

**RAPPORT DE PRÉSENTATION  
GECO**

**Compréhension et Appropriation du Développement  
Durable par les Clients Restaurateurs**

**Avril 2015**

<b>Contexte</b>	<b>p.3</b>
<b>Objectifs</b>	<b>p.4</b>
<b>Méthodologie</b>	<b>p.5</b>
<b>I. Éléments de compréhension</b>	<b>p.6</b>
<b>II. La vision du Développement Durable par univers</b>	
<b>Grands Enseignements et fiches de synthèse</b>	<b>p.13</b>
<b>III. Quelques thèmes en détail</b>	<b>p.22</b>
<b>IV. Satisfécits et attentes</b>	<b>p.33</b>
<b>V. Éléments de discours</b>	<b>p.36</b>
<b>VI. Pistes de réflexion</b>	<b>p.53</b>
<b>VII. La vision du Développement Durable par univers (fiches détaillées)</b>	<b>p.58</b>

Le Développement Durable tend aujourd’hui à faire partie intégrante des démarches entreprises par les différents acteurs. Nombre de lois et textes réglementaires viennent encadrer les thèmes relatifs au Développement Durable (*logistique-transport, énergie, traitement des déchets...*). Des prises de conscience apparaissent, telle la nécessité de lutter contre le gaspillage alimentaire. Des tendances impulsées par des politiques, ONG.. orientent les actions **des restaurateurs** : achats de produit bio, approvisionnements locaux.

Parallèlement, sur le plan du Développement Durable, **les industriels** doivent faire face à des demandes et attentes multiples de la part de leurs clients restaurateurs qu’ils souhaitent rationaliser. Sur un marché du hors domicile ou le nombre de points de vente (350 000) et le nombre de segments ne permettent pas de diversifier une offre à l’infini, ils se posent la question de savoir **quelle stratégie Développement Durable** adopter, **quelles réponses apporter** aux différents clients de la restauration ?

**L’ étude demandée par le GECO doit permettre à ses membres de se positionner en termes de solutions adaptées aux attentes de leurs clients et de déterminer les principaux axes de communication à adopter.**

Il s'agira de :

- Déterminer dans quelle mesure le Développement Durable est une **préoccupation** pour les restaurateurs
- Lorsque c'est le cas, cerner cette préoccupation et **la positionner sur une échelle d'importance**, en comprendre la raison.
- Identifier les **attentes** des clients-restaurateurs en termes de Développement Durable
- **Hierarchiser leurs priorités** afin d'éclairer les stratégies
- Faire émerger des **solutions restaurateurs-industriels** pour créer l'échange et accompagner les clients
- Etre en mesure de proposer des solutions pertinentes aux clients en fonction de leurs problématiques et de leurs priorités.

✓ Conduite d'entretiens semi-directifs sur site auprès des chefs des différents univers ciblés.

	PARIS-IDF	EST	SUD-OUEST ET SUD-EST	TOTAL
<b><u>RESTAURATION COLLECTIVE AUTOGÉRÉE</u></b>				
* Cuisines Centrales	2	1	1	4
* Enseignement	2	3	1	6
* Santé	2	2	1	5
* Travail	1	2	-	3
<b><u>RESTAURATION COMMERCIALE INDÉPENDANTE</u></b>				
* VAE et Restauration Rapide	2	4	2	8
* Restauration assise	7	7	2	16
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>7</b>	<b>42</b>

*NB: en Collective, interrogation de 14 Chefs et 4 Directeurs de Cuisine  
en Cuisines Centrales, 1 Enseignement, 1 Santé, 2 Municipales  
5 Hôtels Restaurants en RAT*

✓ Entretiens auprès d'organisations professionnelles.

# I. ÉLÉMENTS DE COMPRÉHENSION

ce à quoi renvoie le Développement Durable pour les Chefs

- ✓ Le terme Développement Durable :
  - un terme dont la grande majorité **a entendu parler**
    - plus par les médias** ou les politiques
    - « Très à la mode ... Préserver l'habitat pour ceux qui vont venir »
    - que par leurs fournisseurs ou les fabricants**
  - un terme **mal compris** par une minorité
    - « Ne comprend pas ce que Développement Durable veut dire .. Pérennité du matériel ? »
    - « Faire connaître notre activité pour augmenter l'activité »
  - un terme qui remplace en le dépassant celui d'écologie ou d'attention à l'environnement
  - un terme parfois vu comme pompeux et qui peut en devenir **suspect**
    - « Que YY fasse attention, je n'y crois pas »
  - un terme **à la mode** il y a quelques années,
    - mais dont on entend **moins parler**
    - « On ne nous en parle plus avec la crise »
  - un terme qui peut englober **beaucoup de dimensions**, et qui par suite en devient
    - complexe**
    - non appropriable**
    - « On en entend parler mais on est dans le vague »

✓ Les plus informés (en cuisine centrale notamment) évoquent les 3 dimensions du Développement Durable

- écologique ou environnementale
- économique
- sociale

pour **en souligner les interactions** et en même temps faire apparaître **la difficulté de l'appréciation** de ce développement durable.

*« Des bouteilles portent le sigle de recyclage, cela doit coller.. Et elles ne sont pas reprises (au ramassage) »*

✓ La plupart des autres raisonne hors dimension sociale, et réduit le Développement Durable à des **notions environnementales**.

*« Comment faire mieux en esquinant moins »*

*« Des économies d'énergies pour la planète »*

L'aspect économique prenant 2 aspects principaux :

- un aspect de patriotisme ou de régionalisme économique
- un aspect de coût induit



On ne peut pas déclarer ou être fondamentalement contre le Développement Durable, mais le surcoût qu'on s'attend à devoir payer pour agir dans ce sens relègue souvent le Développement Durable au rang de préoccupation mineure.

*« Ce que me dit le Développement Durable ? Pas grand-chose sinon investissement important »*

*« Mais fera-t-on l'effort si les produits sont plus chers ? »*

*« Tout le monde est pour si ça ne coûte rien »*

Et le surcoût amène à **ne rien faire**, ou à **attendre une obligation** pour agir

*« Tant que pas les moyens, ce ne seront que des bons gestes »*

*« Nous ne changerons pas tant que pas interdit »*

*« Nous ne faisons pas grand-chose, ça ne nous est pas demandé. Si on ne nous le demande pas, on le laisse derrière nous »*

Le Développement Durable est une notion à laquelle **on ne peut pas ne pas adhérer**, mais dont la globalité est vue comme **complexe**, et dont on s'attend à ce qu'elle représente avant tout **un surcoût**.

**Agir pour le Développement Durable ne sera pas spontané, et ne sera pas fait sans obligation.**

✓ Le Développement Durable, lorsqu'il est abordé avec les chefs, va être concrétisé par deux grands domaines principaux :

- **l'approvisionnement** en produits alimentaires  
produits d'entretien

- **les déchets**, dans une logique à minima de tri,  
ou de gestion (réduction)

« *Produire moins de déchets* »

Ces 2 domaines sont spontanément évoqués dans tous les univers, avec des concrétisations et des attentes manifestées qui diffèreront.

✓ Deux autres domaines seront également cités, avec des variations plus nettes selon les univers :

- **l'économie des ressources** (eau, électricité notamment) en Collective, davantage vue comme relevant de la bonne gestion en Commerciale

- **le gaspillage alimentaire**, avec une sensibilité accrue sur la préparation pour la Collective, et sur les DLC et l'aval ( après repas) pour la Commerciale

✓ Les autres domaines sont peu cités spontanément, même si relevant après réflexion du Développement Durable.

Le Transport fait ainsi partie des absents, tout comme ce qui relève des modes de fabrication.

- ✓ La Restauration, au sens large, **ne se ressent pas** spécifiquement comme étant un secteur particulièrement **Acteur** ? Responsable ? Coupable ? dans le Développement Durable.
- ✓ Lorsque les sous thèmes seront abordés, **les « gros » responsables sont extérieurs** à la restauration, et leur contribution à eux limitée :
  - sur les Transports : les efforts doivent surtout porter sur le secteur des Transports, aériens et routiers notamment
  - sur les Déchets : les quantités de publicités, tracts, prospectus leur paraissent plus importantes que leurs cartons
  - sur le Gaspillage : ce que jette la Grande Distribution est bien plus important que leurs déchets.
- ✓ Seules les Cuisines Centrales et Gros Collectifs manifestent une prise de conscience pour les **déchets**, en tant **qu'élément important du Développement Durable** (les autres le considèrent avant tout sous l'angle de la gêne que cela occasionne pour eux),  
Les établissements d'Enseignement reconnaissent qu'ils peuvent jouer un rôle en matière d'**éducation** de leurs élèves  
mais pour la plupart des autres, leur rôle est plus proche de celui que peut avoir **n'importe quel ménage**. Et lorsqu'ils se disent qu'ils ont plus de poids (dans le Développement Durable) qu'un ménage, ils mettront en avant leurs contraintes propres de professionnels.

✓ Cela va conduire à adopter des raisonnements très pragmatiques :

- en termes de **coût perçu**, qu'il soit réel (lié à l'investissement ou au prix payé) ou perçu (temps consacré à une tâche)
- en termes de **logique perçue** dans ce qui est demandé, par rapport à ce qui leur est demandé en tant que particulier, ou en tant qu'acteur économique
- en termes de **motivation** à faire quelque chose pour le Développement Durable, cette motivation pouvant être:
  - \* extérieure (on m'impose ou m'incite de/à le faire)
  - \* personnelle (cela m'importe personnellement)
  - \* les deux

→ La **Restauration Collective** est plus concernée que la **Restauration Commerciale** :



- des donneurs d'ordre auxquels il faut répondre  
(élus, directions...)

