



ALIMENTATION & TENDANCES

Alimentation & Tendances

Conférence de Presse

30 MAI 2013

Dossier de Presse



NOTRE AMBITION : Regrouper les intérêts communs des enseignes françaises de la petite restauration et de l'alimentation boulangère

NOTRE COMBAT : rétablir l'équité fiscale

« Plusieurs enseignes de la petite restauration et de l'alimentation boulangère ont créé l'association Alimentation & Tendances le 27 juin 2012 pour que tous les secteurs d'activité soient équitablement représentés auprès des pouvoirs publics : BRIOCHE DORÉE, CROUSTI PAIN, EXKI, FOURNIL DE PIERRE, LA MIE CÂLINE, LA PANIÈRE, PAUL, PATAPAIN, POMME DE PAIN, PIZZA SPRINT ET STRATTO, c'est-à-dire quelques 1 450 points de vente parmi plus de 80 000 entreprises d'un secteur employant plus de 300 000 salariés.

Le facteur déclenchant de la création de cette association a été l'instauration d'un 3^{ème} taux de TVA qui a taxé certains produits d'alimentation de 1^{ère} nécessité, créant ainsi de sévères injustices entre les différentes catégories de professionnels (restaurateurs, détaillants alimentaires, grandes surfaces, etc.)

Les entreprises créatrices d'Alimentation & Tendances ont considéré que les statuts du SNARR et la surreprésentation, par l'exercice des droits de vote, de trois grandes chaînes ne permettaient pas une défense efficace de leurs intérêts.

Aujourd'hui les membres d'Alimentation & Tendances présentent leurs nouveaux adhérents, les démarches en représentativité engagées sur la Convention Collective qu'ils appliquent, et diffusent une première décision du Conseil d'État sur la TVA sandwich. Ils interpellent le gouvernement sur leur légitime demande de rétablissement de l'équité fiscale qui prévalait auparavant, notamment, par un retour à l'application d'un taux de TVA à 5,5% sur tous les produits d'alimentation de 1^{ère} nécessité vendus en caisse ou au comptoir.

Sophie DUPREZ,
Présidente de l'association Alimentation & Tendances



1. A&T représente les intérêts des enseignes françaises de la petite restauration et de l'alimentation boulangère

L'objectif d'A&T est de rassembler toutes les enseignes de la petite restauration et de l'alimentation boulangère qui ne se sentent pas proches des géants de la restauration rapide et qui n'ont pas les mêmes problématiques afin de leur permettre d'être mieux défendus.

Nos fondamentaux

- **Des enseignes françaises...**

C'est-à-dire dont le fondateur est Français mais dont les thèmes culinaires peuvent être d'inspirations différentes. Le terme « enseigne » désigne aussi bien les chaînes qui représentent parfois plusieurs centaines d'établissements que les entreprises ne comptant qu'un seul point de vente.

- **...de la petite restauration...**

Désigne un mode de restauration de proximité, rapide dans son service mais dont les produits sont assemblés sur le lieu de vente et dont la consommation peut être immédiate, sur place ou de manière différée.

- **... et de l'alimentation boulangère**

C'est-à-dire composée, à base de pain, de pâte à pizza, de viennoiserie...

- ⇒ **Cette définition répond aux évolutions des modes de consommation des Français qui plébiscitent une alimentation de qualité, rapide, diversifiée, abordable, humaine et de proximité.**
- ⇒ **La segmentation des catégories de produits en fonction du mode de consommation (immédiate ou différée) s'estompe**
- ⇒ **Les membres d'Alimentation & Tendances cherchent constamment à s'adapter aux tendances alimentaires des Français tout en respectant scrupuleusement des règles d'hygiène et de sécurité alimentaire qu'ils s'imposent de façon drastique.**

Les secteurs représentés par Alimentation & Tendances comptent près de 75 000 commerces alimentaires et 275 000 salariés en France

- 39 394 entreprises relevant du code NAF de la Restauration Rapide (136.067 salariés soit 4.5 salariés/entreprise en moyenne).
- 35.689 boulangers (code NAF 1071C et B) (environ 140.000 salariés).

