonduelle	PARIS
Pizzas et tartes fraîches	PIZZA CLOT	VOREPPE (38)
Produits appertisés et économat	Cercle vert	SARCELLE(93)
Produits surgelés	Pomona	ST OUEN L'AUMONE (95)
Volailles, charcuterie, Viandes fraîches, Produits laitiers	RHC	RUNGIS
Poissons frais	Cité Marine et DLG	BRETAGNE et ORLY
Omelettes fraîches	ABCD	BRETAGNE
Sandwich club	Speedwich	BREBIERES 62
Boissons	Socodis	PARIS
Biscuits secs	Bretagne desserts	BRETAGNE
Pâtisserie fraîche	Tartefrais	Calvados
Produits BIO	Bioservices Naturdis	BRATOME 24 GRASSE

2.1. La qualité et la sécurité des repas

• PLANNING DE FRUITS SERVIS EN 2015

VARIETE DES FRUITS	janv-15	févr-15	mars-15	avr-15	mai-15	juin-15	juil-15	août-15	sept-15	oct-15	nov-15	déc-15
ABRICOTS						2	1	1	1			
ANANAS	1	1		1	1	1	1	1		1	1	
BANANE	1			2	1	1	1		2		2	
CERISES						1						
CLEMENTINE	2	1									2	2
FRAISES					2	1						
KWI			2	1	1					1		2
MELON CHARENTAIS						1	1	1				
MELON JAUNE								1				
MELON VERT						1						
MIRABELLES									1			
NASHI												
NECTARINE						2	2	1				
ORANGE	1	2	1	1					1	1		1
PASTIQUE					1	2		2	1			
PECHE BLANCHE							2		1			
PECHE JAUNE						2		1				
POIRE		2								1	1	2
POMME		1										
POMME BICOLORE	1											
POMME GOLDEN												
POMME ROUGE				1								
PRUNE JAUNE								1	1			
PRUNE ROUGE								1				
RAISIN BLANC								1	1	1		
RAISIN NOIR									1	3		
ANANAS BIO			1									1
BANANE BIO												
CLEMENTINE BIO												
MELON JAUNE BIO												
MELON VERT BIO												
NECTARINE BIO						1						
ORANGE BIO			1						1		1	1
PASTIQUE BIO												
PECHE BIO						1						
POIRE BIO	1	1			1							
POMME BIO	1				1					1	1	3
PRUNE BIO												
RAISIN BIO												

 Service de fruit prévu au menu

 BIO Fruit BIO

2.1. La qualité et la sécurité des repas

• PLANNING PRODUITS BIO SERVIS EN 2015

PRODUITS BIO	janv-15	févr-15	mars-15	avr-15	mai-15	juin-15	juil-15	août-15	sept-15	oct-15	nov-15	déc-15
Betteraves BIO			1						1		1	
Blé BIO				1								
Carottes rapées BIO			1	1	1	1		1		1	1	1
Céleri BIO												
Concombre BIO		1		1								
Endives BIO												
Haricots verts BIO		1							1		1	
Mélange de crudité		1		1						1	1	
Panaché de crudités BIO												
Potage de légumes BIO		1										1
Radis BIO												
Salade de blé BIO												
Salade de coquillettes BIO												
Salade de riz BIO catalane												
Salade verte BIO				1	1			1	2			
Tomates BIO						1		2	1			
Brandade de poisson BIO									1			
Emincé de volaille BIO								1				
Hachi-Parmentier BIO									1			
Penne bolognaise BIO												
Poulet BIO												
Sauté de bœuf BIO												
Boullghour BIO			1									
Carottes BIO											1	
Chou-fleur BIO		1		1		1	1					1
Courgettes BIO												
Epinards BIO												
Semoule BIO	1	1	1	2	1	1	2	1		1		1

BIO

Quantités Produits BIO

2.1. La qualité et la sécurité des repas

• PLANNING PRODUITS BIO SERVIS EN 2015

PRODUITS BIO (suite)	janv-14	févr-14	mars-14	avr-14	mai-14	juin-14	juil-14	août-14	sept-14	oct-14	nov-14	déc-14
Brocolis BIO												
Choux blanc BIO												1
Coquillettes BIO	1			1			1					
Fusilli BIO		1			1							
Lentilles BIO			1							1		
Macaronis BIO				1								
Papillons BIO												
Penne BIO												
Riz BIO				1				1	1	1	1	
Brie BIO		1				1						
Camembert BIO		1								1		
Carré de l'Est BIO						1						
Coulommiers BIO												
Emmental BIO										2		
Fromage blanc nature BIO				1					1		1	
Fromage fondu BIO												
Fromage rapé BIO												
Gouda BIO								1		1		
Mimolette BIO												
Petits suisses fruits BIO				1	1		1	1	1			
Petits suisses nature BIO			1	1								
Saint Paulin BIO								1				
Tomme BIO												
Yaourt aux fruits BIO	1						1				1	
Yaourt nature BIO	1				1		1		1		1	
Biscuit nappé chocolat BIO	1		1									
Cocktail de fruits BIO												
Compote de pomme BIO												1
Compote pom'fraise BIO								1				1
Sablé amandes citron BIO							1					
Sablé au beurre BIO												