- des **obligations** légales  
« 20% en 2016 ou 2017...Nous sommes déjà à 24% »

- des convives à qui on peut imposer ses plats



- une décision de patron

- pas d'obligation Développement Durable, mais des réglementations qui y touchent

- des clients qui sont à satisfaire

## **II. LA VISION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE PAR UNIVERS**

### **Fiches de synthèse**

	Restauration sociale	Restauration commerciale
<b>Intégration du développement durable</b>	<b>+</b>	<b>-</b>
<b>1 - Approvisionnement</b>	<b>Local ++</b> et Bio	<b>Local</b> (Restauration à table)
<b>2 - Déchets</b>	<b>Biodéchets +</b> Cartons (petits en enseignement et santé)	<b>Cartons ++</b> et emballages souillés (pour la VAE)
<b>3 - Economie des ressources (eau/énergie)</b>	0/+ en santé	+ en RAT et <b>++ en hôtellerie</b>
<b>4 - Gaspillage ( pertes)</b>	<b>++ Cuisines centrales</b> et + en enseignement	- (plus préoccupés par gestion matières premières)

	Cuisines Centrales	Travail	Enseignement	Santé	VAE/RR	Restauration Assise
<b>APPROVISIONNEMENT</b>						
<b>ALIMENTAIRE BIO</b>	+	+	O	O/+	O	O
<b>LOCAUX</b>	++	+	+	+	O/+	+
<b>ENTRETIEN</b>	O/+	O	O	+	O	O/+
<b>EQUIPEMENT</b>	+	+	O	O	O	+
<b>GESTION EAU</b>	O	O	O	O/+	O/+	+ (++ quand hôtel)
<b>GESTION ENERGIE</b>	O	O/+	O	O/+	O/+	+ (++ quand hôtel)
<b>TRAITEMENT GRAISSES &amp; HUILES</b>	O	O	O	O	O	O
<b>BIODECHETS</b>	+	+	+	+	O	O
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	O	O/+	+	+	+ / ++	++
<b>EMBALLAGES SOUILLES</b>	+	O	O	O	+ / ++	O
<b>DLUO/DLC</b>	O	+	O/+	O	O	O
<b>PORTIONS RECUES</b>	+	O/+	O/+	O	O	O
<b>PERTES</b>	+ / ++	O	+	O	O	O
<b>MODES DE PRODUCTION AMONT</b>	O/+	O	O	O	O	O
<b>TRANSPORT</b>	O/+	+	O	O	O	O/+

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Actions obligées par Elus (Municipalités) ou Direction, et planifiées
- Concernement général au regard de leur taille
- Non visibilité des convives dans certains cas, et Imposition des menus aux convives
- L'existence d'appels d'offres contenant une part de Développement Durable

PRIORITES	IMPLICATION	DE QUI ATTENDENT ILS QUELQUE CHOSE ?	COMMENTAIRES ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE BIO</b>	+	Fabricants Distributeurs	- Répondre aux obligations
<b>PRODUITS LOCAUX</b>	++	Fabricants Distributeurs Pouvoirs Publics	- Livraison en direct - Proximité des dépôts - Avoir une définition claire du local - Assouplissement en marché d'appro. Programmé
<b>PRODUITS D'ENTRETIEN</b>	O / +	Fabricants	- Autant pour l'environnement que pour le personnel
<b>EQUIPEMENT</b>	+	Fabricants	- Chiffrage des économies - Détection des pannes
<b>BIODECHETS</b>	+	Fabricants Pouvoirs Publics	- Equipement de réduction - Norme claire
<b>PERTES Après repas</b>	++	Fabricants Pouvoirs Publics	- 4/5 <sup>ème</sup> gamme moins chère - Norme claire



## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Une sensibilité aux coûts croissante, principalement matières
- Des coûts de ramassage poubelle parfois répercutées par le site
- Un convive visible
- Des services étalés à maintenir constants

PRIORITES	IMPLICATION	DE QUI ATTENDENT ILS QUELQUE CHOSE ?	COMMENTAIRES ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE BIO / LOCAUX</b>	+	Fabricants Distributeurs	- Extension de gamme - Bio F
<b>BIODECHETS</b>	+	Fabricants Pouvoirs publics	- Equipement de réduction
<b>DLUO / DLC</b>	+	Fabricants	- Allongement des DLC sur les fruits et légumes ou viande
<b>TRANSPORT</b>	+	Fabricants Distributeurs	- Produits locaux livrés par proximité

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Une mission principale : faire manger les enfants
- Une mission annexe : les éduquer (au goût, au Développement Durable)
- Des interlocuteurs souvent âgés, d'où une moindre sensibilité

PRIORITES	IMPLICATION	DE QUI ATTENDENT ILS QUELQUE CHOSE ?	COMMENTAIRES ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE PRODUITS LOCAUX</b>	+	Distributeurs Pouvoirs publics	- Offre à développer - Facilitation des achats (en direct, budget)
<b>BIODECHETS</b>	+	Fabricants Pouvoirs publics	- Matériel de réduction
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	+	Fabricants Distributeurs	- Réduction - Systèmes de récupération
<b>PERTES Après repas</b>	+	Eux-mêmes Fabricants	- Servir ce qui plaît malgré les contraintes - 4 <sup>ème</sup> gamme moins chère - Planification des repas

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Des publics auxquels il faut prêter attention : personnels variés et résidents / patients
- Une sensibilité à l'importance des repas dans la mission de soin ou d'accueil
- La problématique principale est le maintien d'une qualité malgré les autres contraintes (coût, réglementations, ...)

PRIORITES	IMPLICATION	DE QUI ATTENDENT ILS QUELQUE CHOSE ?	COMMENTAIRES ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE PRODUITS LOCAUX</b>	+	Distributeurs Pouvoirs publics	- Offre à développer - Facilitation des achats (en direct, budget)
<b>PRODUITS D'ENTRETIEN VERTS</b>	+	Fabricants	- Produits bien dosés - Formation du personnel
<b>BIODECHETS</b>	+	Fabricants Pouvoirs publics	- Matériel de réduction
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	+	Fabricants Distributeurs	- Réduction - Systèmes de récupération - Colisages mieux adaptés

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Un faible concernement lié au peu d'impact qu'ils pensent avoir.
- Les déchets davantage investis, quand ils se considèrent comme producteurs de déchets d'emballages.

PRIORITES	IMPLICATION	DE QUI ATTENDENT ILS QUELQUE CHOSE ?	COMMENTAIRES ATTITUDES ATTENTES
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	++	Distributeurs	- Réduction volume
<b>EMBALLAGES DE REVENTE</b>	++	Fabricants	- Emballages recyclables abordables

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Un sentiment d'être envahis de normes ou d'obligations (labels notamment).
- Un sentiment d'être tout petits, et de devoir faire des choses qui concernent plus des chaînes ou des gros industriels.
- La contrainte économique prime sur tout le reste.

PRIORITES	IMPLICATION	DE QUI ATTENDENT ILS QUELQUE CHOSE ?	COMMENTAIRES ATTITUDES ATTENTES
APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE PRODUITS LOCAUX	+	Distributeurs	- Proposition plus développée
ECONOMIE ENERGIE EAU	+ ++ pour Hôtels	Eux-mêmes Fabricants	- Bons gestes - Economiseurs abordables et robustes sans rachat neuf
EMBALLAGES PROPRES	++	Distributeurs	- Récupération des cartons

## III. QUELQUES THEMES EN DÉTAIL

Parmi les différents sous-thèmes auxquels nous avons fait réagir les interviewés, certains ont suscité de nombreux commentaires, d'autres très peu ; certains enfin n'ont rien inspiré du tout.

BEAUCOUP	PEU	PAS DU TOUT
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>PRODUITS BIO ET AB</b></li> <li>- <b>PRODUITS LOCAUX</b></li> <li>- <b>PRODUITS FRANCAIS</b></li> <li>- <b>PRODUITS VERTS</b></li> <li>- OGM <i>« interdits » « &lt; 0,1% »</i></li> <li>- CONSOMMATION D'ÉNERGIE chez eux</li> <li>- CONSOMMATION D'EAU chez eux</li> <li>- RECUPERATION D'HUILE</li> <li>- RÉDUCTION <b>DECHETS</b> EMBALLAGES PROPRES</li> <li>- Pertes après repas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TRAITEMENT D'EAU en production</li> <li>- <b>PRODUITS AGRICULTURE RAISONNEE</b></li> <li>- <b>CIRCUITS COURTS</b></li> <li>- <b>ECOLABELS</b> <i>« l'équivalent des viandes labellisées ? » entre le flou et l'intérêt</i></li> <li>- TRANSPORTS</li> <li>- TRAITEMENT DE L'EAU vs GRAISSES</li> <li>- TRAITEMENT DE L'EAU vs RESIDUS ALIMENTAIRES</li> <li>- RÉDUCTION <b>DECHETS EMBALLAGES</b> SOUILLES (sur conserves)</li> <li>- RÉDUCTION <b>BIODECHETS</b></li> <li>- DLUO / DLC (vs <b>Gaspillage</b>)</li> <li>- Aménagement des portions (vs <b>Gaspillage</b>)</li> <li>- Pertes en préparation (vs <b>Gaspillage</b>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CONSOMMATION / POLLUTION lors de la production</li> <li>- LABEL HQE <i>« pour les bâtiments »</i></li> <li>- ISO 14001 <i>« je ne sais pas ce que c'est, mais c'est contestable comme toutes les normes »</i></li> <li>- QUALITE D'AIR chez eux</li> <li>- POLLUTION AIR chez eux</li> <li>- TRAITEMENT DE L'EAU vs DETERGENTS</li> </ul>

→ Elle est avant tout du ressort du Distributeur ou du Fabricant ; ce sont eux les concernés sur 2 sous-thèmes :

- celui de l'importation de produits
- celui de la livraison dans leur établissement

✓ Eux-mêmes ne maîtrisent pas **la livraison** chez eux

*« Nous avons 5 fournisseurs et ce sont souvent de gros camions pour de petites quantités... »*

*« Mais il n'a pas que nous (à livrer) »*

*« Un camion pour le traditionnel, un pour le Bio et un pour les fruits et légumes bio...Ca fait beaucoup »*

*« X a des tournées aberrantes...Mais c'est leur problème »*

et l'effort à ce sujet profite avant tout au distributeur

*« Un intérêt économique pour eux, plus que pour l'environnement »*

✓ L'univers du Travail, lorsque lié à une entreprise recourant ou assurant elle-même du Transport (PTT, aéroports...), va y être plus sensible.

