



Résultats de l'enquête à destination des professionnels de la restauration :

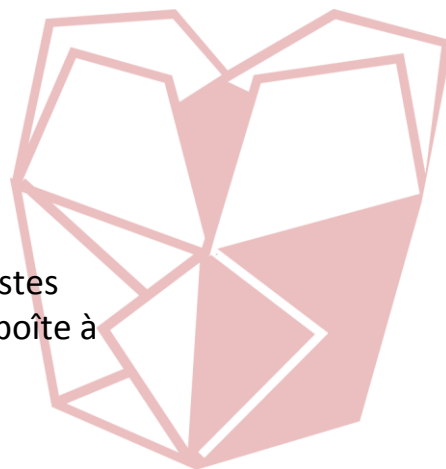
Pour une promotion de la boîte à emporter en restauration traditionnelle ?

PRESENTATION

- La DRAAF Rhône-Alpes
- Le projet
- Méthodologie

RESULTATS

- Vous
- Votre établissement
- Une boîte pour emporter les restes
- Quelle communication pour la boîte à emporter ?



REMERCIEMENTS

La DRAAF Rhône-Alpes tient à remercier l'ensemble des personnes qui se sont impliquées dans la réalisation et la diffusion de cette enquête. Un grand merci également aux 283 participants qui en prenant le temps de répondre à cette enquête ont contribué à faire avancer le projet.

- **La Draaf**

La DRAAF Rhône-Alpes, direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt est un service déconcentré régional du Ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire. Placée sous l'autorité du préfet de région, elle exerce ses missions dans les domaines :

- de l'économie agricole et agroalimentaire
- du développement rural, de l'aménagement et du développement durable du territoire
- de la politique forestière et de la mobilisation de la ressource
- et de la **politique de l'alimentation**

- **Le projet**

Face à un gaspillage alimentaire de plus en plus important, le gouvernement français a présenté le **14 juin 2013** le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, avec l'objectif ambitieux de réduire par deux le gaspillage alimentaire d'ici à 2025. Signé par l'ensemble des acteurs du milieu agroalimentaire et composé de onze mesures concrètes, le pacte antigaspi appuie, entre autres, la volonté des représentants de la restauration commerciale à développer l'usage de la **boîte à emporter** au sein des restaurants traditionnels français.

Depuis 2012, le service alimentation de la DRAAF Rhône-Alpes travaille conjointement avec l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) sur les problématiques touchant au gaspillage alimentaire (réduction du gaspillage en restauration collective, dons des entreprises aux associations d'aide alimentaire). En cette année européenne de lutte contre le gaspillage alimentaire, la DRAAF Rhône-Alpes a souhaité se saisir d'un nouveau projet. Le secteur de la restauration commerciale étant particulièrement développé, dynamique et emblématique du « bien manger » de notre région, il a semblé intéressant de travailler avec ces acteurs en 2014 sur les possibilités de limitation du gaspillage évoquées dans le pacte et plus particulièrement du sac à emporter.

L'objectif ici est de contribuer à une limitation du gaspillage alimentaire en restauration traditionnelle à travers la démocratisation et la promotion de la boîte à emporter auprès des clients et des restaurateurs.

Afin d'en savoir plus sur cette pratique en France, la DRAAF Rhône-Alpes a choisi de lancer dans un premier temps une enquête en ligne nationale à destination des consommateurs. Avec plus de **2 700** réponses, les chiffres révélaient une réelle attente de la part des clients :

- **60%** des personnes interrogées disent ne pas toujours finir leur assiette.
- **95%** des personnes interrogées sont prêtes à utiliser le doggy bag.
- **90%** des personnes interrogées sont favorables à une promotion du doggy bag

A destination des professionnels de la restauration (restaurateurs et étudiants en hôtellerie restauration) cette fois-ci, cette seconde enquête en ligne a pour but de **recueillir des avis très concrets et pragmatiques sur les atouts possibles du doggy bag** en termes d'image de qualité, de diminution de coût d'enlèvement des déchets, de service qualitatif proposé au consommateur, d'éthique environnementale, etc.

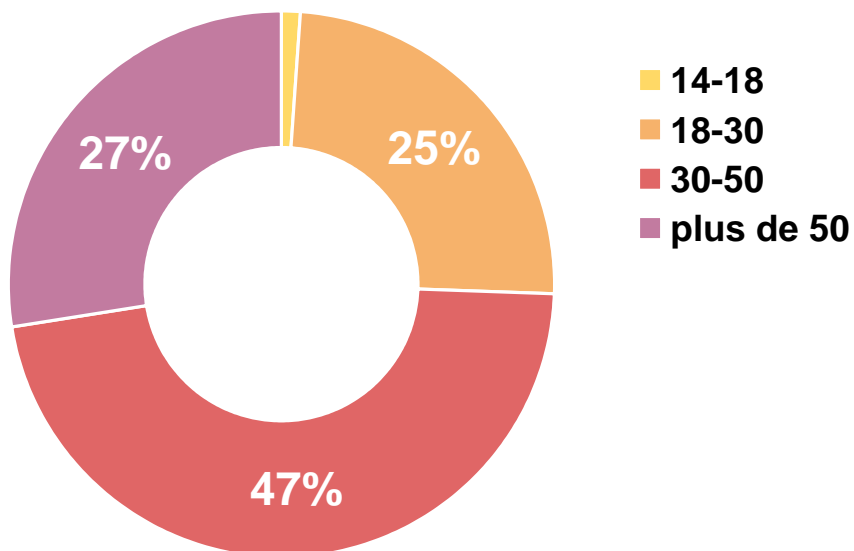
- **Méthodologie**

L'enquête s'est déroulée du 28 mai au 15 juillet 2014 par le biais d'un questionnaire en ligne.