BIO

Quantités Produits BIO

2.1. La qualité et la sécurité des repas

• ORIGINE DES PRODUITS BIO : provenance France majoritairement

Produits	ORIGINE DES PRODUITS	Produits	ORIGINE DES PRODUITS
Prune rouge	Espagne	Potage de légumes	France
Yaourt nature et aromatisé	France	Petit suisse aux fruits	France
Poire	France	Lentilles	France
Haricots verts	France	Chou fleur	France
Carottes	France	Brie	France
Sauté de dinde	France	Orange	Espagne
Salade verte	France	Betterave	France
Emmental	France	Hachi parmentier	France
Banane	République dominicaine	Nectarine	France
Sauté de bœuf	France	Pomme	Italie
Carottes râpées	France	Macaroni	Italie
Compote pomfraise	Italie	Taboulé	France
Fusillis	Italie	Camembert	France
Tomate	France	Quinoa	Bolivie
Gouda	France	Emmental	France
Melon jaune	Espagne	Poulet rôti	France
Mâche	France	Coquillettes	Italie
Boullgour	France	Papillons	Italie
Mimolette	France	Clémentine	Espagne
Riz	UE/Thaïlande/Uruguay/Brésil	Fromage blanc	France
Pastèque	Espagne	Endives	France (Val de Loire)
Céleri	France (Val de Loire)	Brocolis	France
Biscuit nappé chocolat	France	Cocktail de fruits	Espagne
Radis	France (Val de Loire)	Penne	U.E.
Melon vert	Espagne	Concombres	Espagne
Semoule	France	Pêche	France

2.1. La qualité et la sécurité des repas

• Notre politique de sécurité alimentaire

> Basée sur la prévention et la maîtrise des risques sanitaires, **notre politique Hygiène et Sécurité Alimentaire a largement anticipé les nouvelles réglementations** en matière d'hygiène dans les établissements de restauration collective

> **Par la méthode HACCP**, « Hazard Analysis and Critical Control Points », qui définit des procédures systématisées de prévention des risques alimentaires pour les convives, **nous prouvons notre maîtrise de chaque risque**, tout au long de la chaîne culinaire

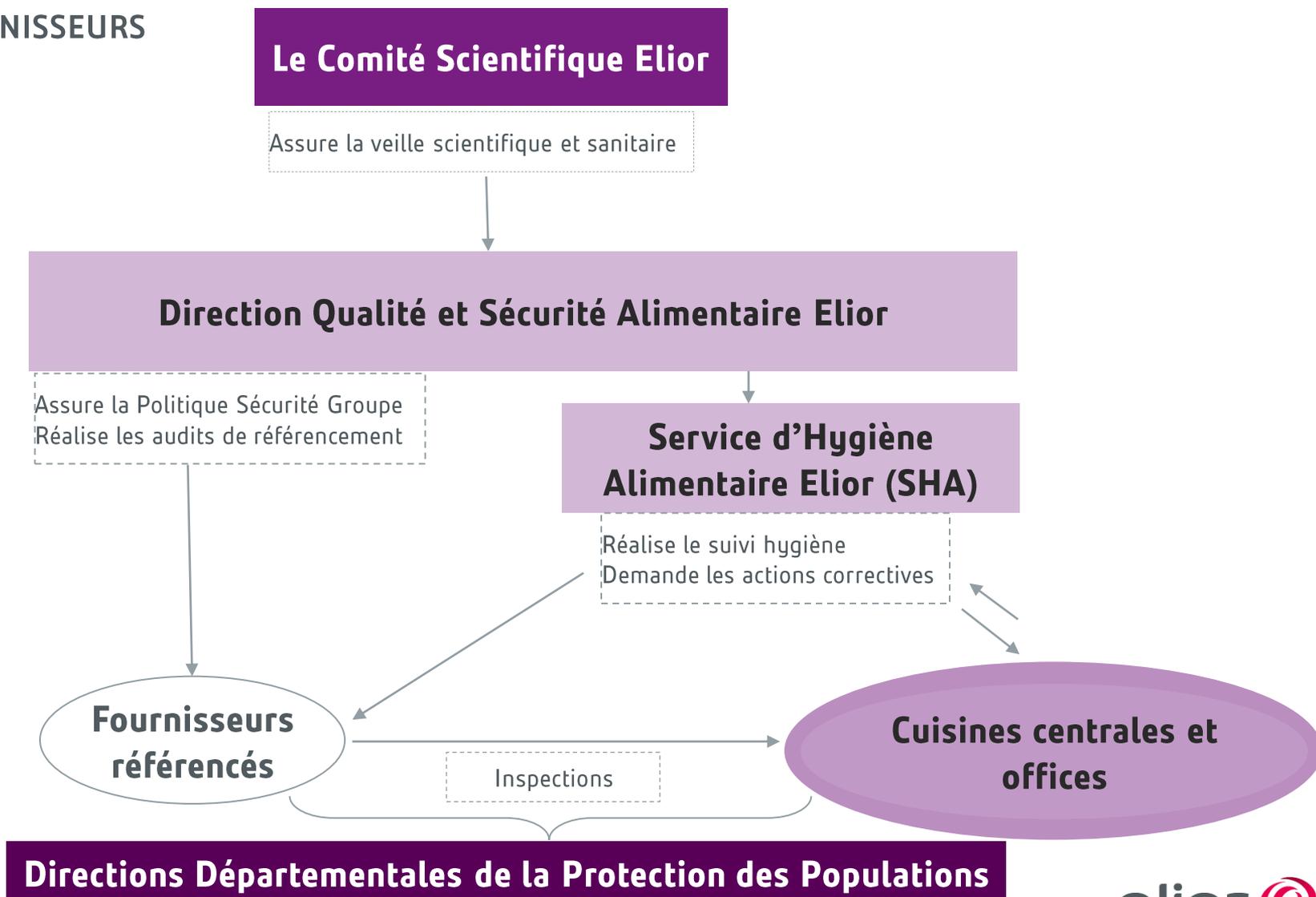
La politique
Hygiène et Sécurité
Alimentaire