✓ Pour l'**importation** de produits, la réduire suppose à leurs yeux :

- de développer l'offre de produits réellement locaux, sans kms « superflus »
- de faire accepter au client de ne plus pouvoir accéder à des produits hors saison



- ✓ **Le BIO** permet de répondre à des obligations, à condition d'être certifié ou clairement AB

Mais,            du fait qu'il est obligé  
                    du fait qu'il coûte souvent plus cher  
                    du fait que beaucoup d'informations le critiquent  
                    du fait que ces produits bio peuvent venir de très loin  
il y a **peu d'adhésion** à ces produits.

- ✓ **L'Agriculture Raisonnée** reste un **concept flou**

Mais            est parfois decrypté comme étant un intermédiaire en coût ou en qualité entre du traditionnel et du BIO  
elle devient alors plus intéressante

- ✓ **Le produit français** fait vibrer un patriotisme économique auquel les chefs sont sensibles

Mais            il peut venir de loin en France  
                    ou même avoir été produit en France, expédié à l'étranger et revenir ensuite  
il en devient alors un **produit éloigné**

- ✓ **Le produit local**, à condition qu'il soit disponible et que le local soit bien défini, va **intéresser** les chefs :
  - par patriotisme économique régional
  - par le circuit court qu'il est sensé représenter

*« En Ile de France, est local ce qui est produit dans un rayon de 200 kms »*
- ✓ L'intérêt réside alors dans la **fraîcheur** supposée, même si le distributeur peut allonger le délai d'acheminement
- « On prend une eau dont la source est à 10kms d'ici...mais elle va faire 200kms pour arriver chez nous »*
- ✓ Ainsi que dans **le contrôle possible** (conceptuellement en tout cas) du producteur, avec lequel une relation de confiance peut s'établir
- « Notre producteur de pommes est à 20kms...il n'est pas bio mais l'est sûrement »*
- Etre local, sans cette possibilité de contrôle ne suffit pas

*« Ca peut être une très mauvaise production »*
- Ce qui indique qu'il ne s'agit pas simplement d'un nouveau label à apposer, mais bien d'une réalité recherchée.
- ✓ L'idéal étant de **pouvoir être livré directement**, sans passer par un intermédiaire distributeur.
- « Comme il y a un distributeur, on perd en logistique (fraîcheur) et en coût »*

- ✓ Ces productions locales vont séduire la Restauration Collective, qui regrette souvent de ne pas pouvoir y recourir. Certains vont même **se critiquer**, en se déclarant responsable de cette situation.

*« Comme on s'est regroupés, on a imposé des gros en face de nous...il faut ruser maintenant pour y avoir accès »*

*« Nos procédures et politiques d'achat l'ont rendu impossible »*

Elles touchent également les Restaurants Commerciaux qui fonctionnent aux cartes courtes ou « du marché », et qui ont à proximité l'offre nécessaire (en province plus qu'à Paris).

- ✓ La Restauration Commerciale qui souhaite une carte plus fournie y est moins intéressée :

le local ne fournit :

- ni la variété nécessaire (« comme les paniers en AMAP »)
- ni la constance de qualité
- ni l'assurance de fourniture

que leur offrent les distributeurs et les industriels à travers eux.

- ✓ Le terme de **circuit court** est peu utilisé, mais recouvre une **réalité intéressante** :

- locale, car liée à une production proche
- fraîche, car liée à des temps de transports limités
- écologique, car nécessitant moins de transport

qu'on pourrait résumer en une **production proche rapidement livrée, avec recours à des produits de saison**.

- ✓ L'utilisation de cartons lors de la distribution pour regrouper les commandes est bien comprise en termes d'utilité : les erreurs de commande sont limitées, les livraisons simplifiées car plus rapides.

Ce qui va davantage choquer, c'est que **la taille du carton sera la même** quel que soit le volume acheté.

« *5 bavettes sous vide arrivent dans un grand carton non repris* »

« *Du saumon fumé dans un carton de 30x30* »

et les efforts du distributeur sont appréciés « *Chez Y, il y aura un carton pour tout...La viande avec le mascarpone...*

*C'est mieux* »

- ✓ Par ailleurs, les cartons ne sont **pas repris**,
  - soit parce que la loi l'interdit
  - soit parce que le livreur n'en a pas envie
  - soit parce qu'il n'en a pas le temps

Et c'est la gestion de l'évacuation de ces cartons, encombrants dans une poubelle générale ou propre, ou à amener soi même qui pose problème. **L'attente de système de récupération est forte.**

- ✓ Les cagettes sont une alternative recherchée par beaucoup

« *Pour les légumes* » « *En viande* » « *Les moules* »

lorsqu'elles sont reprises ensuite

« *Même s'il faut les laver nous-mêmes* »

Elles sont également vues comme une solution qui a existé dans le passé et qui a depuis été abandonnée

« *Dans le groupe Coop, les fruits et légumes, fromages et charcuteries arrivaient sous-vide dans les bacs qu'ils récupéraient et qui repartaient chez le fabricant* »

- ✓ La **question des suremballages** semble **se réduire** sous l'impulsion des fabricants, qui veillent également à résorber l'épaisseur des cartons utilisés.

Elle est par contre choquante lors des achats par internet.

- ✓ Cette thématique des **cartons** a suscité **énormément de réactions**, notamment en Restauration Commerciale, avec les questions de stockage et d'évacuation en milieu urbain.

*« Je me fâche avec les fournisseurs qui livrent et n'ont pas le droit de ramener, je les ai quittés pour ça »*

*(Restauration commerciale)*

La Restauration Collective s'en plaint moins, et plus sous un aspect de praticité que sur celle de la gestion du Déchet; beaucoup d'établissements de bonne taille ont déjà mis en place des solutions de traitement des emballages; les plus petits se rapprochent quant à eux d'établissements de la Restauration Commerciale.

- ✓ Ces 2 notions ont été abordées sous l'angle du gaspillage alimentaire qu'elles peuvent engendrer.
- ✓ Elles deviennent problématiques lorsque le stock est mal géré principalement ; les pertes liées sont toujours évaluées comme **très faibles**, et tiennent souvent plus à du portionnage (le jambon par 6 kilos) qu'à la DLC.

La gestion de ces DLC passe également par une gestion des jours de commande

*« Commander les DLC courtes le lundi » « Pas de salade préparée un vendredi »*

- ✓ Il n'en demeure pas moins que ces DLC sont souvent vues comme **des incitations à commander** plus vite, en étant remises en cause. Le yaourt nature a été plusieurs fois cité en exemple, dans ces différences Métropole / ailleurs.

En témoignent également les pratiques de ré étiquetage des industriels (softs) ou de la Grande Distribution (viande et fruits et légumes).

- De nombreux chefs, tous univers confondus, déplorent le **manque d'apprentissage** à l'égard des parures ou restes :

- En école, ces termes ne seraient plus utilisés, et remplacés par celui de **déchet**
- Ces aliments ne sont **plus** aujourd'hui **valorisés**

*« On ne veut plus manger des restes »*

- Le **savoir-faire** dans leur utilisation **se perd**

*« Sur 8 kilos de faux filet, il y a 2, 3 kilos de pertes ...*

*500g peuvent être récupérés pour faire de la viande hachée »*

- Cette évolution rendra selon eux **plus difficile** (en Restauration collective) **le respect d'un poids toléré de pertes**.