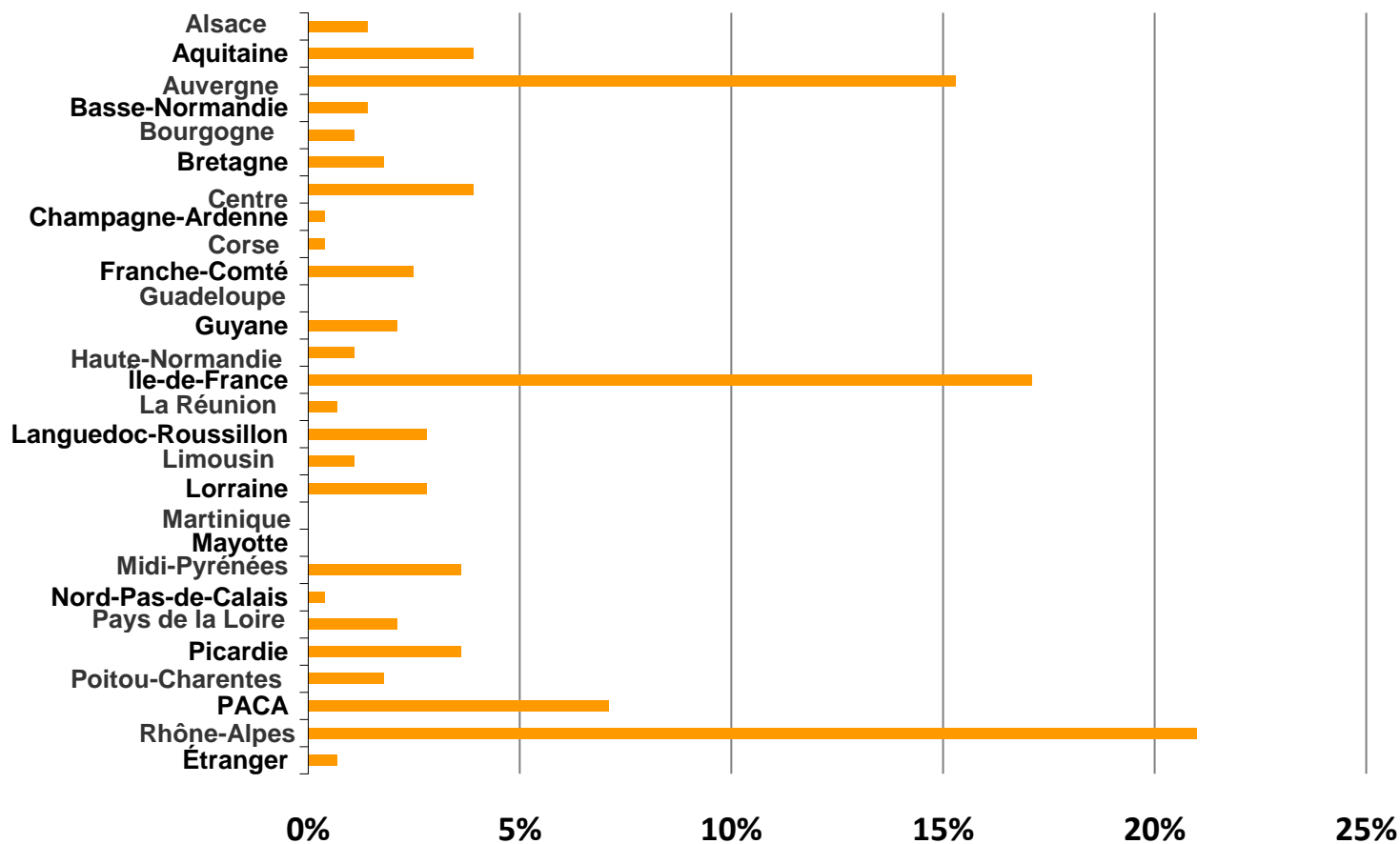
Concernant sa diffusion, le questionnaire a pu compter sur le relais d'acteurs motivés tels que l'Institut Paul Bocuse, la Cci de Lyon, l'Association française des lycées de l'hôtellerie et du tourisme (AFLYHT), l'ADEME, le grossiste alimentaire Brake, le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, ainsi que l'Umih et le Synhorcat.

I- Vous

1. Tranche d'âge ?



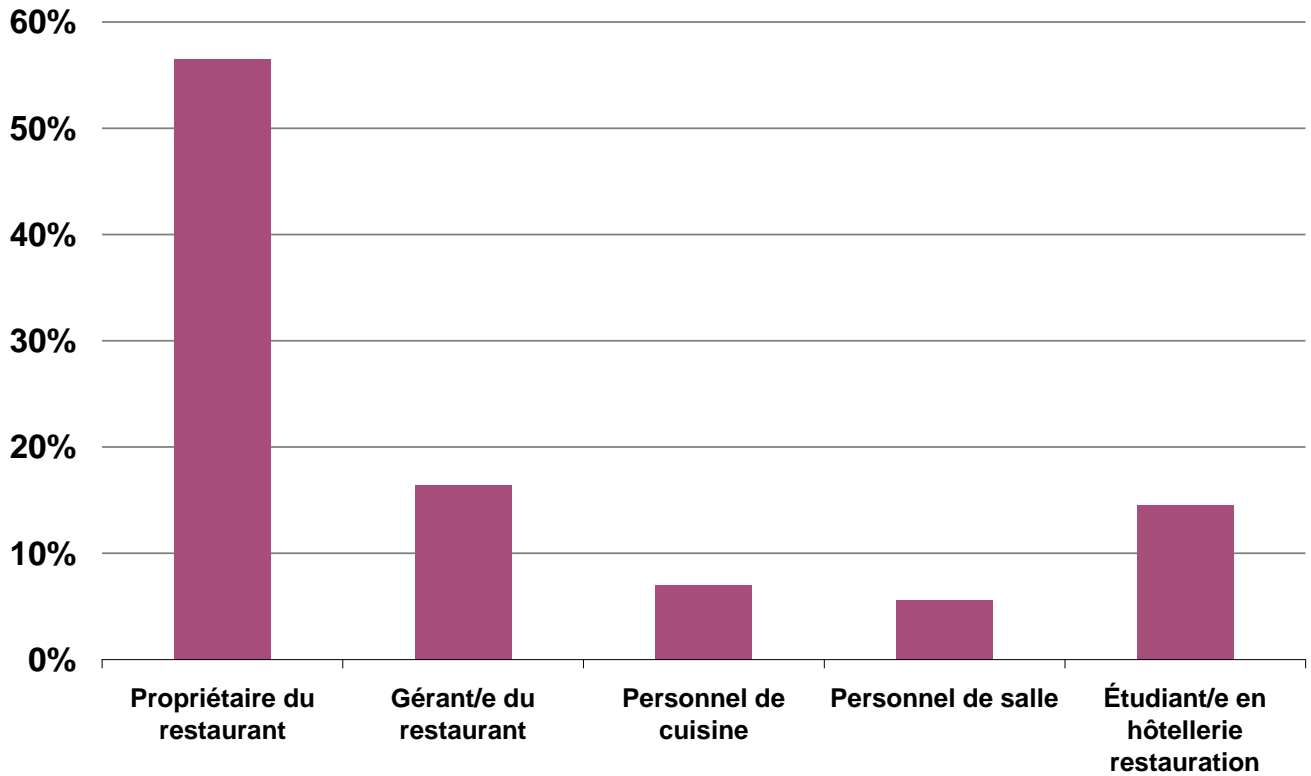
2. Dans quelle région exercez-vous ?