2.1. La qualité et la sécurité des repas

• Les acteurs de la sécurité alimentaire

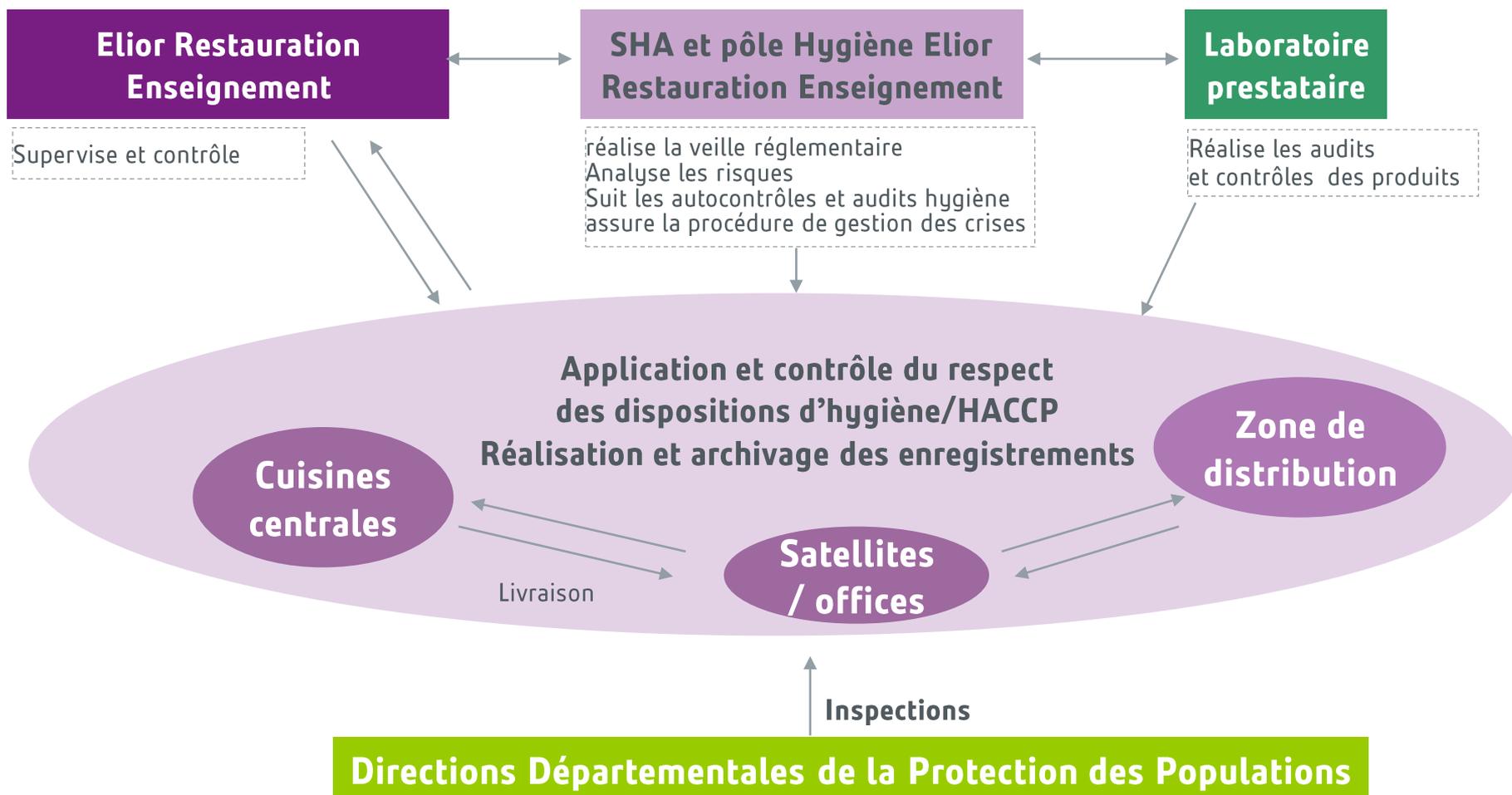
Les FOURNISSEURS



2.1. La qualité et la sécurité des repas

• Les acteurs de la sécurité alimentaire

Les RESTAURANTS



2.1. La qualité et la sécurité des repas

• Les autocontrôles microbiologiques

Conformément aux textes réglementaires et à notre manuel HACCP, nous faisons réaliser régulièrement des **analyses microbiologiques des plats et des surfaces**, par un laboratoire indépendant (Cf. schéma précédent).