*« On vise 80g par plateau, mais c'est difficile : aujourd'hui, on a 100-120g d'entrée, une cuisse de poulet de 230 à 250g, où il va y avoir automatiquement 40g de déchet , 200g de féculent et 100g de fruit »*

- Les 4èmes et 5èmes gammes sont vues comme **des aides** et comme un moyen de réduire les pertes

*« De la salade en sachet en hiver car la fraîche est infâme...Il faut la laver 4 fois plus, on va jeter l'équivalent de 4 têtes sur 12 »*

*« J'ai besoin d'une caisse ½ , alors je commande 1 caisse et le reste en sachet...Je gagne du temps et n'ai rien à jeter »*

Leur coût empêche d'y recourir plus souvent

✓ Une **pratique** :

- mieux tolérée dans l'Est (cela se fait en Allemagne) qu'ailleurs
- vue comme plus légitime pour le vin (produit de négoce), et **moins légitime pour les plats**

✓ Communiquer sur ce système possible dans son établissement reviendrait à :

- indiquer que ses portions sont mal adaptées
- accepter qu'il puisse y avoir un reste car peu apprécié

*NB : le nom adopté dans le passé (Doggy Bag) indiquait que ces restes étaient emmenés pour le chien, ce qui aidait à faire passer la solution.*

✓ Il y a par ailleurs **une réticence à en parler spontanément** aux clients par peur de les vexer

*« Il faut leur expliquer que s'ils ne l'emmenent pas, ça ira à la poubelle »*



## IV. SATISFÉCITS ET ATTENTES

## Ce qu'il font bien

### LES PRODUITS ALIMENTAIRES

- Les portions livrées correspondent
- Réduction des suremballages (à poursuivre)

### L'ENTRETIEN

- L'offre en bio existe

### L'EQUIPEMENT

- Les machines moins voraces existent

## Ce sur quoi des améliorations sont attendues

- Excepté pour les salades  
le jambon
- Augmenter les DLC de 1 ou 2 jours sur les viandes
- Réduire le volume d'emballages
- **Livrer en direct** quand à proximité
- Elle manque en efficacité
- Souhait de systèmes économiseurs sans remplacement du matériel
- **Détection automatisée** des pannes

## Ce qu'il font bien

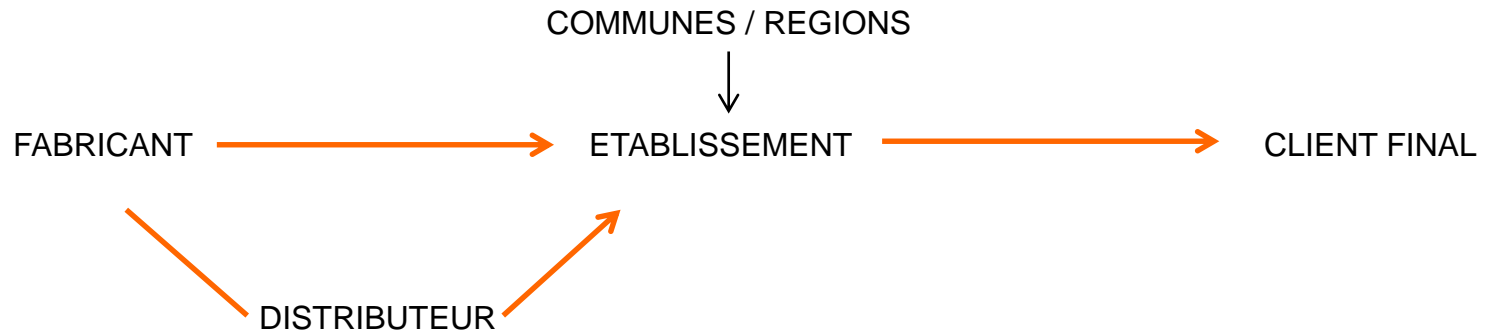
- La proposition de produits bio
- La proposition de produits Développement Durable (poisson notamment)
- Les livraisons sont plus justes que par le passé

## Ce sur quoi des améliorations sont attendues

- **Développer des produits locaux, idéalement en circuit court**
- **Réduire le volume d'emballages de livraison, ou organiser leur récupération ou adopter des emballages réutilisables**
- Aider à la planification des repas (vs gaspillage), en Enseignement notamment

## V. ELEMENTS DE DISCOURS

La pertinence des actions et l'intérêt pour les domaines du Développement Durable dépend également de la perception qu'à l'établissement de **sa place dans la chaîne globale**



✓ *Chacun de ces maillons a son rôle propre, sa mission spécifique, et son rayon d'action propre en matière de Développement Durable. On s'attend à ce que cette mission soit bien remplie, la façon dont elle l'est étant du ressort de ce maillon.*

Agir pour le Développement Durable à son échelle implique que soit perçue **une cohérence globale**, ou du moins une absence de contradictions ; la perception d'efforts « sincères » ailleurs aide à mieux tolérer les efforts demandés.

*« La commune nous donne les moyens de le faire, avec l'installation d'une déchetterie ... Alors autant le faire »*

ou à l'inverse

*« Les communes mettent en place mais ne veulent pas que ça leur coûte ...*

*On paie au poids avec des poubelles à puces ...*

*Non seulement on doit trier, mais en plus on nous fait payer »*

✓ Par ailleurs, chacun de ces autres maillons amont remplit bien sa mission aux yeux des établissements, avec des nuances selon les univers de la restauration.

- **En Restauration Collective, fabricants et distributeurs sont très bien évalués**, que ce soit en termes de professionnalisme, d'offre proposée ou de prise en compte du Développement Durable  
*« Au-delà du marketing, ils ont compris qu'ils devaient y aller. L'industriel ne fait pas que du business »*

Les contacts sont plus fréquents avec les fabricants qu'en Commerciale, les Distributeurs choisis dans le cadre de contrats soumis à appel d'offres.

- **En Restauration Commerciale**, les prestataires amont donnent également satisfaction, avec cependant :
  - un discours **plus critique à l'égard des fabricants**
  - une **proximité** plus importante **aux distributeurs**.

Par contre, la communication à ce sujet est souvent perçue comme faible de la part des distributeurs

*« Les fournisseurs ne parlent pas »*

*« Un fournisseur y fait attention : FOREZIA, Métro n'en parle pas ; ils disent qu'ils ont des producteurs français pour le vin et les poissons, c'est tout »*

Certaines initiatives ont cependant été remarquées

*« Ils ont mis quelque chose d'exceptionnel en place sur la préservation du poisson »*

Dans cette chaîne,

- la **Restauration Collective** doit satisfaire le convive, mais veille surtout à **répondre aux attentes des donneurs d'ordre**. Ils répondent à une contrainte, notamment avec les produits Bio qui correspondent à des objectifs qu'on leur fixe, et sont contents de pouvoir s'appuyer sur les fabricants et les distributeurs pour cela.

Il peut y avoir une réelle conscience du Développement Durable, et ils vont dénoncer ce qui l'a rendu plus difficile :

- \* la concentration des acteurs (massification des achats vs circuit court)
- \* la perte d'éducation alimentaire ou anti gaspillage de leurs convives ou personnels

- la **Restauration Commerciale** veille à conserver / développer sa clientèle, et les actions Développement Durable n'ont pas grand chose à y voir.

Pour eux, c'est davantage la recherche de profit ou la société de consommation qui pousse au gaspillage, ou à des comportements au détriment du Développement Durable

*« Trop de choix en GMS... C'est eux qui gaspillent le plus »*

*« On ne finit pas son assiette et c'est devenu normal »*

*« Les DLUO, c'est juste pour faire acheter davantage »*

*« Une nouvelle industrie au profit des Bio man »*

✓ Par ailleurs, les raisonnements et attitudes apparaissent comme liés :

- Aux âges des interviewés :

**les plus de 50 ans** : voient souvent le Développement Durable comme **un bon sens à retrouver**, comme des demandes qui ont trait à ce qui pouvait être fait dans le passé.

Pour eux, le Développement Durable peut être vu comme un retour en arrière, sans que ce soit péjoratif, mais avec des contraintes d'aujourd'hui le rendant plus complexe.

Ils n'ont pas été formés au Développement Durable, et peuvent ne plus vouloir s'y intéresser : ils n'investiront plus, ni financièrement, ni personnellement

**les 35-50 ans** : le Développement Durable est connu au travers de leurs enfants, qui leur en parlent ou y travaillent à l'école.

Ils vont y prêter attention lorsque cela leur est possible, par des **gestes « citoyens »** plus que par action spécifique.

**les moins de 30 ans** : ils ont côtoyé cette notion, peuvent y être sensible, mais leur préoccupation majeure est plus **économique**.

Le Développement Durable sera intégré si en phase avec cette préoccupation.



Très souvent, **des notions extérieures viennent en contradiction** avec ce que demanderait le Développement Durable ; si cela n'empêche pas forcément l'action Développement Durable, cela nuit à la bonne compréhension de la portée de son action.

## \* HYGIENE / SANTE

laver et désinfecter ↔ Produits d'entretien  
Développement Durable

## \* EQUIPEMENT COMMUNE

local isolé de la cuisine ↔ Trier bio déchets ↔ Pas de ramassage spécifique

« On nous demande des choses incohérentes (DLC vs gaspillage) et même si on est de bonne volonté, ça décourage »

« Servir un fruit à 3° ; ça devient dur pour les personnes âgées et on a du gaspillage »

« Les produits de sol, on a du 1 litre...Avant, en 25 litres, ça faisait moins de poubelle, mais ça n'était pas bon pour l'ergonomie, les TMS »

## \* NUTRITION

Portions GEMRCN ↔ Portions justes  
\* pour les enfants  
\* pour les personnes âgées

## \* SATISFACTION CONVIVE

Réduction gaspillage ↔ nombre de convives incertain

« On nous en parle plus, mais les contraintes restent »

✓ La Restauration ne se sent **pas particulièrement concernée** par rapport à d'autres secteurs économiques. Les établissements se voient également comme un maillon dans une chaîne plus générale ; si les autres maillons sont souvent bien évalués au regard du Développement Durable, il faut qu'il y ait **conscience que tous y participent**, sincèrement, pour **qu'eux même puissent envisager** de se mettre en action.

✓ L'**âge** des chefs, leur perception des autres contraintes auxquelles ils sont soumis et l'existence d'obligations influent sur leurs attitudes à l'égard du Développement Durable.

**La province vs Paris** joue sur les facilités (approvisionnement local par exemple) ou contraintes (collecte des déchets ou attitudes de la Région ou de la Commune).