3. Si vous êtes à l'étranger, dans quel pays exercez-vous ?

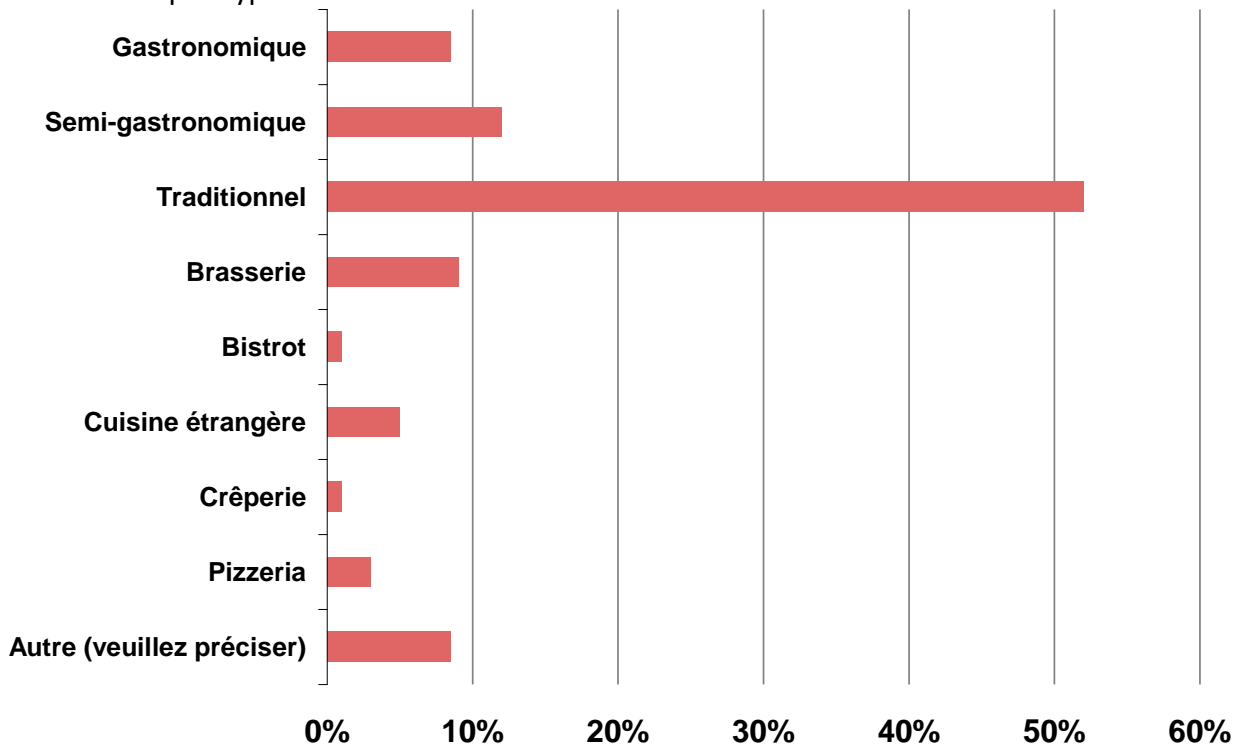
- Royaume-Uni
- Suisse

4. Vous êtes ?

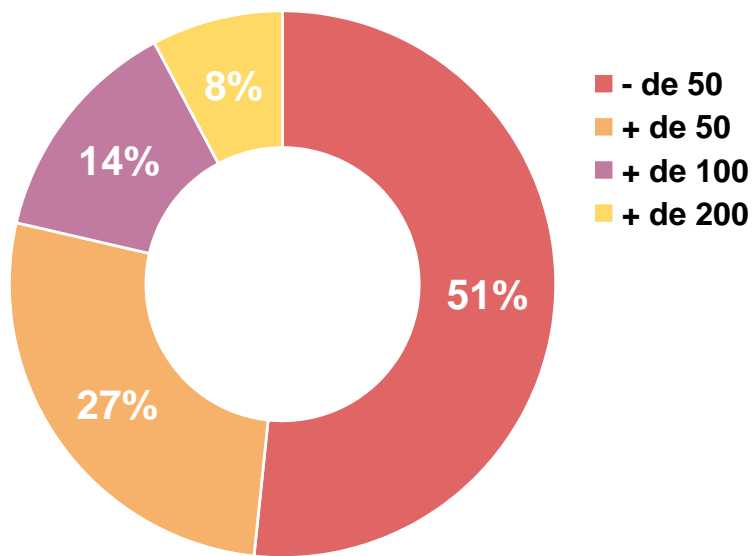


II- Votre établissement

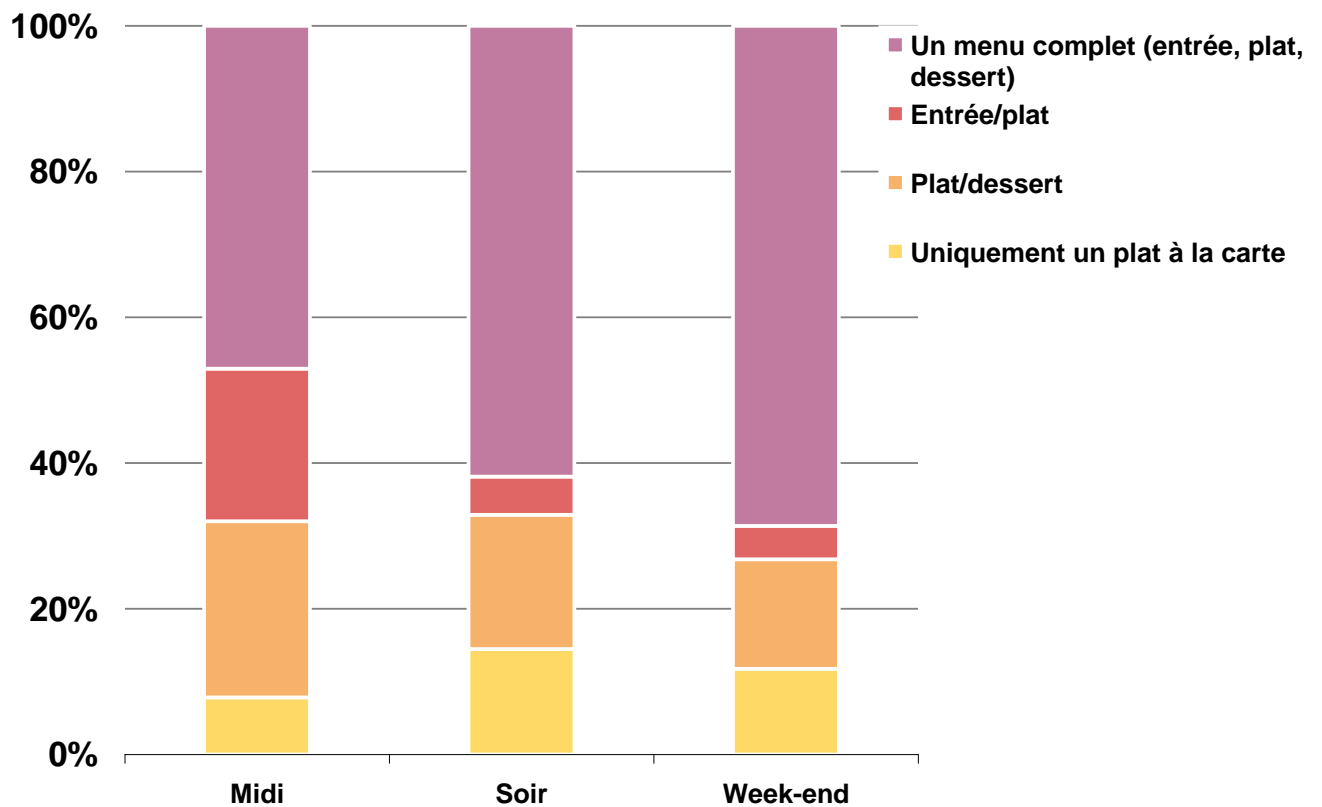