La réglementation classe la qualité microbiologique d'un produit alimentaire ou d'une surface dans une des catégories suivantes

- **Satisfaisant et Acceptable**
- **Non satisfaisant**, à noter que ce niveau n'implique pas nécessairement un danger pour la santé du consommateur

Les analyses
microbiologiques



2.2. La satisfaction des convives



2.2. La satisfaction des Convives

- Etre à l'écoute de nos clients et nos convives

- Afin de savoir ce qui est apprécié dans notre prestation ou ce qui nécessiterait d'être amélioré, nous donnons à nos clients partenaires ainsi qu'à nos convives des opportunités d'expression de leur satisfaction.

- Qu'il s'agisse d'évaluer notre offre alimentaire ou plus largement l'ensemble de notre prestation, nous avons mis en place, en complément des Commissions Restauration, trois outils de mesure et de suivi de votre satisfaction et de celle de nos convives

- Le Baromètre Convives
- L'Observatoire Du Goût
- Le Baromètre Partenaires

3 outils de mesure et
de suivi de la
satisfaction



2.2. La satisfaction des Convives

• Nos actions pour votre ville

Le Baromètre convives



Dates d'enquête	Le novembre 2015
École interrogée	L'Ormeteau
Types de convives interrogés	Enfants
Nombre total de convives interrogés	85 questionnaires rendus complétés

Résultat de l'enquête en annexe n° 4.3.

2.2. La satisfaction des Convives

• Présentation des Commissions Restauration

Les Commissions Restauration sont **des moments privilégiés partagés avec vous** et les représentants des parents d'élèves.

La Commission Restauration doit être une source de progrès pour tous

- ✓ le client
- ✓ l'équipe de cuisine
- ✓ l'équipe éducative
- ✓ le personnel de service
- ✓ les enfants

Au cours de ces rendez-vous, en plus d'une analyse des futurs menus, nous en profitons pour **vous informer** sur des sujets d'actualités comme les allergies alimentaires, le PNNS 3, le Bio, la nouvelle réglementation, etc.



2.2. La satisfaction des Convives

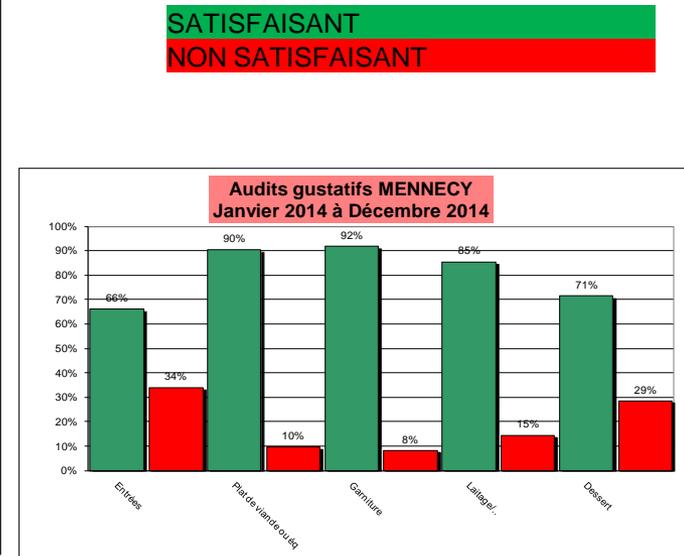
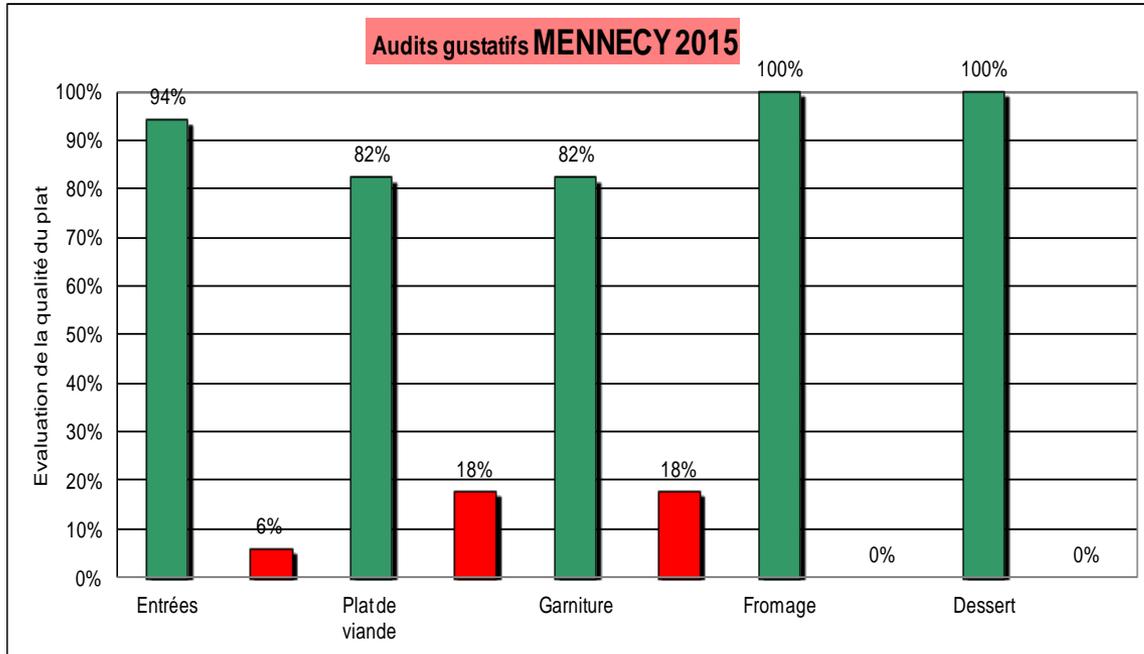
• Fréquence des Pré-commissions et des Commissions restauration