Le Développement Durable, même si toutes ses dimensions ne viennent pas spontanément à l'esprit, est vu comme une **notion très (trop ?) hétérogène**, portant sur des domaines qui peuvent rentrer en contradiction :

*« Nous on trie et on a 4 camions de fournisseur différents »*

*« On trie comme particulier, pas comme professionnel ... Illogique même si pas évident à faire en restau. »*

*« On va importer par avion des produits bio »*

*« Les produits locaux traversent la France pour revenir ensuite chez nous »*

*« En réduisant les déchets, on réduira le recyclage, et les emplois de ce secteur avec »*

*« Le bio qui est emballé dans du plastique »*

*« L'Etat veut 20% de bio mais réduit les aides... On sera obligé d'en importer »*

La multiplication d' « informations » reçues **au travers des médias** ne cesse de délivrer des messages qui amènent à se questionner sur les pratiques. L'alimentation est plus que jamais traitée dans les médias, avec des thèmes le plus souvent **critiques**.

Lundi 6 : *« Cargill : la faim justifie les moyens ? »*

Mardi 7 : *« Enquête de santé : la viande en accusation »*

Mercredi 8 : *« Sur les marchés »*

Jeudi 9 : *« Produits allégés, les faussaires du goût »*

Jeudi 9 : *Reportage sur le coût des produits locaux selon la distance du lieu de production*

*Reportage sur les arnaques des produits du Terroir*

*« Bio : peut-on vraiment y croire ? »*

Dimanche 12 : *« Jour de marché, de Barbès à Uzès » « Compléments alimentaires, une pilule qui passe mal »*

Heureusement qu'il y a ce soir...Cauchemar en Cuisine

✓ Le levier de la **reconnaissance des efforts** faits pour le Développement Durable, qui passerait par un label ou un « diplôme de bonnes pratique », semble **peu apte** à faire bouger ceux qui ne sont pas obligés d'y aller.

- La profusion de labels existants, du Maître Restaurateur au tout récent Fait Maison

*« Avec tout ce qu'il faudrait afficher :*

*- Fait Maison*

*- Artisan Restaurateur*

*- Restaurateur chef de cuisine*

*- Maître Restaurateur*

*- Origine des vaches,*

*on est un placard de publicité, plus un restaurant »*

- La difficulté à faire entendre leur justification

sont autant de raisons de ne pas voir rajouter un signe Développement Durable pour l'établissement.

L'appropriation est complexifiée par la multitude d'aspects pouvant jouer dans le Développement Durable, ainsi que par **les paradoxes** que cette multitude d'aspects entraîne.

✓ Lorsqu'on parle de Développement Durable, la **notion de coût** apparaît très vite.

La perception majoritaire est que agir dans ce domaine génère un **coût supplémentaire**, à tel point que lorsqu'une action Développement Durable fait économiser, elle en devient une action de bonne gestion ou de bon sens.

→ Le recours à des produits qui pourraient avoir une coloration Développement Durable suscite un surcoût.

- **Le Bio est jugé plus cher pour tous les plats** ; les collectifs qui ont une obligation d'y recourir y vont, en privilégiant des produits réguliers, à prix moins décrochés du standard : yaourts, pain, pâtes et riz ... pour les produits les plus souvent cités.

D'autres, non soumis à obligation, le réduisent à du très occasionnel

« *Juste le quinoa* » « *Les haricots verts et petits pois seulement* »

- Les produits d'entretien Verts séduisent les Commerciaux, pour **leur non nocivité** plus que pour l'environnement.

Il s'agit souvent d'un petit poste.

Les matériels à faible consommation (eau, énergie) seront parfois rangés dans cette catégorie, mais l'argumentation semble davantage porter sur l'économie réalisée que sur le bien de de la planète.

→ D'autres actions sont vécues comme plus **neutres** : le tri des emballages peut demander du temps, mais n'est pas remis en cause en termes de coût.

Certaines solutions peuvent générer des économies en amont de leur établissement, sans gain ni coût pour eux, et seront bien tolérées.

→ D'autres, enfin, sont **profitables** pour eux : tout ce qui diminue leurs coûts (économies d'énergie, d'eau ...) ou ce qui leur apporte quelque chose, même si cela reste symbolique.

✓ Le raisonnement par rapport au coût est bien entendu majeur pour tous :

- lorsqu'on **doit aller** vers des actions Développement Durable, par obligation ou forte incitation, **la question du budget alloué**, réel ou à venir, est fondamentale

*« Si on nous en donne les moyens »*

- **lorsqu'il n'y a pas obligation**, le raisonnement prend en compte le Développement Durable comme

- **source d'économie** pour l'établissement, sur lequel on est responsable ou non, beaucoup d'établissements en Restauration Collective n'ayant pas de vue sur ces budgets.
- poste **neutre**, car dépendant plus de pratiques que d'achats, et **l'implication personnelle** va être déterminante
- **source de coût**, qui sera plus ou moins tolérable selon
  - le **montant** concerné
  - la **légitimité perçue** de ce coût,

Cette légitimité tient à plusieurs facteurs.

*NB : par coût, il faut entendre budget à consacrer ou efforts à faire.*

La coexistence de plusieurs « systèmes » autour d'un même thème illustre cette notion.

Deux exemples :

## - La récupération des huiles de friture

3 « systèmes » ont été rencontrés :

1. l'établissement **paie une société** qui vient récupérer l'huile usée.  
Il s'agit bien d'un geste pour le Développement Durable de l'établissement auquel il s'oblige (sinon vidé dans l'égout ou pire, dans le caniveau)
2. l'établissement **confie** son huile usée à une société qui vient le récupérer.  
L'établissement ne paie rien ; seule la collecte lui coûte un effort.
3. l'établissement **confie** son huile usée à une société **qui lui verse une somme** après pesée.  
L'effort de la collecte est rémunéré ; l'huile est réutilisée, et donc valorisée.

Certains établissements ont connu les 3 systèmes, dans des ordres différents.

Lorsqu'on a connu le 3 pour être au 1, le Développement Durable devient une source d'insatisfaction.

*« Elles étaient ramassées et on nous payait, puis on a dû payer Veolia...Et maintenant elles sont reprises gratuitement »*

*« On a connu le payant, le gratuit, et là c'est une société belge qui nous les rachète »*

## - La valorisation des bio déchets :

Plusieurs cas de figure :

1. l'établissement **A paie** une société qui vient récupérer les bio déchets. Ces bio déchets sont valorisés (compost, chauffage) et revendus.
2. l'établissement **B** confie à la même société ses bio déchets qui sont récupérés **gratuitement**.

**A** fait partie du même groupement que **B** mais a plus petits volumes.

Par ailleurs, **A** paie l'enlèvement des déchets au poids alors que **B** non.

Pour **A**, confier ses déchets à la société de valorisation n'a pas de sens, d'autant qu'il paie moins en enlèvement de poubelle qu'en récupération par la société.

D'où une évacuation sans valorisation, parallèle à une évacuation plus sauvage.



Le surcoût Développement Durable est légitime quand :	Il sera illégitime lorsque :
Un effort d'autres prestataires est perçu sur ce sujet	Ce surcoût semble profiter à celui qui le propose
Un retour sur investissement est envisageable	La réalité des pratiques qu'ils voient constitue une aberration au regard de ce qu'on leur demande ou qu'ils font

En d'autres termes, l'action pour le Développement Durable sera bien mieux perçue si l'interlocuteur

- sait que cela aura un **réel effet**,
- sait que cet effort **ne profitera pas à d'autres**,  
bref, qu'il en voit les conséquences.

D'une certaine manière, on touche là à une vision d'un Développement Durable qui permette une **certaine autarcie**, vision parallèle à celle communiquée dans le bâtiment (les constructions autonomes ou NZEB), et dont on retrouve trace dans plusieurs domaines du Développement Durable abordés avec les interviewés.

Elle recouvre ainsi :

- l'assurance de ce qui est fait du déchet

*« Quand on trie et qu'un seul camion récupère tout... »*

*« On prend du VC par choix...Le VP est plus pratique et sera recyclé, mais on ne connaît pas la finalité, on ne sait pas ce qu'ils en font »*

- l'assurance d'agir en tant qu'acteur isolé

*« Le bio je n'y crois pas...Ce serait seulement si on produisait nous-même »*

*« Que nos déchets servent à notre chauffage »*

**L'attirance pour les produits locaux correspond en partie à un élargissement géographique de cette autarcie individuelle.**

Le retour sur investissement est lui-même à considérer sous plusieurs aspects :

- **effet direct économique**, lorsqu'il permet de réduire ses factures, avec un effet CMT

*« Acheter un sèche-mains électrique nous coûte 500€...Et le papier de séchage en bobines 600€ par an... C'est rentabilisé en un an »*

- **effet de communication**,

\* soit auprès des **donneurs d'ordre**, même si la réponse à une demande exprimée est plus fréquente qu'une réelle initiative

\* soit auprès **du public** des convives ou clients.

*« On faisait un menu bio par mois et on nous demandait de faire du bio ...*

*Maintenant, il y a des yaourts bio à chaque repas, et **les parents nous en parlent** »*

Le **faire-savoir** est alors aussi important que le faire, et l'**attente d'aides** à cet égard est souvent manifeste

*« Comment faire savoir que notre carotte est bio ? ...*

*Quand il y a un fromage en portion ou un produit laitier, c'est marqué dessus »*

La restauration collective en prise avec les convives (Enseignement notamment) y sera sensible ; la restauration commerciale ne constate que de rares demandes de sa clientèle à ce sujet, et ne communique à ce sujet que lorsque le patron lui-même y est sensible.