5. Dans quel type de restaurant travaillez-vous ?



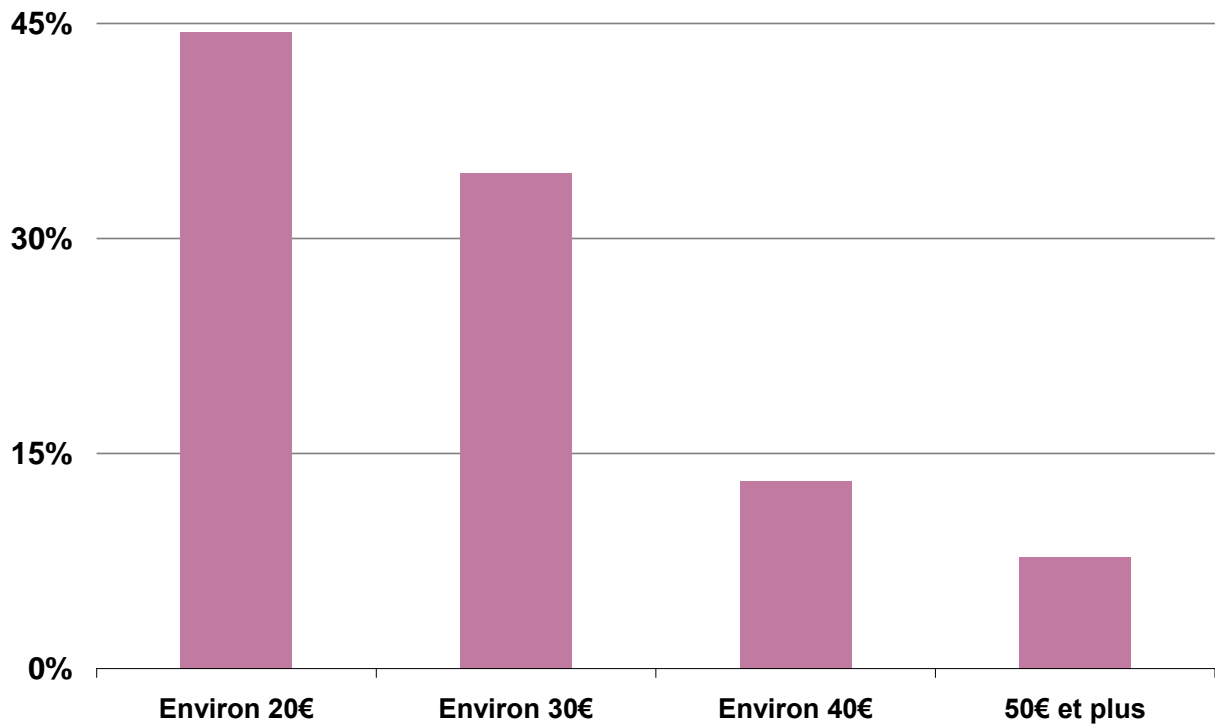
6. Combien de couverts par jour servez-vous en moyenne ?



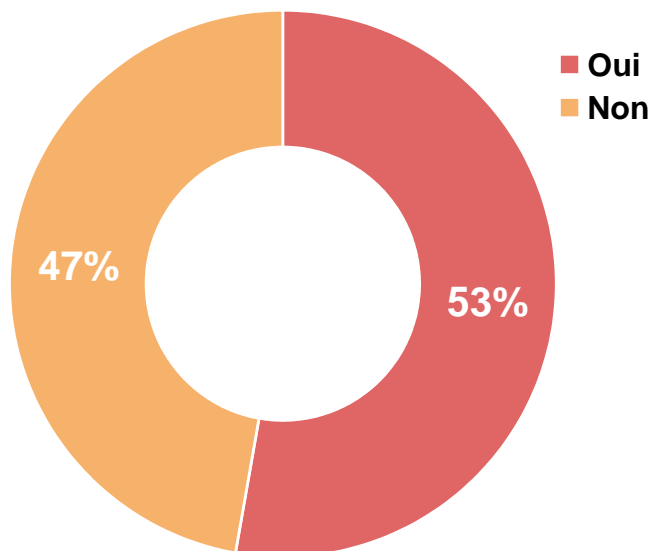
7. En général, quelle est la formule privilégiée par vos clients ?