Source : INSEE 2009. A ces chiffres il convient d'ajouter beaucoup d'entreprises qui relevaient avant 2008, dans la nomenclature NAF, de la Boulangerie Industrielle et dont l'activité entre aujourd'hui dans la codification NAF

2. Alimentation & Tendances entendue par les pouvoirs publics

A&T a été auditionnée le 28 août 2012 par Thomas THÉVENOUD (député PS de Saône-et-Loire) rapporteur spécial de la commission des Finances à l'Assemblée Nationale chargé de la conduite de cette mission. Le député s'est montré attentif aux propositions présentées par l'association.

Extrait du rapport Thévenoud : « L'article 13 de la loi n° 2011-1978 du 28 décembre 2011 de finances rectificative pour 2011 a créé un second taux de TVA à 7 % à la suite de l'annonce du second plan dit Fillon de réduction des déficits publics. **Aucune distinction n'a été faite entre restauration sur place et restauration à emporter. En revanche, les produits alimentaires ont continué à bénéficier d'un taux de TVA à 5,5 %.** Il a donc été établi une distinction entre la vente d'un produit alimentaire brut continuant à être assujéti à un taux de TVA à 5,5 % et la vente d'un produit alimentaire accompagné d'un service (mise à disposition d'une table, d'une chaise ou de couverts...). **L'administration fiscale a dû rédiger une instruction fiscale d'une complexité rare ⁽¹⁾ afin de déterminer le taux de TVA applicable. La mise en œuvre de cette instruction serait rendue plus complexe encore en cas de relèvement du taux de TVA et pourrait donner lieu à de nombreux contentieux.** »

⁽¹⁾ À titre d'exemple, une part de pizza est assujéti à un taux de TVA à 7 % car susceptible d'être consommée immédiatement alors qu'une pizza entière bénéficie d'un taux à 5 % car le client a plus de chance de la consommer chez lui.

- ⇒ **En d'autres termes, le rapporteur a été sensible aux arguments d'Alimentation & Tendances dénonçant la grande complexité du dispositif fiscal et l'iniquité des taux de TVA actuels.**
- ⇒ En effet, à la suite de la création d'un troisième taux de TVA à 7% par le gouvernement de François Fillon :
 - les achats d'alimentation des consommateurs ont subi un traitement différent selon le lieu d'achat, l'emballage et la nature des produits
 - les commerçants sont dans une véritable instabilité fiscale
 - les consommateurs les plus fragiles sont lésés (ceux, à faible pouvoir d'achat, ayant des horaires décalés, n'ayant pas de cuisine dans leurs logis, etc.)

3. Les propositions fiscales d'Alimentation & Tendances

Dans un contexte difficile, marqué par une baisse de la consommation et une perte d'emplois, Alimentation & Tendances s'inquiète de l'application d'un taux de TVA qu'elle juge dissuasif pour le consommateur mais, consciente des impératifs budgétaires, l'association propose notamment de revenir au dispositif en vigueur précédemment ; très simple, aisément contrôlable, il a le mérite de réinstaurer une équité fiscale :

- Tous les produits d'alimentation qui bénéficient pour leur consommation d'un service (servis à table, consommés sur place) doivent avoir une TVA dite « Restauration » à 7%.
- Les autres aliments de 1^{ère} nécessité vendus à emporter quel que soit le lieu doivent avoir une TVA identique à celle des produits d'alimentation : soit 5,5%.

Les membres d'Alimentation & Tendances réclament l'équité et la justice fiscale et comptent sur l'action du gouvernement pour qu'elles soient rétablies en supprimant dans la loi de finance 2013 la mention suivante :

« Les ventes à emporter ou à livrer de produits alimentaires préparés en vue d'une consommation immédiate, à l'exclusion de celles relatives aux boissons alcooliques... »

En conséquence :

Pour s'alimenter les Français acquitteront une TVA Alimentation à 5,5% partout en France, quel que soit le produit consommé (un homard ou une pizza) et quel que soit le lieu d'achat de ce même produit (en grande surface ou en boulangerie).

Pour se restaurer (en bénéficiant d'un service), les Français acquitteront une TVA Restauration à 7%.