*« Quand je prépare un sandwich avec des légumes bio, j'en parle : c'est mieux produit, donc un peu plus cher ... Je peux l'expliquer »*

*« Je prends des girolles du Canada...Un client me l'a reproché, et je lui ai conseillé autre chose...Moi, Je m'en f... »*

- ✓ Agir pour le Développement Durable suppose :
  - si cela n'est pas au même prix ou que légèrement plus cher (des fourchettes de 5 à 10% reviennent de façon récurrente pour les produits alimentaires ou d'entretien)
  - si cela n'est pas imposé ou qu'il n'y a pas de fort intérêt à le communiquer

de pouvoir **avoir au moins un argument clair**, ou **mis en avant** de façon intelligible pour le chef.

Or, dans leurs discours

\* Le BIO n'a pas une qualité organoleptique supérieure au standard

*« Les asperges bio sont moins bonnes que celles d'ici »*

\* Les produits VERTS en entretien perdent en performance ce qu'ils gagnent en innocuité

\* Les EQUIPEMENTS se disent économes ( et on le croit) mais le gain procuré n'est pas toujours chiffré,

pour ne citer que quelques exemples.

- ✓ Lorsqu'une démonstration, un chiffrage est fait, ou encore une communication bien articulée, il en reste une trace et une **prise en compte devient possible**. Un discours de Distributeur est revenu à plusieurs reprises à titre d'exemple

*« Le poisson Pêche Française, eh bien ils respectent des quotas de pêche, et relâchent le surplus...On le privilégiera »*

*« La Pêche responsable ou respectueuse...Ca montre qu'ils font attention »*

## VI. PISTES DE REFLEXION

Ce que fait l'amont en terme de développement durable ne semble intéresser les restaurateurs que dans la mesure où cela présente un intérêt direct pour eux : solution, économie, support de communication, etc..

## Attention à votre communication !

Les restaurateurs intègrent le fait qu'ils font partie d'une filière. La prise en compte du DD **par l'industrie** semble intégrée par les restaurateurs, en Restauration Collective surtout.

La communication développement durable doit rester **pragmatique** (ex RSE pas compris ou pas sensibilisé), en mettant en exergue les **bénéfices directs** (autres que le seul développement durable) pour le restaurateur ?

En restauration commerciale, on constate par ailleurs plus de méfiance, avec une attention aux discours très marketing, green washing. La méfiance à l'égard des fabricants est plus marquée.

## Aider à leur communication ?

La plupart, sauf en restauration collective ou dans quelques établissements positionnés sur le bio en restauration commerciale, ne cherche pas vraiment à communiquer sur le sujet; des **aides** à la communication peuvent être attendues lorsqu'ils le souhaitent.

## Prendre en compte leur sensibilité aux produits locaux

Constats de l'importance du patriotisme ou régionalisme économique (emploi, surtout en temps de crise) en restauration collective : impact potentiel sur le local, circuits courts, France

Le terme **local** semble mieux appréhendé que celui de circuits courts. La Restauration Collective peut aller jusqu'à remettre en cause la massification des achats allant à l'encontre du régionalisme économique.

Leur définition du local, dans une vision idéalisée :

- une production proche rapidement livrée
- avec recours de produits de saison
- à lier avec l'ambition de l'autarcie
- et attente de subventions par les régions (en restauration Collective).

Creuser la **voie du recyclage** ou de **l'autonomie** :

- Utiliser la chaleur produite par les traitements air de blocs froids
- Utiliser les cartons comme carburants
- Réapprendre à utiliser les restes

## Les coûts.

Il est important de lier et de clarifier l'aspect économique à chaque apport DD : quel impact pour le restaurateur, pour **quel bénéfice** ? Retour sur investissement, diminution des coûts de personnel ou gain de temps etc.

Lorsqu'il y a un tel avantage, cela nécessite d'avoir des arguments très clairs : démonstration.

Sinon, il vaut mieux éviter des produits avec des bénéfices en relation avec le développement durable qui soient plus chers sans retour.

## Concernant les emballages

En restauration Commerciale, et dans les plus petits établissements de la Restauration Collective, le principal ennemi est constitué par **les cartons** ! Peu de commentaires sur les autres emballages qui ne semblent pas être une préoccupation majeure, sauf en VAE.

Ils reconnaissent les efforts des fabricants concernant la diminution des suremballages, mais souhaitent également que soient développés / organisés des **systèmes de récupération** (comme pour l'huile de friture) pour les **cartons**

Se pose la question de savoir si un surcoût serait acceptable .



## Le gaspillage alimentaire :

**Les DLC /DLUC (DDM)** : ces notions sont mal comprises, avec le sentiment pour beaucoup que cela augmente la rotation des stocks (argument développé par UFC Que Choisir) et incite à renouveler les commandes. Une **explication** semble à ce titre nécessaire (support ANIA).

La principale difficulté indiquée dans la maîtrise du gaspillage en Restauration Collective concerne la prévision d'effectif des convives. **Une aide** à ce titre pourrait être proposée.

Le GEMRCN (restauration sociale) a été maintes fois cité comme des grammages imposés à l'origine du gaspillage. **(besoin d'explications ?)**

Certains produits industriels sont par ailleurs reconnus comme des aides, des moyens de réduire les pertes (4° et 5° gammes), avec un surcoût cité, pas toujours ramené aux économies de personnel, économie d'eau, électricité.. possibles ; là aussi, l'explication est utile..

## VII. LA VISION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE PAR UNIVERS

### Fiches détaillées

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Actions obligées par Elus (Municipalités) ou Direction, et planifiées
- Concernement général au regard de leur taille
- Non visibilité des convives dans certains cas, et Imposition des menus aux convives
- L'existence d'appels d'offres contenant une part de Développement Durable

SOUS DOMAINES	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	COMMENTAIRES ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE</b>  <b>BIO</b> Et	+	- Achat de produits BIO avec objectif de pourcentage	- Régularisation de l'usage	- Budget spécifique parfois alloué sur BIO (ex : 245K€ / 2,7M€) - Au-delà de l'obligation, des achats qui suscitent des doutes « <i>fromage bio emballé!</i> »
<b>PRODUITS LOCAUX</b>  et	++	- Recours aux fournisseurs proposant cette provenance (sans pouvoir les privilégier)	- Développement si permis	- Avoir une définition claire du local - Assouplissement en marché d'appro. Programmé
<b>FRANCAIS</b>	O / +	« <i>On contourne en demandant un Label Rouge qui sera français</i> »		- Il s'agit aussi de patriotisme économique
<b>PRODUITS D'ENTRETIEN</b>	O / +	- Achats de produits ECOCERT		- Autant pour l'environnement que pour le personnel
<b>EQUIPEMENT</b>	+	- Achats de fours auto nettoyants - Achats de lave vaisselle peu aquavores	- Renouvellement sur ces critères	- Confiance dans les fabricants

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>MODE DE FABRICATION DANS L'ETABLISSEMENT</b>				
<b>EAU</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Achats matériel</li> <li>- Groupes froids à AIR plutôt que EAU</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ces 2 postes ne sont pas suivis forcément par eux, et noyés dans des factures plus globales. D'où peu de concernement et une attitude en correctif &gt; actif</li> <li>- Les satellites peuvent être limités en puissance. D'où une réflexion amont nécessaire</li> </ul>
<b>ENERGIE</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Panneaux solaires pour eau cuisine et chauffage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zonages de détection</li> </ul> Cuissons de nuits pour : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Baisser la facture d'énergie</li> <li>- Baisser les coûts matière</li> </ul>	
<b>TRAITEMENTS</b>				
<b>EAU</b>	O			
<b>GRAISSES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bacs à graisse</li> </ul>		
<b>HUILES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Récupération</li> </ul>		

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GESTION DES DECHETS</b>				
<b>BIODECHETS</b>	+	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tables de tris en cuisine</li> <li>- Tri dans certains satellites</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compostage de tous les déchets végétaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perspective d'une imposition des CC selon les volumes de déchets Mais modalités inconnues</li> </ul>
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Broyeurs de cartons</li> <li>- Récupération palettes (gain de 250€ par an)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bien géré dans ces gros établissements</li> </ul>
<b>EMBALLAGES SOUILLES</b>	+	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Récupération des barquettes de service rachetées par société extérieure</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fort volume « 2 Tours Eiffel par an »</li> <li>- 3000 barquettes par jour</li> </ul>
<b>GASPILLAGE ALIMENTAIRE</b>				
<b>DLUO / DLC</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilisation après analyse des DLUO dépassées</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une incompréhension sur les DLC (cas du yaourt en métropole et les DOM/TOM)</li> <li>- Ne joue que quand le fournisseur a livré en retard</li> </ul>
<b>PORTION</b>	+		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Achat d'une thermoscelleuse qui pèse les barquettes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesée des restes après repas. Peut atteindre 20% « car on sert les portions GEMRCN pour couvrir nos maires »</li> </ul>
<b>PERTES</b>	+ / ++	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilisation de 4<sup>ème</sup> gamme (carottes éboulées par ex)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuisson de nuit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seul univers où ces pertes sont mesurées « 20% », et évaluées</li> </ul>

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
MODE DE PRODUCTION	O / +			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ces notions peuvent jouer lors des appels d'offres, si mentionnées par le fournisseur</li> <li>- Les volumes livrés nécessitent de gros camions</li> </ul>
TRANSPORTS	O / +			

AGORES nous a expliqué que le Développement Durable était né chez eux d'un constat que « *des producteurs locaux avaient des pommes de montagne trop petites pour être vendues, mais qui collaient bien aux besoins des enfants* », d'où un travail sur les **produits locaux**, enjeu par ailleurs majeur pour les Collectivités Locales.

Les axes sur lesquels des sensibilisations sont faites concernent

- le gaspillage alimentaire
- la juste consommation en ressources.