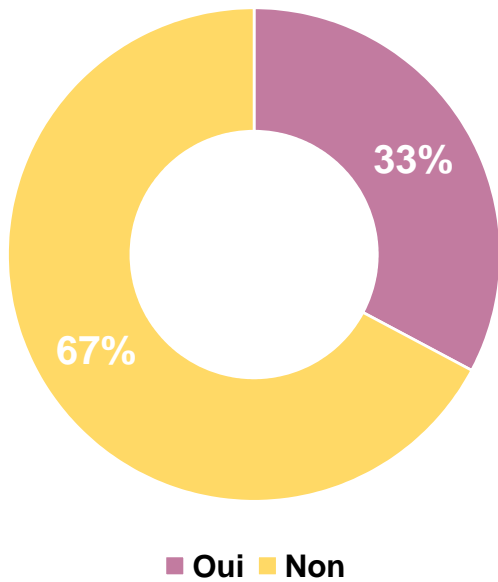
8. A combien s'élève l'addition moyenne dans votre restaurant ? (par personne)



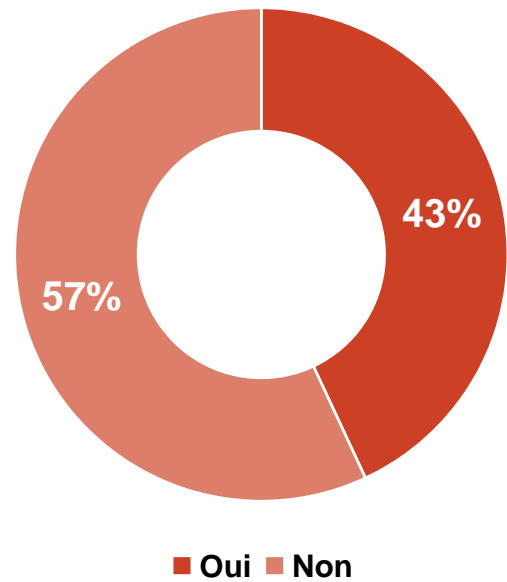
9. 60% des personnes interrogées dans le cadre de notre enquête consommateurs déclarent ne pas toujours finir leur assiette, le constatez-vous dans votre restaurant ?



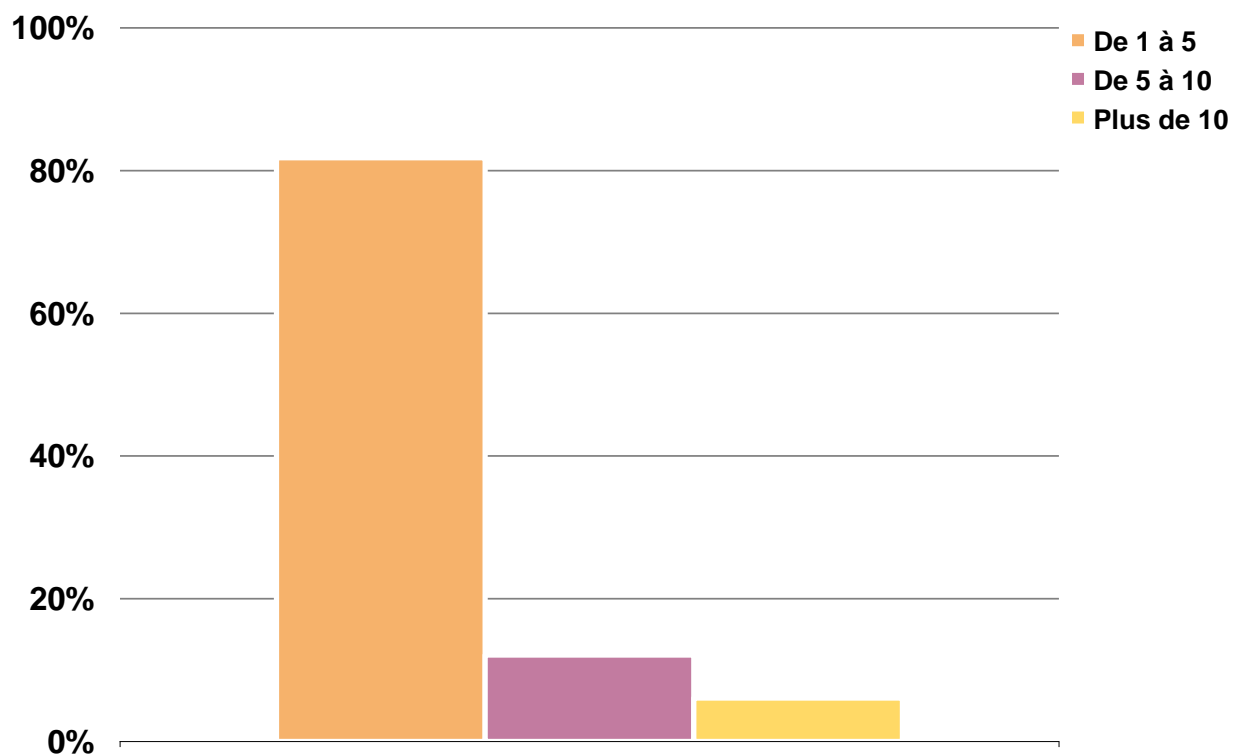
10. Selon-vous, les restes laissés par les clients sont-ils en quantité suffisante pour justifier l'utilisation d'une boîte à emporter ?