4. La démarche de représentativité engagée par Alimentation & Tendances

Alimentation & Tendances entend peser sur les négociations sociales de la convention collective de la Restauration Rapide.

- Sophie DUPREZ, Présidente d'Alimentation & Tendances a été reçue par le bureau du SNARR le 4 juillet 2012. Elle a pris acte du refus du SNARR de modifier son organisation actuelle et a demandé à ce qu'un représentant d'Alimentation & Tendances participe aux négociations des avancées sociales de la Convention Collective de la Restauration Rapide. Le SNARR a refusé mais une nouvelle rencontre aura lieu le 12 juin 2013.
 - Si le SNARR, refusait de reconnaître la légitimité d'Alimentation & Tendances, malgré le nombre, le poids économique et la spécificité de ces adhérents, le Ministre du Travail sera sollicité afin qu'il commence une enquête de représentativité nécessaire à l'obtention par toute organisation de sa représentativité officielle sur une Convention Collective.
- ⇒ **A&T a rapidement atteint un nombre d'adhérents lui procurant un poids économique considérable et souhaite être associée aux discussions qui concernent son secteur d'activité et ses salariés.**

5. Historique

- **En 1983**, l'association A & RR (Alimentation et Restauration Rapide) est créée. Monsieur Louis Le Duff (enseigne Brioche Dorée), en est le 1^{er} Président. Cette association devait réunir les métiers de l'Alimentation et de la Restauration Rapide pour résoudre certains problèmes techniques communs.
- **En 1984**, A & RR devient SNARR (Syndicat de l'Alimentation et de la Restauration Rapide) sous la présidence de Laurent CARAUX (représentant à l'époque la société Pomme de Pain).
- **Depuis 1996**, les représentants des principales sociétés de restauration rapide à l'américaine (Mc Donald's et Quick) se succèdent à la tête de l'association. Sous la Présidence de Philippe LABBE, représentant de Mc Donald's, les statuts du SNARR ont été considérablement modifiés, bouleversant ainsi l'équilibre initial voulu par ses fondateurs.
- **Le 31 janvier 2012**, quatre enseignes de l'alimentation à la française sortent du Conseil d'Administration du Syndicat de l'Alimentation et de la Restauration Rapide (SNARR) : BRIOCHE DOREE, CROUSTI PAIN, PIZZA SPRINT ET LINA'S SANDWICHES, accordant ainsi l'hégémonie aux chaînes de Restauration Rapide à l'américaine, et excluant de toute décision les enseignes françaises de l'alimentation de 1^{ère} nécessité.
- **Le 27 juin 2012**, 11 enseignes d'alimentation de proximité majoritairement de conception française créent l'Association Alimentation & Tendances (A&T).
- **Le 4 septembre 2012**, l'association Alimentation & Tendances fait entendre sa voix auprès des pouvoirs publics à l'occasion d'une conférence de presse tenue au Conseil Économique Social et Environnemental. A&T s'insurge contre l'application de multiples taux de TVA injustes et difficiles à appliquer.
- **20 mars 2013**, première assemblée générale d'Alimentation & Tendances.
- **28 mai 2013**, A&T a été reçue, par les conseillers de Sylvia Pinel, ministre déléguée en charge du Commerce et de l'artisanat.

6. Organigramme d'Alimentation & Tendances

Le bureau est constitué de :

Sophie DUPREZ, Gérante de CROUSTI PAIN, Présidente.

Hervé VALLAT, Directeur général de PAUL Vice-président.

Thierry MANZOLINI, Directeur général de BRIOCHE DORÉE, Vice-président.

David GIRAUDEAU, Directeur général de LA MIE CÂLINE, Vice-président.

Robert OSTERMANN, PDG de MEZZO DI PASTA, Vice-président.

Pascal PRELY, Directeur général de PATAPAIN, Secrétaire.

Pascal HUMBLLOT, PDG de POMME DE PAIN, Trésorier.