	Janvier 2015	Février 2015	Mars 2015	Avril 2015	Mai 2015	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Septembre 2015	Octobre 2015	Novembre 2015	Décembre 2015	Nombre total
Scolaire		2 février		16 avril		22 juin				12 octobre			4
Crèches		9 février		13 avril			2 juillet			15 octobre			4

- ➔ Ces fréquences respectent ce qui a été prévu dans le cahier des charges.
- ➔ Soit 4 pré-commissions et 4 commissions par an, pour le scolaire ainsi que pour les crèches.
- ➔ Un menu est prévu pour les primaires avec 2 choix d'entrées, de fromages et de desserts.
- ➔ Un menu est décliné du menu Primaire pour les Maternelles avec un seul choix sur les périphériques.
- ➔ Une collation tous les matins, et un goûter.
- ➔ Pour les crèches, 4 menus sont proposés : les Bébés moins de 6 mois, les Petits « 6-12 mois », les Moyens (12-18 mois) et les Grands de plus de 18 mois.
- ➔ Depuis août un double choix sur le plat protidique est proposé aux enfants de maternelle et d'élémentaire.

2.2. La satisfaction des Convives

• Audits gustatifs



• Depuis octobre 2012 des audits gustatifs ont été mis en place et réalisés régulièrement avec la Ville sur toutes les écoles. Entière réussite de ce projet. Ils se sont poursuivis sur 2015, et nous pouvons constater une amélioration de la satisfaction des convives par rapport à 2014 sur les entrées, fromages et desserts.

• Cependant nous observons des résultats plus mitigés sur le plat principal.

• Les auditeurs : Mme Sylvie Peruzzo Maire-Adjoint, Mme Karima Amrani Responsable service restauration scolaire, Mme Silvina Métails Responsable service scolaire, Mme Isabelle Tricard et Responsable service client Elior.

2.2. La satisfaction des Convives

• Les animations

Notre programme d'animations, renouvelé chaque année, célèbre les fêtes traditionnelles du calendrier. Nous souhaitons également sensibiliser les convives au développement durable et leurs transmettre de bonnes habitudes alimentaires.

Les thèmes d'animations pour l'année 2015 :



Animations Saveurs et Découvertes



Animations Nutritionnelles



Animations Développement Durable



Animations Calendaires

**Lulu, la mascotte de
notre programme
d'animations**



elior@

2.2. La satisfaction des Convives

Animations Calendaires

Noël

- Elior a à cœur de relayer Noël en créant un véritable moment de convivialité et de fête dans le restaurant.

Épiphanie

- Elior propose de personnaliser la galette des rois en les décorant à l'aide de pochoirs.

Chandeleur

- C'est la fête des gourmands ! La reine de cette fête reste bien sûr la crêpe.

Pâques

- Des kits spécifiques pour les enfants et pour les adolescents mais tout aussi appétissants

Des animations ludiques et éducatives pour les enfants



2.2. La satisfaction des Convives

Animations Saveurs et Découvertes

L'hiver à la montagne

- Les joies de l'hiver ne seraient pas ce qu'elles sont sans ses plats réconfortants...
L'occasion pour les convives de découvrir ou redécouvrir des plats typiquement savoyards, dans une ambiance chaleureuse.

So British

- A l'occasion de la Coupe du monde de Rugby qui se déroulera en Angleterre en septembre 2015, les convives voyageront le temps d'un repas chez nos voisins britanniques.

La semaine du Goût

- Cette année, nous proposons à nos convives à l'occasion de l'exposition Universelle qui se déroule à Milan une semaine du goût 100 % Italienne.