11. Certains clients demandent-ils à ramener le reste de leur repas ?

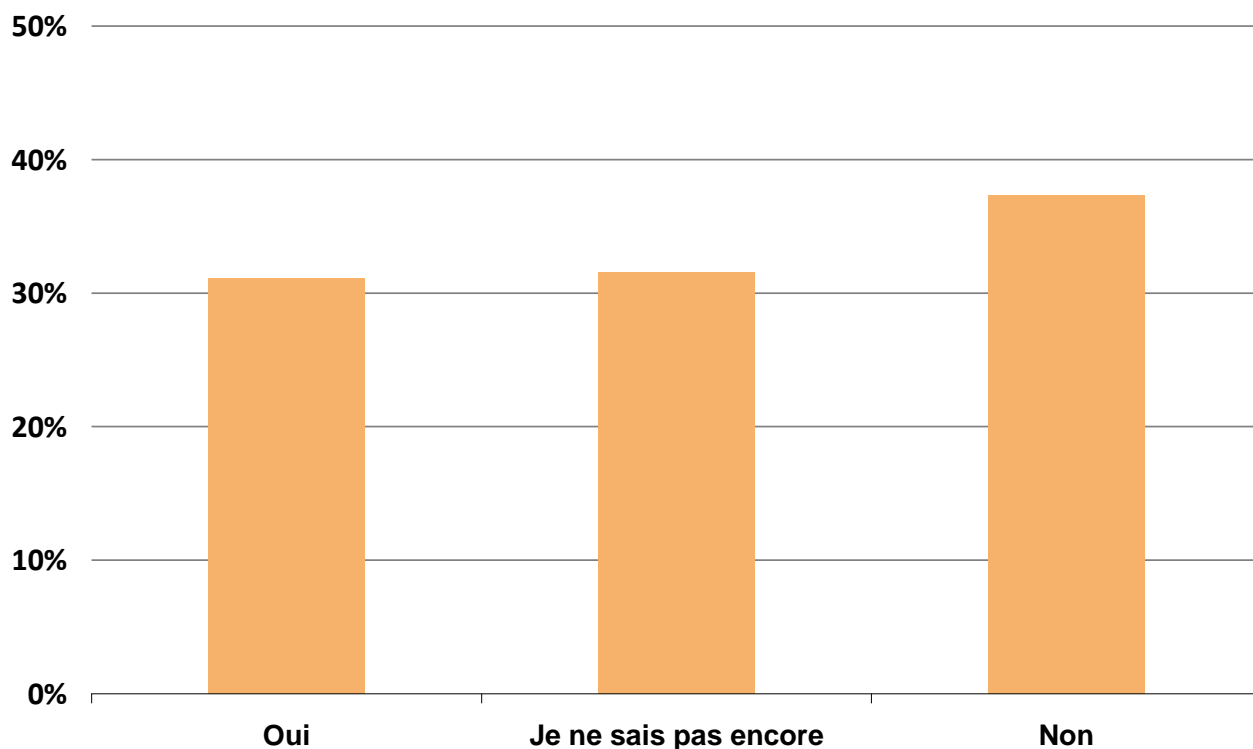


12. Environ combien de clients par semaine demandent à ramener le reste de leur repas ?



III- Une boîte pour emporter les restes

13. Proposez-vous actuellement ou envisagez-vous de proposer une boîte à emporter dans votre restaurant ?



14. Pour quelle/s raison/s proposez-vous une boîte à emporter dans votre restaurant ? (plusieurs réponses possibles)

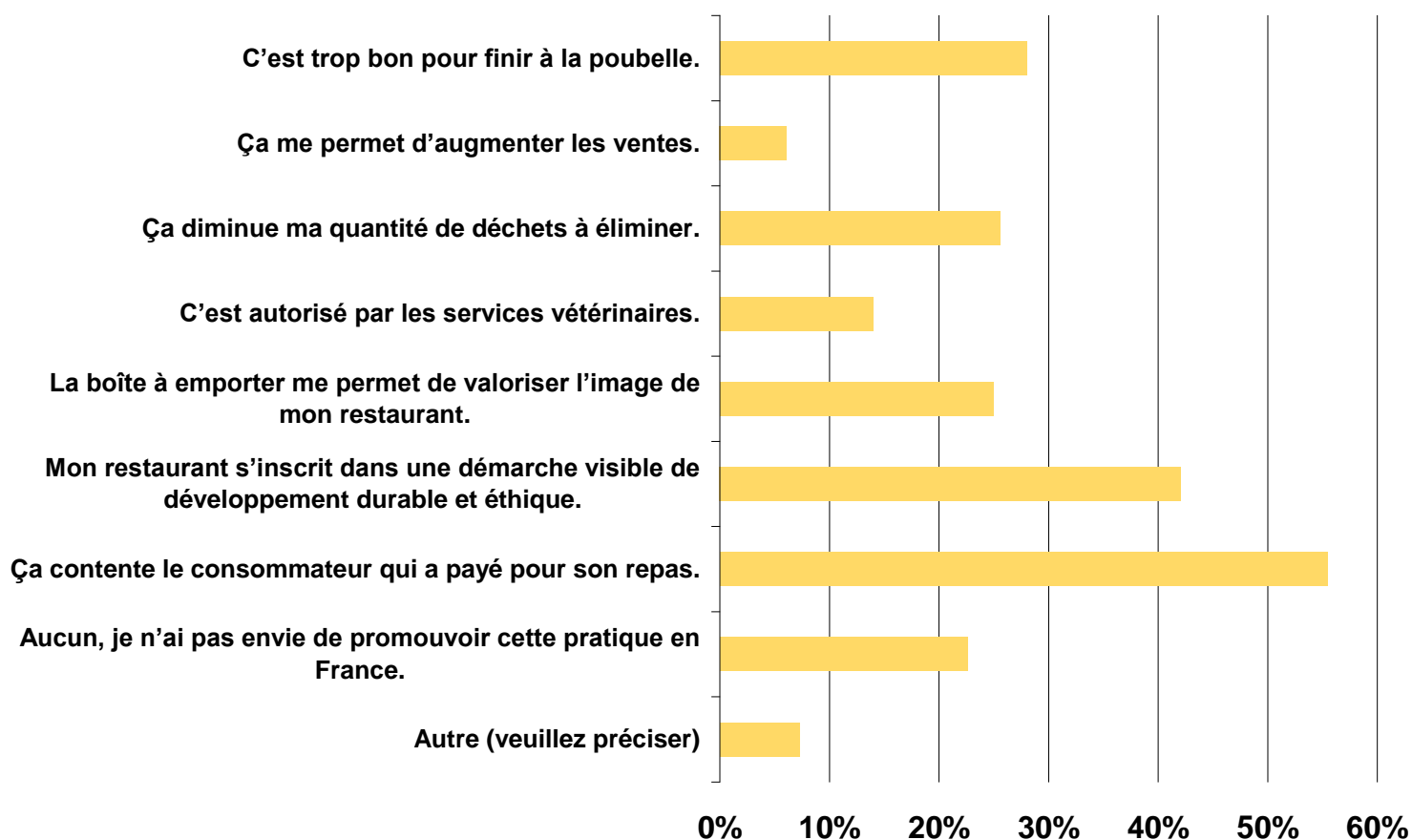
Le client a payé, il est libre d'emporter ses restes s'il le souhaite.	86%
Je ne propose pas de portions plus petites pour les enfants, il est donc possible d'emporter ce qu'il reste.	7%
Je préfère mettre à disposition une boîte plutôt que de jeter.	77%
Le tri des biodéchets et leur élimination sélective coûte cher.	11%
C'est un petit geste pour l'environnement.	32%
Je sais que c'est bon, que les restes feront plaisir et ne finiront pas à la poubelle.	48%
Je souhaite proposer un maximum de services à mes clients.	43%
La lutte anti gaspi fait la une, c'est dans l'air du temps.	18%
C'est normal ce ne sont pas des déchets.	43%
Proposer une boîte à emporter permet aux clients de consommer davantage (entrée, plat plus copieux, dessert, bouteille de vin...).	27%
Je sais que la préparation sera beaucoup moins jolie réchauffée, mais je suis sûr/e que ce sera apprécié quand même.	34%
Autre (veuillez préciser)	18%