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Une sensibilité aux coûts croissante, principalement matières
- Des coûts poubelle parfois répercutées par le site
- Un convive visible
- Des services étalés à maintenir constants

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE</b>  <b>BIO</b> <b>Ou Agriculture Raisonnée</b>	+	- Achats bio	- Recourir à du Bio pour le plus régulier (produits laitiers, pains, pâtes..)	* Scepticisme pour ces produits répondant à obligation, et de goût non perceptible - La part imposée du BIO pourrait passer de 10% à 30% ⇨ Forte crainte sur budget  * Attentes d'autres produits
<b>PRODUITS D'ENTRETIEN</b>	O		- Produits ECO si plus efficaces	- Attente de produits de même efficacité même si plus chers (10% toléré)
<b>EQUIPEMENT</b>	+		- Renouvellement sur des critères Développement Durable	

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>MODE DE FABRICATION DANS L'ETABLISSEMENT</b>				
<b>EAU</b>	O		Eau de pluie pour sprinklers	
<b>ENERGIE</b>	O / +	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lampes à LED en salle,</li> <li>- Néons en cuisine</li> <li>- Minuteurs chauffage</li> </ul>		- Peu de compte à rendre quand budgets non spécifiquement identifiés
<b>TRAITEMENTS</b>				
<b>EAU</b>	-			
<b>GRAISSES</b>	O Car obligatoire	- Bacs à graisse		
<b>HUILES</b>		- Récupération huiles		



SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GESTION DES DECHETS</b>				
<b>BIODECHETS</b>	+	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trous à déchets en cuisine</li> <li>- Récupération gratuite</li> </ul>	- Tri plus développé	= coût poubelle (50% du tonnage total)
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	O / +	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adoption de bacs plastiques pour les viandes</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un poste non maîtrisé par eux ; ils ne peuvent que regretter des aberrations</li> <li>« <i>les cartons gaufrés pour des fruits</i> »</li> <li>- Une récupération organisée des palettes ou des cagettes est souhaitée</li> </ul>
<b>EMBALLAGES SOUILLES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Privilégier les gros contenants</li> <li>- Eviter les conserves au minimum</li> </ul>	- Tri spécifique	- Dépendra de la volonté du client

SOUS DOMAINES :	IMPLICAT ION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GASPILLAGE ALIMENTAIRE</b>				
<b>DLUO / DLC</b>	+ « Pour simplifier le travail »	- Jours de commande		« Ne pas commander de salade le vendredi...il y a besoin de 4 jours après la commande et la DLC est de 6 jours »
<b>PORTION</b>	O / +	- Utilisation de bouliers pour les purées	- Pesée prévue avant service	- Satisfaction globale de ce qui est livré = coût matière + coût poubelle
<b>PERTES</b>	O	- Recours au surgelé + 4ème/5ème gamme		- Mais coût plus élevé
<b>MODE DE PRODUCTION</b>	O			
<b>TRANSPORTS</b>	+	- Recours aux produits locaux	- Recours aux produits locaux	- Pour diminuer la taxe carbone « Plus de fraises d'Espagne » « Pas de poulet du Sud Ouest »

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Une mission principale : faire manger les enfants
- Une mission annexe : les éduquer (au goût, au Développement Durable)
- Des interlocuteurs souvent âgés, d'où une moindre sensibilité

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE</b>				
<b>Un scepticisme marqué quant au bio, sans alternative cependant</b>	○	- Achats obligés par Direction ou à la demande de parents	- Selon opportunités du distributeur (car coût >)	- Un fort ressentiment sur le BIO étranger « tomates du Maroc » « abricots au sirop de Chine » « on ne contrôle pas la pollution de l'herbe » « les champs bio sont contaminés tant que 30% des champs ne le seront pas »
<b>Production locale</b>	+	- Achat car subvention de la région		- Pouvoir acheter directement, car les fournisseurs n'en ont pas forcément
<b>PRODUITS D'ENTRETIEN</b>	○	- Produits bio si budget		
<b>EQUIPEMENT</b>	○	Renouvellement sur des critères Développement Durable		

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>MODE DE FABRICATION DANS L'ETABLISSEMENT</b>				
<b>EAU</b>	O			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ces postes ne sont pas dans leur budget et on ne leur demande pas de rendre des comptes</li> <li>- Ils ont suffisamment d'autres contraintes (Hygiène, Nutrition, Coûts matières)</li> </ul>
<b>ENERGIE</b>	O			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les fabricants d'équipements proposent des matériels adaptés, moins voraces que par le passé (lave vaisselle, fours...) sans forcément calculer un gain</li> </ul>
<b>TRAITEMENTS</b>				
<b>EAU</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suivi des détergents</li> <li>- Doseurs</li> </ul>		
<b>GRAISSES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dégraisseur d'eaux usées</li> </ul>		
<b>HUILES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Récupération par société</li> </ul>		

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GESTION DES DECHETS</b>				
<b>BIODECHETS</b>	+	- Tri pour méthanisation		- Les broyeurs intéressent ceux qui paient au poids ou à l'enlèvement mais nécessitent des locaux séparés
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	+	- Récupération contre paiement		- Des attentes pour une réduction des emballages ou pour qu'ils puissent être réutilisés - Regret de systèmes de cagettes récupérées par le passé
<b>EMBALLAGES SOUILLES</b>	0		- Tri par les élèves	

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GASPILLAGE ALIMENTAIRE</b>				
<b>DLUO / DLC</b>	O / +			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les DLUO semblent souvent plus relever d'un marketing poussant à la consommation que d'une préoccupation bactériologique</li> <li>- Les DLC de yaourts varient selon le pays de destination, et sont trop courtes pour les viandes</li> </ul>
<b>PORTION</b>	O / +			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le suivi du GEMRCN est souvent évoqué pour expliquer des pertes, notamment pour le poisson</li> <li>- L'offre en grammage est satisfaisante (ex : tomates farcies, fromages, steak...)</li> <li>- Des attentes pour des viandes ou jambons de plus petits formats</li> </ul>
<b>PERTES</b>	+	Achat en 4 <sup>ème</sup> gamme <ul style="list-style-type: none"> <li>- En complément du frais</li> <li>- En remplacement</li> </ul>	- Eviter le premier groupe (personnel)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ces pertes proviennent essentiellement selon eux de la difficulté à connaître le nombre de convives/élèves par jour</li> <li>- Il y a peu de suivi historique du nombre de convives par jour</li> </ul>
<b>MODE DE PRODUCTION</b>				
<b>TRANSPORTS</b>	O			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le regroupement sur un jour pour diminuer le temps consacré</li> </ul>

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Des publics auxquels il faut prêter attention : personnels variés et résidents / patients
- Une sensibilité à l'importance des repas dans la mission de soin ou d'accueil
- La problématique principale est le maintien d'une qualité malgré les autres contraintes (coût, réglementations, ...)

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE</b>				
<b>BIO</b>	O / +		- Ateliers de cuisine bio pour résidents	- Un fort scepticisme à cet égard
<b>LOCAUX</b>	+			
<b>PRODUITS D'ENTRETIEN</b>	+	- Achat de produits verts	- Formation du personnel	- Attentes de produits bien dosés quand multi usage (détergents/désinfectants)
<b>EQUIPEMENT</b>	O	- Renouvellement sur base de critères Développement Durable	- Renouvellement sur base de critères Développement Durable	

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>MODE DE FABRICATION DANS L'ETABLISSEMENT</b>				
<b>EAU</b>	O / +	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Economiseurs d'eau</li> <li>- Suivi</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les budgets cuisine ne sont pas toujours isolés</li> <li>- Des établissements le suivent et l'affichent (ISO 22000?)</li> </ul>
<b>ENERGIE</b>	O / +	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Panneaux photovoltaïques</li> <li>- Clim inversée</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les budgets cuisine ne sont pas toujours isolés</li> <li>- Des établissements le suivent et l'affichent (ISO 22000?)</li> </ul>
<b>TRAITEMENTS</b>				
<b>EAU</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centrale de dilution du détergent/désinfectant</li> <li>- Filtre des aliments</li> </ul>		
<b>GRAISSES</b>	obligatoire	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bacs à graisse</li> </ul>		
<b>HUILES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Récupération</li> </ul>		



SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GESTION DES DECHETS</b>				
<b>BIODECHETS</b>	+	- Suivi du tonnage annuel	- Poulailier pour résidents (mais les œufs pour le personnel)	- Des objectifs peuvent être fixés sur ces volumes
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	+	- Tri		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une reconnaissance des efforts des industriels</li> <li>- Mais gênes liées aux cagettes : qui ne rentrent pas dans les frigos / sont jetées / encombrent, etc</li> <li>- Souhait de colisages plus « intelligents » (10 et 5 kilos plutôt que 3x5 kilos)</li> </ul>
<b>EMBALLAGES SOUILLES</b>	O	- Achat de sacs biodégradables		- = surcoût

SOUS DOMAINES :	IMPLICAT ION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GASPILLAGE ALIMENTAIRE</b>				
<b>DLUO / DLC</b>	O	-	-	- Peu important selon eux
<b>PORTION</b>	O (non maîtrisées par eux)			- Portions reçues satisfaisantes - Fortes critiques du GEMRCN : portions recommandées trop importantes, imposer Laitage + Fruit aux enfants, etc ou des diététiciennes maison
<b>PERTES</b>	O			- Coût trop élevé des plats préparés en barquettes
<b>MODE DE PRODUCTION</b>	O			
<b>TRANSPORTS</b>	O			

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Un faible concernement lié au peu d'impact qu'ils pensent avoir.
- Les déchets davantage investis, quand ils se considèrent comme producteurs de déchets d'emballages.