L'Orange attitude

- De la décoration à l'assiette, tout sera orange dans le restaurant!
Une façon original de célébrer l'automne et ses produits de saison.

Des animations
ludiques et
éducatives pour les
enfants



2.2. La satisfaction des Convives

- Les animations dans votre ville

Convives	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Scolaire et crèche	8/01/2015 La Galette des rois	3/02/2015 La Chandeleur	19/03/2015 La Montagne	7/04/2015 Pâques	22/05/2015 L'Angleterre	18/06/2015 Pique nique Général 25/06/2015 Repas Gastronomique
Convives	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Scolaire et crèche			10/09/2015 Repas de rentrée	12/10/2015 au 16/10/2015 La Semaine du Goût	19/11/2015 L'Orange attitude	15/12/2015 Repas de Noël

2.2. La satisfaction des Convives

- *Le Menu Gastronomique! - Le 25 juin 2015*

Gaspacho, dès de féta et basilic

Parmentier de canard à la patate douce parfumé au curry

Farandole des desserts

Brownie et crème anglaise et tarte noix de coco



Depuis 2013, un menu gastronomique est servi chaque année, sur les écoles de Mennecy.

Cette année encore nous avons réitéré cette expérience particulièrement appréciée des petits et des grands.

C'est une innovation culinaire ainsi qu'un dressage particulier dans l'assiette par les dames de service, qui ont contribué au succès de ce projet pour le plus grand plaisir des enfants !

2.2. La satisfaction des Convives

- MENU DE NOEL – Le 15 décembre 2015



MENU DE NOEL

~ ~ ~ ~ ~

Tartinade de saumon fumé sur toast

Sauté de chapon sauce Noël

Poisson crumble pain d'épices

Pommes pins forestines

Moelleux nutolade maison et sa crème anglaise

Chocolat de Noël

2.2. La satisfaction des Convives

• La communication Elior Restauration Enseignement

> Le **Pôle Communication** d'Elior Restauration Enseignement définit et met en œuvre des actions et supports de communication

- au plus près des **centres d'intérêt** de nos
 - Clients
 - Convives
 - Familles
- **sur l'évolution** de
 - Notre savoir-faire
 - Nos prestations, nos offres
 - La réglementation alimentaire et sanitaire
 - Les règles nutritionnelles
 - Le développement durable

**Au plus près de
nos clients et
convives**



2.2. La satisfaction des Convives

Nos supports de communication clients

> Le magazine client

Le magazine client a une périodicité biannuelle
Printemps-Eté / Automne-Hiver

Il traite des dossiers de fond, témoignages et
événements dans nos restaurants

> Les e-mailing client

Les e-mailing client sont utilisés plus régulièrement
(mensuel, bimensuel) pour vous informer des
nouveauités: offres, réglementations, etc.

Un magazine dédié



2.2. La satisfaction des Convives

Dans votre ville

Bon 'APP

Utilisation du site par les familles

Une application personnalisée et privative pour chaque famille, avec la possibilité de visualiser les menus de son enfant, et un accès à la facturation (édition des factures, paiement en ligne et mise en place du prélèvement automatique).

Un taux de
fréquentation de
43.60%



2.3 L'engagement de nos équipes



2.3. L'engagement de nos Équipes

- > Elior Restauration Enseignement s'est développé grâce **aux talents et aux compétences** de ses collaborateurs
- > **Notre première force**, ce sont les hommes et les femmes qui composent notre entreprise. Ils exercent un métier noble, puisqu'ils travaillent quotidiennement au service des enfants
- > Notre politique de ressources humaines, axée sur **la formation et la promotion interne**, contribue à valoriser et renforcer les compétences de chacun
- > Signataire de **la Charte de la Diversité et de la Charte pour l'Égalité des Chances dans l'Éducation**, nous nous engageons à refléter la diversité de la société dans laquelle nous sommes implantés