7. Les enseignes fondatrices de l'association



Thierry MANZOLINI, Directeur Général de BRIOCHE DOREE, Vice Président d'Alimentation & Tendances : *« Mon implication pour l'association Alimentation & Tendances a pour but de soutenir notre profession, maintenir la tradition française et pour que les jeunes puissent évoluer dans le futur. »*



L'enseigne BRIOCHE DOREE créée par Louis Le Duff à Brest en 1976, accueille plus de 200 000 clients chaque jour dans 550 points de vente dans le monde (350 en France) au côté de plus de 6 000 salariés. Pour le leader de la restauration rapide de tradition française : Le plaisir et la santé sont dans l'assiette.



Sophie DUPREZ, Co-fondatrice de l'enseigne CROUSTI PAIN a été élue Présidente d'Alimentation et Tendances : *« Nos enseignes servent au quotidien des millions de français, et animent de nombreuses villes et bourgs de campagne, elles ont des choses à dire ».*



Enseigne familiale de 120 salariés. Le premier CROUSTI PAIN a ouvert à Clermont Ferrand en août 1995, suivi par 7 autres dans le Puy de Dôme. Un autre CROUSTI PAIN va ouvrir cet automne. 4,5 millions d'euros de chiffre d'affaires au total pour des enseignes ouvertes de 4h45 à 21h30, toute l'année.



Dominique MICHELON, Directeur général France : *« C'est en partageant que l'on grandit et que l'on fait de grandes choses. »*

Créée en 2001, l'enseigne EXKi (68 M€ de CA) totalise 64 restaurants (17 en France, 3 au Luxembourg, 9 en Italie, 1 aux Pays Bas, 34 en Belgique). Son parc est composé de 30 unités intégrées et 34 unités franchisées.



David GIRAUDEAU, Directeur général de l'enseigne LA MIE CÂLINE et Vice-Président d'Alimentation & Tendances.

Née en 1985 en Vendée, LA MIE CÂLINE (141 M€ de CA) recense 200 points de vente (177 en franchise et 23 en propre) et fédère aujourd'hui près de 2 000 franchisés et collaborateurs



Pascal CANTENOT, Président directeur général de l'enseigne LA PANIERE a été créée en 1993. Elle compte 27 points de vente en Savoie, Haute-Savoie, Isère et région Lyonnaise.



PATAPAIN Pascal PRELY, Président de FRR, secrétaire d'Alimentation & Tendances. L'enseigne 100% familiale PATAPAIN a été créée en 1986 à Bourges. Dirigée par Pascal et Stéphane Prély, l'entreprise dépasse les 50 millions d'euros de chiffre d'affaires. Elle emploie plus de 750 personnes réparties dans 41 sites, et poursuit son expansion dans le Grand Ouest de la France.



« Adhérent du SNARR, j'ai souhaité rejoindre Alimentation et Tendances principalement pour défendre l'ouverture de nos enseignes 7 jours sur 7 pour la vente du pain. Aussi revenir sur la notion de vente à emporter concernant la TVA à taux réduit. »



Hervé VALLAT Directeur général. PAUL recouvre un réseau de plus de 380 boulangeries pâtisseries dans le monde (26 pays) proposant à plus de cinq millions de clients mensuels (en France), des pains rustiques et de fantaisie, des viennoiseries, petits gâteaux et entremets ainsi que des sandwiches préparés à la demande.



Franck GUEGAN, Président directeur général, membre d'Alimentation & Tendances : « Nous devons avoir un syndicat qui comprenne les problématiques de la démarche économique de nos enseignes et qui ne soit pas en décalage avec la dimension de nos commerces. L'association Alimentation & Tendances représente pour moi un interprète juste, approprié, et volontaire. »



Créée en 1992, l'enseigne PIZZA SPRINT (25,2 M€ de CA) compte 77 points de vente (soit 9 en propre et 68 en franchise / location-gérance). Le réseau PIZZA SPRINT emploie 750 salariés.



Pascal HUMBLLOT, Directeur général de Pomme de Pain, trésorier d'Alimentation & Tendances.

L'enseigne Pomme de Pain créée en 1980 rue de Rivoli à Paris vient de fêter ses 30 ans et réalise aujourd'hui plus de 64 millions d'euros de chiffre d'affaires grâce à ses 115 points de vente (35 en franchise) installés dans toute la France, en particulier à Paris. « J'ai souhaité que Pomme de pain rejoigne Alimentation & Tendances car nous partageons entre professionnels des métiers de la boulangerie les mêmes valeurs et les mêmes préoccupations ».