14bis. Pour quelle/s raison/s ne proposez-vous pas de boîte à emporter dans votre restaurant ? (plusieurs réponses possibles)

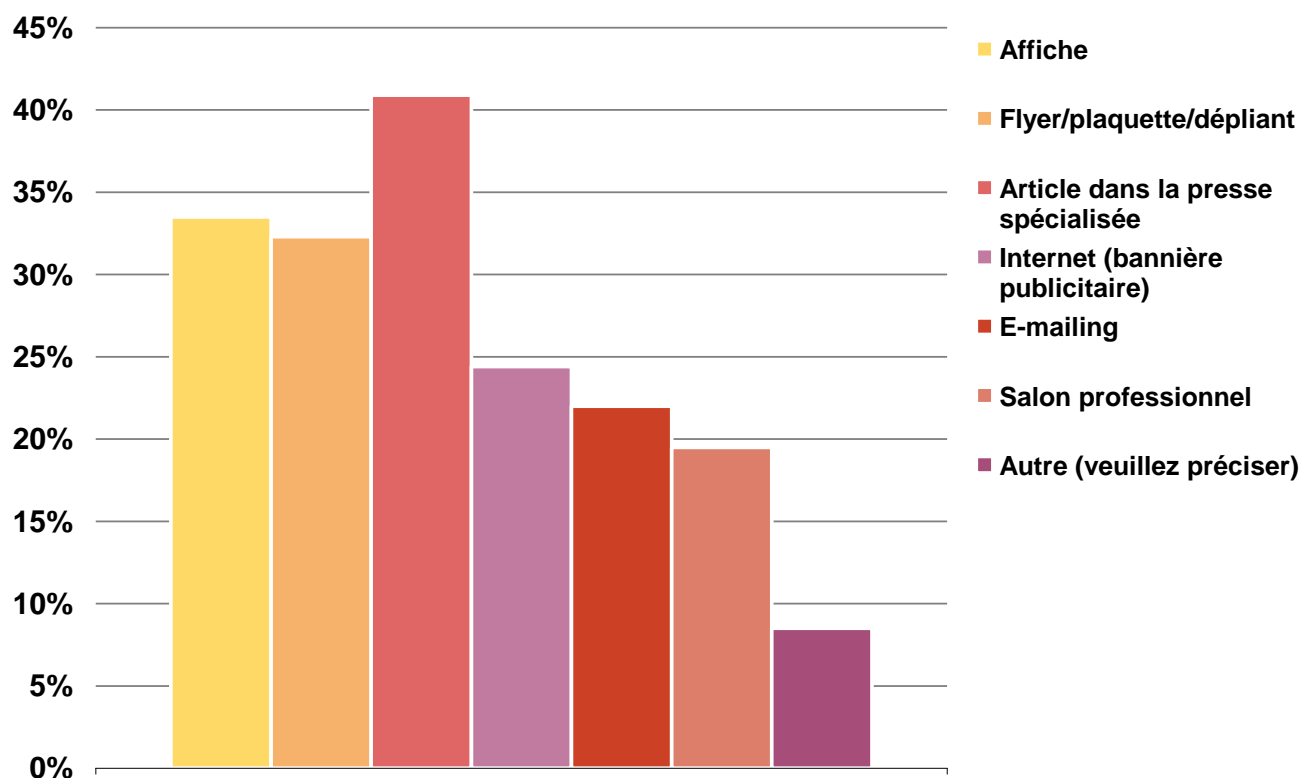
Il n'y a pas suffisamment de restes dans les assiettes pour justifier l'utilisation d'une boîte à emporter.	68%
Nous n'avons pas le temps de mettre les restes des clients dans des boîtes à emporter.	8%
L'équilibre économique est délicat, on ne va pas rajouter du coût d'emballage (en plus du temps).	25%
Je n'en ai pas le droit sur le plan sanitaire.	30%
Je n'ai pas de place pour stocker des boîtes.	3%
Je ne veux pas prendre de risque d'image si le consommateur est malade parce qu'il n'a pas respecté les règles d'hygiène et de conservation au froid.	63%
Les gens vont jeter ces restes chez eux, ça ne fait que différer le lieu du gaspillage.	15%
Ça ne se fait pas en France, ce n'est pas dans notre culture.	13%
On a une restauration traditionnelle, pourquoi vouloir singer la restauration rapide avec du « prêt à emporter » ?	15%
Le plat est composé pour être consommé tout de suite et sur place, il ne ressemblera à rien s'il est réchauffé plus tard (goût, apparence, texture).	47%
Je ne veux pas mettre mes clients mal à l'aise en leur proposant d'emporter leurs restes.	28%
Autre (veuillez préciser)	15%

IV- Quelle communication pour la boîte à emporter ?