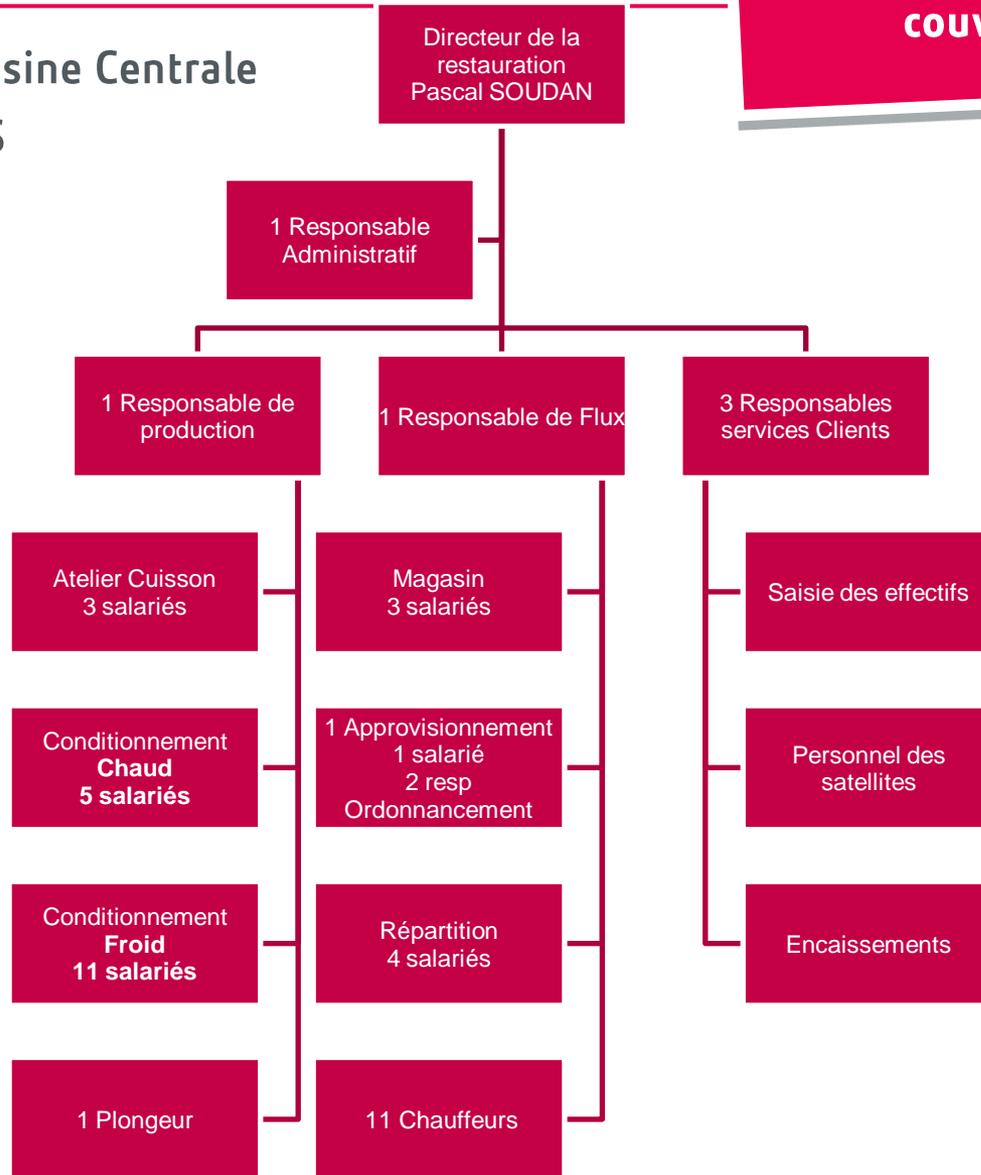
Nos collaborateurs sont
**nos meilleurs
ambassadeurs**



2.3. L'engagement de nos Équipes

**18 000
couverts / jour.**

• Organigramme de la Cuisine Centrale de CORBEIL-ESSONNES



2.3. L'engagement de nos Équipes

• Notre politique de formation

Trois axes majeurs

- > L'emploi et la gestion de carrières
- > Le développement des compétences
- > Le management de la diversité

- Le premier objectif de cette démarche est d'agir en **employeur responsable** en anticipant les besoins de compétences et en ciblant les talents correspondants
- Fondée sur une offre personnalisée, **la formation est mise en œuvre sous forme de parcours structurés.**

**Promouvoir le
parcours et les
compétences de chacun
de ses collaborateurs**



2.4 Nos engagements en matière de Développement Durable



2.4. Nos Engagements en matière de Développement Durable

- Restaurateur durable par nature

Nous développons des innovations et des initiatives qui visent **trois principaux objectifs** en matière de responsabilité sociétale et environnementale:

- > Réduire et maîtriser **notre empreinte écologique**
- > **Éduquer les jeunes** générations au Développement Durable
- > Créer du **lien social** et privilégier la **diversité**

Nos équipes se surpassent pour veiller au respect de l'environnement



2.4. Nos Engagements en matière de Développement Durable

• SEMER

- > Apprendre à ne pas gaspiller, manger des fruits et légumes de saison, savoir équilibrer ses repas...
- > En accompagnant les enfants dans l'apprentissage d'une alimentation saine, nous semons, dès le plus jeune âge, les graines de comportements respectueux de l'environnement.

Dans votre ville

Une visite chez notre fournisseur AFL des enfants du CME accompagnés de Madame Peruzzo, maire adjointe a été effectuée le 6 mai. A la suite de cette dernière, une dégustation de fruits exotiques a été proposée. Cette rencontre a sensibilisé petits et grands à la saisonnalité des produits ainsi qu'aux circuits courts.