Pénélope DE WULF, DRH du groupe représente l'enseigne STRATTO au sein d'Alimentation et Tendances. « Le monde de la restauration est en



évolution permanente : Il est indispensable pour nous, enseigne de restauration rapide italienne de se rapprocher des acteurs prépondérant du secteur afin de réfléchir aux nouvelles problématiques qui se posent à nous. » L'enseigne est créée en mars 1992. En 2009, Pierre De Wulf s'associe à Hervé Musset pour développer STRATTO en franchise. L'enseigne STRATTO est portée par 18 franchisés et 5 unités en propre. Chaque point de vente réalise 600.000 euros en moyenne de chiffre d'affaires, et emploie 6 à 8 salariés à temps plein.

8. Les nouveaux adhérents



Président –fondateur : Grégory Fourey
5,9 M€ de chiffre d'affaires en 2012. FIRMIN est un concept qui associe, au sein d'un même univers de vente un espace dédié à la Boulangerie-Pâtisserie-Viennoiserie, ainsi qu'un espace dédié à la Restauration Rapide à la française. L'enseigne est compte 22 points de ventes et emploie 100 personnes en CDI temps plein



PDG : Bruno Courcellas
200 points de vente et 28 M€ de chiffre d'affaires en 2012. Le kiosque à Pizza est un réseau français spécialisé dans la pizza entièrement fabriquées sur place de façon artisanale. La chaîne a été fondée en 2004 par quatre associés.



PDG : Robert Ostermann
50 M€ de chiffre d'affaires en 2012. Mezzo di Pasta est le leader français de la restauration rapide à base de pâte fraîche avec un réseau de 135 points de vente en France et de 40 points de vente à l'international.



Co-fondateurs : Gilles et Jean-Philippe Peillon
PeGast est un concept original de restauration rapide basé sur une offre de sandwichs gastronomiques dont les recettes sont toutes élaborées par un chef qui a plus de 30 ans d'expérience en cuisine.



1/ TVA alimentation : une réglementation complexe et inapplicable

2/ Décision du conseil d'Etat Tva Sandwich

3/ Annexe 3 de l'instruction fiscale du 8 février 2012

Annexe 1

TVA alimentation : une réglementation complexe et inapplicable

La création d'un nouveaux taux de TVA appliqué aux produits dits à consommation immédiate, c'est à dire « les ventes à emporter ou à livrer de produits alimentaires préparés en vue d'une consommation immédiate » rend la tâche particulièrement ardue aux commerces de proximité qui n'ont pas toujours les moyens techniques (caisse enregistreuse sophistiquée) pour appliquer un tel dispositif fiscal.

A titre d'exemple, une boulangerie peut être amenée à pratiquer 5 taux de TVA différents :

PRODUIT	TAUX DE TVA
Sandwich	7%
Croissant, pain au chocolat	5,5%
Bonbon, chocolat, boisson alcoolisée (bière)	19,6%
Presse Régionale	0%
Presse Nationale	2,1%%

L'application des taux de TVA devient extrêmement délicate en cas de vente d'un menu proposant des produits taxés différemment.

Les règles et exceptions qui constituent le corpus réglementaire de la fiscalité dans le secteur alimentaire figurent dans l'instruction fiscale du 8 février 2012, document réglementaire de 46 pages, il est peu accessible aux professionnels de l'alimentation de 1^{ère} nécessité et comporte beaucoup trop de cas particuliers pour permettre une application rigoureuse par les professionnels du secteur. A titre d'exemple, les viennoiseries sont taxées à 5,5% et non 7% comme les produits « de consommation immédiate » car ils sont considérés comme « non nécessaires à la consommation immédiate »...