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE</b>				
<b>BIO</b>	○ Sauf à avoir un positionnement spécifique			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucun type d'approvisionnement ne se détache</li> <li>- Le rapport qualité/prix ou le prix prime sur tout le reste</li> </ul>
<b>LOCAUX</b>	○/+	- Achat en commerce /marché de proximité		- Sentiment d'un meilleur suivi. La distribution (dont Métro) est suspectée quant à ses pratiques (décongélation)
<b>PRODUITS D'ENTRETIEN</b>	○			- Peu d'ouverture sur les Ecolabels ou verts
<b>EQUIPEMENT</b>	○			

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>MODE DE FABRICATION DANS L'ETABLISSEMENT</b>				
<b>EAU</b>	O / +	- Bons gestes	-	- Des logiques proches de celles du particulier, avec des actions ou des comportements similaires en fonction de la sensibilité du patron <i>« je travaille à l'ancienne : robinet ouvert ... Et on allume tout en arrivant, c'est plus pratique ensuite »</i>
<b>ENERGIE</b>	O / +	- Bons gestes	-	
<b>TRAITEMENTS</b>				
<b>EAU</b>	O	-	-	- Souvent présents dans des murs voués à d'autres activités, les espaces de préparation sont exigus et sans aménagements liés au traitement.
<b>GRAISSES</b>	O	- Bacs à graisse	-	
<b>HUILES</b>	O	- Récupération	-	

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GESTION DES DECHETS</b>				
<b>BIODECHETS</b>	O	- Revente à utilisateurs (hors urbain)	-	- De trop petits volumes pour y prêter attention <i>« le pain rassis est racheté par une porcherie »</i>
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	+ / ++	- Tri	-	Un thème qui les concerne en termes d'encombrement - Efforts des fabricants appréciés quand réduction des suremballages - Vigilance souhaitée des distributeurs sur les tailles de carton, pour de petites commandes - Achat en carton déballé pour mise dans la voiture.
<b>EMBALLAGES SOUILLES</b>	+ / ++	- Achat de certains types d'emballages	Achat de recyclage même si plus cher	- Leur particularité est de donner des emballages aux clients. Sur cette action qui se voit, il peut y avoir réelle communication <i>« des emballages issus du recyclage et on le dit »</i> <i>« des touillettes en bois plutôt qu'en plastique »</i>

SOUS DOMAINES :	IMPLICAT ION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GASPILLAGE ALIMENTAIRE</b>				
<b>DLUO / DLC</b>	O	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elles ne concernent qu'un nombre restreint de produits à faible rotation (fruits de mer, crevettes ...)</li> <li>- Suspicion quant aux pratiques industrielles (réétiquetage ?) ou marketing.</li> </ul>
<b>PORTION</b>	O	- Achats ponctuels de proximité		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Problème sur des produits vendus en grande quantité (jambon par exemple) ; souhait d'unités de vente plus petites (salade, jambon ...)</li> </ul>
<b>PERTES</b>	O			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Production à la demande, avec peu de visibilité sur ce qui serait laissé « <i>pas de consommation sur place, donc pas de déchet</i> »</li> </ul>
<b>MODE DE PRODUCTION</b>	O			
<b>TRANSPORTS</b>	O			

## CARACTERISTIQUES DANS LA THEMATIQUE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Un sentiment d'être envahis de normes ou d'obligations (labels notamment)
- Un sentiment d'être tout petits, et de devoir faire des choses qui concernent plus des chaînes ou des gros industriels
- La contrainte économique prime sur tout le reste.

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE</b>				
<b>BIO</b>	O	- Achat exceptionnel en viande, fruits et légumes ou pâtes		- Un très fort scepticisme : * périmètres bio * origines étrangères - Coût trop élevé sans qualité perceptible
<b>AGRICULTURE RAISONNEE</b>	O	-		- Peu proposés - Concept flou + Mais intérêt sur prix < bio
<b>PRODUITS LOCAUX</b>	+	- Achat quand offre proposée ou accessible		- Peu proposés - « local » ne veut pas dire sain + circuit court en fraîcheur + Patriotisme régional + clientèle amatrice de terroir
<b>PRODUITS Français</b>	O/+			- Traçabilité complète insuffisante + pour viande et poisson
<b>L'IDEAL : le saisonnier de proximité</b>				
<b>PRODUITS D'ENTRETIEN</b>	O/+	- Achats de produits Bio ou Ecolabels	- Achats de produits verts - Achat par doses mono usage	- Petites quantités au global (sauf hôtels restaurants) - Intérêt pour la non nocivité pour le personnel > environnement - Scepticisme sur les Ecolabels
<b>EQUIPEMENT</b>	+	- Choix prenant les consommations en compte	- M à L recyclant l'eau pour séchage	En lien avec gestion

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>MODE DE FABRICATION DANS L'ETABLISSEMENT</b>				
<b>EAU</b>	+	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réutilisation eau servie :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pour remplir carafes</li> <li>• Arrosage</li> <li>• Trempage outils</li> </ul> </li> <li>- Suivi en gros établissements et HR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Changement de des refroidissements EAU → AIR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des systèmes économiseurs et solides seraient intéressants, si le ROI est rapide</li> </ul>
<b>ENERGIE</b>	+	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Astuces d'économie</li> <li>- Cuisson de nuit au four vapeur</li> <li>- Attention aux éclairages salle</li> <li>- suivi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minuteurs</li> <li>- Coupe circuits (hôtels)</li> </ul>	<p><i>« on coupe l'électricité quand l'eau bout, et on met un couvercle, pour les œufs durs et les pâtes »</i></p> <p><i>« réapprendre comment se doucher...On a un boiler par chambre, pas plus »</i></p>
<b>TRAITEMENTS</b>				
<b>EAU</b>	O		-	
<b>GRAISSES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bacs à graisse</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scepticisme face aux communes qui l'imposent sans vraiment contrôler ni aider</li> </ul>
<b>HUILES</b>	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Récupération</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une pratique appréciée quand non payante</li> </ul>



SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GESTION DES DECHETS</b>				
<b>BIODECHETS</b>	O	Accommoder les restes ou parures	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revalorisation des Restes en Ecoles de Cuisine</li> <li>- Regret de l'évolution réglementaire interdisant stockage et don des bio déchets (tous, hors Paris, connaissaient un éleveur de poules, de porc ...)</li> </ul>
<b>EMBALLAGES PROPRES</b>	++	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Choix de fournisseurs pour les cagettes vs carton</li> <li>- Choix de VC</li> </ul>	- Don aux clients ou proches	<p>Une forte attente de récupération des cartons</p> <p><b>CARTONS</b></p> <p><i>« un FLEAU » « Le plus gros des déchets » « une masse invraisemblable »</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'uniformisation des tailles par le distributeur est choquante</li> <li>- L'épaisseur des cartons est trop forte</li> </ul> <p><b>VERRE</b> : VC = – pratique et moins cher vs VP</p>
<b>EMBALLAGES SOUILLES</b>	O	- Tri ferraille pour déchetterie ou revente	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une difficulté de tri général en fin de service (pratique)</li> </ul> <p><i>« on va pas trier la serviette, le bout de pain, la nappe en papier à la fin du repas »</i></p> <p><i>« où doit aller le pot de yaourt ? »</i></p>

SOUS DOMAINES :	IMPLICATION	ACTIONS MENEES	ACTIONS ENVISAGEES	ATTITUDES ATTENTES
<b>GASPILLAGE ALIMENTAIRE</b>				
<b>DLUO / DLC</b>	O	- Cuisson sous vide en fin de DLC (pour regagner 21 jours)	-	- Une gêne focalisée sur viande et poisson - Scepticisme sur les DLC <i>« la viande d'Argentine a une DLC de 3 mois...Bon, quand on ouvre, ça sent fort »</i>
<b>PORTION</b>	O	- Gestion amont des portions servies selon positionnement établissement		<i>« en buffet, on ne peut pas inciter à emmener...Ce serait une perte »</i>
<b>PERTES</b>	O	- Choix de viande PAD		- Les pertes à la préparation diminuent quand la qualité augmente - Elles augmentent avec le statut de l'établissement
<b>MODE DE PRODUCTION</b>	O	-	-	- Lié à leur situation géographique vs fabricant - Une défiance / désapprobation à leur égard
<b>TRANSPORTS</b>	O / +	- Evitement de certains produits notamment Viande (Argentine, Kobé)		- Lié à leur situation géographique vs fabricant - Une défiance / désapprobation à leur égard - Concerne l'importation de produits > logistique

- L'UMIH insiste beaucoup sur les **produits de saison**, issus d'une agriculture de proximité ou bio (« *mais du bio hors saison n'a aucun intérêt* ») ; ce recours au saisonnier éviterait des transports, favorise le national ou local, tout en allant dans l'ordre naturel des choses.

Ce discours a été entendu chez de nombreux chefs, notamment les plus âgés.

Cela passe par une volonté forte de Distributeurs d'imposer la saison.

Une seconde priorité est **la formation/éducation** des jeunes chefs, pour réapprendre à cuisiner, à garder le bon sens à l'égard du gaspillage (« *ne pas tout jeter* »).

- Le GNR reconnaît « *plus réagir qu'agir* » en fonction des textes de loi, en s'appuyant sur des adhérents en pointe, mais qui ne partageront pas spontanément leurs avancées.

Leurs travaux de commission ont parlé sur les Biodéchets et, plus récemment sur le gaspillage. Ce dernier tient plus à des règles édictées (« *que le dernier client ait le même choix que le premier* » « *les inscriptions théoriques dans les écoles* ») qu'à des manquements des chefs.