Transmettre aux plus jeunes les clés d'une consommation responsable



2.4. Nos Engagements en matière de Développement Durable

• RÉCOLTER

- > Concevoir des **offres responsables**, c'est s'approvisionner en réduisant notre impact sur l'environnement
- > Privilégier **les fournisseurs locaux et bio**, sélectionner des produits de saison...
- > Qu'il s'agisse ou non de denrées alimentaires, **notre politique d'achat est fondée sur des approvisionnements responsables.**

Dans votre ville

- ❖ **Des produits locaux sont servis régulièrement,**
- ❖ **Un repas BIO par trimestre, et deux composantes BIO servies par semaine,**
- ❖ **Des produits issus du commerce équitable**
- ❖ **Opération « Circuits Courts » avec animations pédagogiques**

Faire la part belle au bio, privilégier la qualité du terroir local font partie de nos engagements



2.4. Nos Engagements en matière de Développement Durable

• Opérations Circuits courts



Consommer LOCAL

C'est choisir de consommer des aliments produits près de chez moi.

Pourquoi faut-il Consommer local ?

- 1** Pour réduire la consommation d'énergie en limitant les transports d'aliments par camion ou par avion
- 2** Pour favoriser l'agriculture de proximité et donc les emplois dans ma région
- 3** Pour le goût : cela permet de bénéficier de produits cueillis à maturité, donc plus goûteux et plus riches en nutriments (ils ont mûri sous un soleil naturel, pas entre 4 murs lors du transport)

3. LES ELEMENTS TECHNIQUES



3.1. Le programme d'investissements et de renouvellement du matériel

3.2. La maintenance, Opérations d'entretiens préventif et interventions curatives

3.3. Les investissements réalisés

3.1. :

Le programme d'investissements et de renouvellement du matériel pour 2015



3.1. Le programme d'investissement et de renouvellement du matériel

Aucun investissement n'a été réalisé en 2015.

3.2. :

La maintenance



3.2 La maintenance

• Les contrats d'entretien

Date	Type de contrat	Fournisseurs	Montant en € HT
Contrat 2015	Maintenance préventive et curative	3C	4 050
Total			4 050

3.2 La maintenance

- L'entretien des équipements sur les offices

Nom du restaurant	3C Montant en € HT annuel (hors MO et déplacement)	Hobart Montant en € HT annuel (hors MO et déplacement)
Le Clos Renault	20,01	
La Jeannotte	85,02	
Les Myrtilles	233,43	218,25
L'Ortmeteau	574,14	
La Sablière	80,82	
La Verville	243,49	
Crèche Jean Bernard	79,74	
Crèche la Ribambelle	0,00	
Halte garderie La Trotinette	80,85	
Total	1 397,50	218,25

3.3. :



Les investissements réalisés

3.3. Investissements réalisés depuis 2009

MOBILIER INVESTI EN CUMUL SUR 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 et 2014		
Investissements réalisés en 2009		186 375
Investissements réalisés en 2010		615 991
Investissements réalisés en 2011		98 437
Investissements réalisés en 2012		18 276
Investissements réalisés en 2013		19 701
IMMOBILIER INVESTI EN CUMUL SUR 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 et 2014		
LE CLOS RENAULT	Travaux prévus sur offices	3 002
LA JEANNOTTE	Travaux prévus sur offices sauf hotte	278 840
LA JEANNOTTE	1 hotte	5 000
L'ORMETEAU	Travaux prévus sur offices	168 802
L'ORMETEAU	Non prévu : Préau + carrelage	29 150
LES MYRTILLES	Travaux prévus sur offices sauf 2 hottes	3 555
LA VERVILLE	Travaux prévus sur offices sauf 2 hottes	22 000
JEAN BERNARD	Travaux prévus sur offices	7 438
TROTINETTE	Travaux prévus sur offices sauf hotte	1 426
RIBAMBELLE	Travaux prévus sur offices sauf hotte	363
Tous sites	Réglementation Incendie ENTREPRISE PIFFRE	15 601
Honoraire bureau de contrôle maîtrise d'œuvre et assurances		105 928
LA SABLIERE	Etude de faisabilité	16 000

4. ANNEXES

4.1 ELIOR, en bref

- **Elior**
- Troisième groupe en Europe de la Restauration et des Services,
-
- Chaque jour, pour 3,7 millions de clients dans 14 pays,
- les 105 000 collaborateurs d'Elior partagent une mission commune :
- accueillir et prendre soin de chacun avec passion et compétence en apportant des solutions de Restauration et de Services personnalisés.
- Le groupe met en œuvre son savoir-faire en Restauration, Concessions et Services sur les marchés de l'Enseignement, des Entreprises et de la Santé.
- **Elior Restauration Enseignement**
- Numéro 1 de la restauration scolaire et des services associés

40 ans
d'expérience



6 900
collaborateurs

Plus de
2 000
clients
partenaires

4 500
restaurants
scolaires
en France

900 000
repas par jour

4.2. Elior, une marque commune pour l'ensemble de nos activités

- « Nous sommes tous Elior »
 - > Depuis le 1^{er} décembre 2011, Elior est devenue la marque commerciale de l'ensemble des activités du groupe. Ce changement a pour but de renforcer l'image de marque d'Elior, d'accroître sa notoriété et de rassembler l'ensemble de ses activités du groupe sous une bannière commune porteuse de valeurs.
- Les 4 valeurs d'Elior...



4.3. Enquêtes Convives

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Restauration Enseignement