Un dispositif fiscal inégalitaire

- Une iniquité qui profite aux grandes surfaces

La notion de « consommation immédiate » pose donc un vrai problème. En effet, les produits définis comme de « consommation immédiate » sont taxés à 7% à l'inverse des produits dits « de 1^{ère} nécessité », c'est-à-dire les produits destinés à l'alimentation humaine à quelques exceptions près (confiserie, tablettes de chocolat), taxés à 5,5%. Or, il est, d'une part, impossible de définir ce que signifie clairement la notion de « consommation immédiate » : une pomme, un paquet de gâteaux ou du saucisson tranché, achetés en grande surface, ne peuvent-ils pas être consommés immédiatement, au même titre qu'un sandwich, une pizza, une quiche, un plat

cuisiné, un poulet rôti ? D'autre part il n'est pas juste de considérer un produit de « consommation immédiate » comme n'étant pas « de 1^{ère} nécessité » lorsqu'il s'agit d'alimentation.

TVA 7% : PRODUITS DITS DE « CONSOMMATION IMMÉDIATE »	TAUX 5,5 % PRODUITS DITS « DE 1 ^{ère} NÉCESSITÉ »
Part de quiche / pizza chaude Salade vendue avec couverts en plastique Boisson non alcoolisée au gobelet	Quiche / pizza entière froide Salade sans couverts Boisson non alcoolisée en canette, bouteille Fromage portion individuel, chips, saucisson tranchés, salades en conserve,...

L'application du dispositif fiscal actuel pénalise directement les commerces d'alimentation de proximité (boulangerie, pizza à emporter...) qui pratiquent majoritairement la vente de produits taxés à 7% (sandwich, part de pizza chaude, salade repas avec couverts en plastiques) et donne un avantage compétitif déloyal aux grandes surfaces dont les produits comparables (pizza entière, salade) ne sont taxés qu'à 5%.

- **Des lieux de vente préservés**

Contrairement aux boulangeries et sandwicheries, les traiteurs continuent d'appliquer un taux de TVA de 5,5%. Une part de pizza est par exemple taxée à 5,5% chez un traiteur alors qu'elle est taxée à 7% dans une boulangerie.

- **Des produits de luxe moins taxés que des sandwiches**

En appliquant un taux de TVA de 7% à des produits de 1^{ère} nécessité comme les sandwiches et salades vendus dans les commerces de proximité, le dispositif fiscal se trouve paradoxalement plus avantageux pour des produits de luxe, comme le homard, vendus en grande surface et taxés à 5,5%.

Les consommateurs les plus fragiles également victimes du nouveau dispositif fiscal

La consommation de sandwiches se développe car elle correspond à un mode de vie et de travail différent :

- consommation dans la rue, au bureau...
- exigence de rapidité, nomadisme, nouveau découpage du temps de travail...

Le repas disparaît pour laisser la place au besoin de s'alimenter.

Or, l'application d'un taux de TVA à 7% touche de plein fouet les personnes qui ne cuisinent pas ou n'ont pas les moyens de cuisiner. Cela concerne notamment les personnes vivant dans des logements modestes, simples chambres ou cités étudiantes. Elle n'épargne pas non plus ceux qui n'ont pas de restaurants d'entreprises, de cuisine sur leur lieu de travail ou tout simplement de réfrigérateur leur permettant de conserver leur repas.

Enfin, cette mesure impacte considérablement les consommateurs les plus fragiles ne pouvant aller au restaurant et choisissant, de fait, une restauration moins onéreuse et plus rapide.

Actualité

Identifiant :

Date de publication : 19/02/2013

TVA - Taux - Produits destinés à l'alimentation humaine - Sandwichs et salades - Jurisprudence (arrêt CE 11 février 2013, n° 357348)

Série / Division :

TVA - LIQ

Texte :

Par un arrêt du 11 février 2013 ([CE, arrêt du 11 février 2013, n°357348](#)), le conseil d'Etat a décidé que le paragraphe 48 de l'instruction 3 C-1-12 du 8 février 2012 publiée au Bulletin officiel des impôts et **repris à l'identique au IV-A § 460 du BOI-TVA-LIQ-30-10-10** est annulé en tant qu'il prescrit l'application du taux réduit de taxe sur la valeur ajoutée de 7 % prévu au [n de l'article 279 du code général des impôts](#) aux ventes de sandwichs et aux ventes de salades avec assaisonnement séparé ou couverts dès le stade de la vente par le fabricant au distributeur ou au détaillant, sans réserver l'application de ce taux aux ventes au consommateur final.

Le § 460 du document lié est donc supprimé.

Actualité liée :

X

Document lié :

[BOI-TVA-LIQ-30-10-10](#) : TVA - Liquidation – Taux réduits - Produits destinés à l'alimentation humaine et aux ventes à emporter ou à livrer de produits alimentaires préparés en vue d'une consommation immédiate

Signataire des commentaires liés :

Véronique Bied-Charreton, directrice de la législation fiscale.

Annexe 3

ANNEXE 3 DE L'INSTRUCTION FISCALE du 8 février 2012

Annexe 3 : Ventes à emporter ou à livrer

Produit	Taux	Commentaire
Repas servi dans un restaurant traditionnel	7%	Visé par le m de l'article 279 du cgi
Plats servis dans une brasserie, une cafétéria, un bar, un café, etc.	7%	idem
Restauration sur place dans un fast-food	7%	idem
Consommation à emporter dans un fast-food	7%	Sauf les boissons non alcooliques dont le conditionnement permet la conservation
Sandwichs et salades salées ou sucrées avec un assaisonnement ou couverts quels que soient leur emballage et le lieu de vente.	7%	Ventes à emporter, sauf lorsqu'ils sont vendus surgelés (taux de 5,5%)
Frites, sushis, pizzas , quiches etc., destinés à une consommation immédiate et quel que soit le lieu de vente.	7%	Vente à emporter
Frites, sushis, pizzas , quiches etc., non destinés à une consommation immédiate et quel que soit le lieu de vente	5,5%	Produits pouvant être conservés du fait de leur conditionnement.
Produits surgelés ou plats cuisinés effectivement consommés immédiatement dans les locaux de l'enseigne de distribution alimentaire	7%	Grâce à la mise à disposition de couverts, fours à micro-ondes et de tables/chaises/comptoirs.
Sachets de chips , yaourts vendus avec ou sans cuiller, fruits (même vendus à l'unité).	5,5%	Ces produits n'ont pas vocation à être consommés immédiatement.
Viennoiseries et pâtisseries sucrées	5,5%	Ces produits n'ont pas vocation à être consommés immédiatement.

Glaces destinées à une consommation immédiate (vendues à l'unité non conditionnées en cornet, en pot individuel, glaces dites « italiennes », esquimaux).	7%	Quelque soit le lieu de vente (par exemple vendeur ambulant)
Glaces non destinées à une consommation immédiate.	5,5%	Vendues part des commerces alimentaires.
Produits livrés destinés à une consommation immédiate	7%	Dés lors que la préparation, la vente et la livraison se suivent immédiatement (pizzas livrées chaudes, sushis, etc.). A défaut, taux de 5,5% selon le régime habituel des produits alimentaires.
Produits préparés chez le charcutier-traiteur vendus à emporter ou à livrer.	5,5%	Ces produits n'ont pas vocation à être consommés immédiatement, à l'exclusion des produits destinés à une consommation immédiate (sandwichs, pizzas, quiches, sushis, salades sucrées ou salées avec assaisonnement et /ou couverts, etc. cf 47.et 48.)
Produits vendus par un charcutier-traiteur en association avec un service (fourniture de salle, de matériel, de personnel, etc., liée à la vente de nourriture, par exemple pour des fêtes familiales).	7%	L'ensemble est considérée comme un service de restauration sur place (m du 279 cgi).
Boissons non alcooliques vendues dans des contenants ne permettant pas leur conservation (gobelet, verre en plastique, tasse en carton, etc.)	7%	Boissons destinées à une consommation immédiate
Plateau de fruits de mer à emporter ou à livrer	7% ou 5,5%	7% si le plateau contient des coquillages ouverts
Boissons non alcooliques vendues dans des contenant permettant leur conservation (bouteille, fût, brique, cannette, etc.).	5,5%	Boissons pouvant être conservées du fait de on conditionnement.
Boissons alcooliques	19,6%	
Ventes à emporter de produits alimentaires au taux normal	19,6%	Ex. confiseries, certains types de chocolat... relavant du taux normal de TVA.