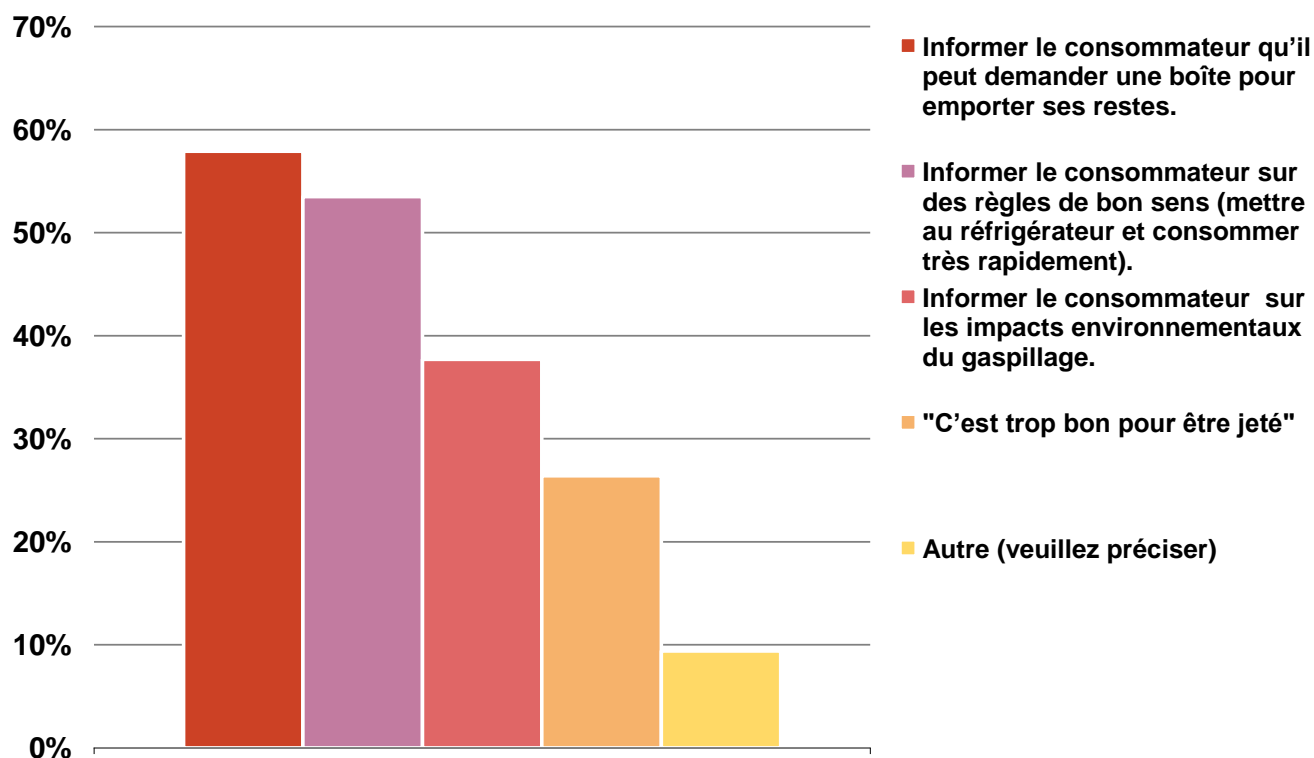
15. Quels arguments vous semblent les plus pertinents pour promouvoir l'usage d'une boîte à emporter auprès de la profession des restaurateurs traditionnels ? (plusieurs réponses possibles)



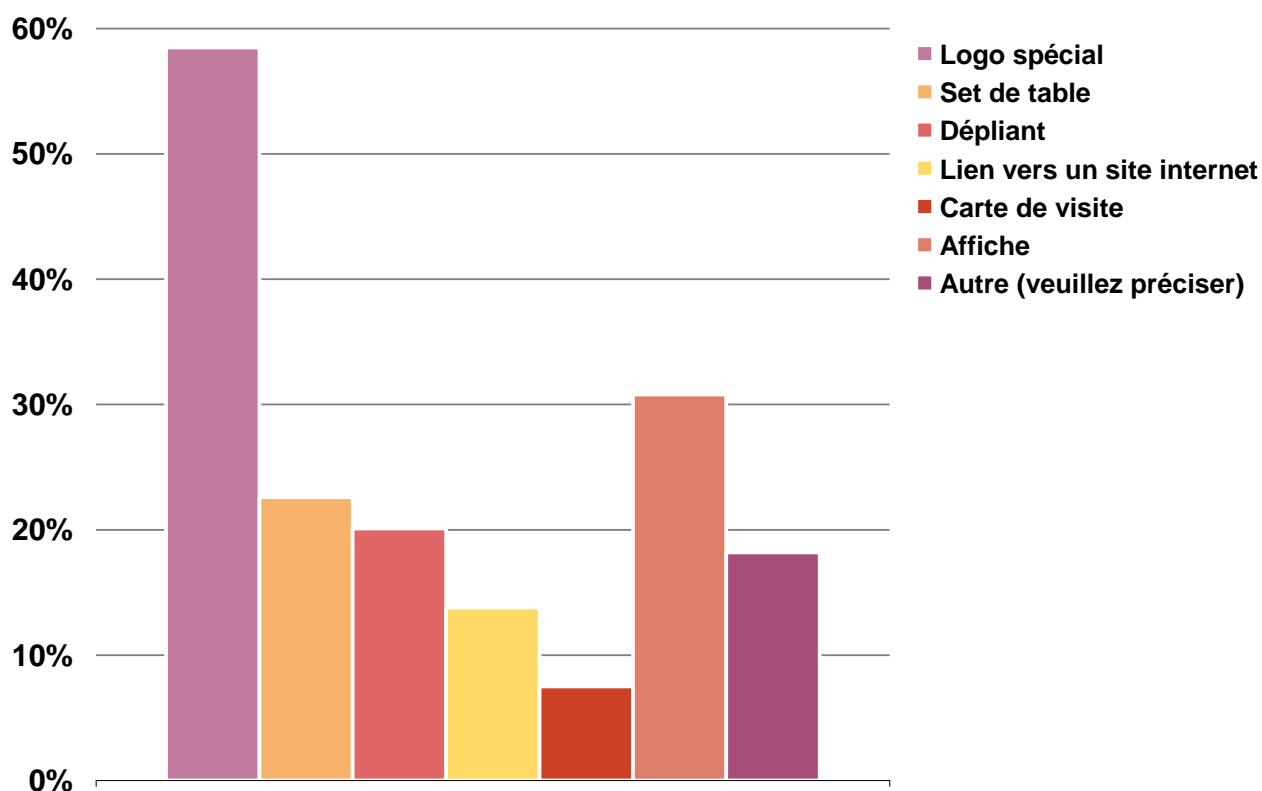
16. Dans l'objectif de diffuser aux restaurateurs des informations et des retours d'expérience sur la pratique du doggy bag en France, à quel/s type/s de support/s seriez-vous le plus sensible ? (plusieurs réponses possibles)



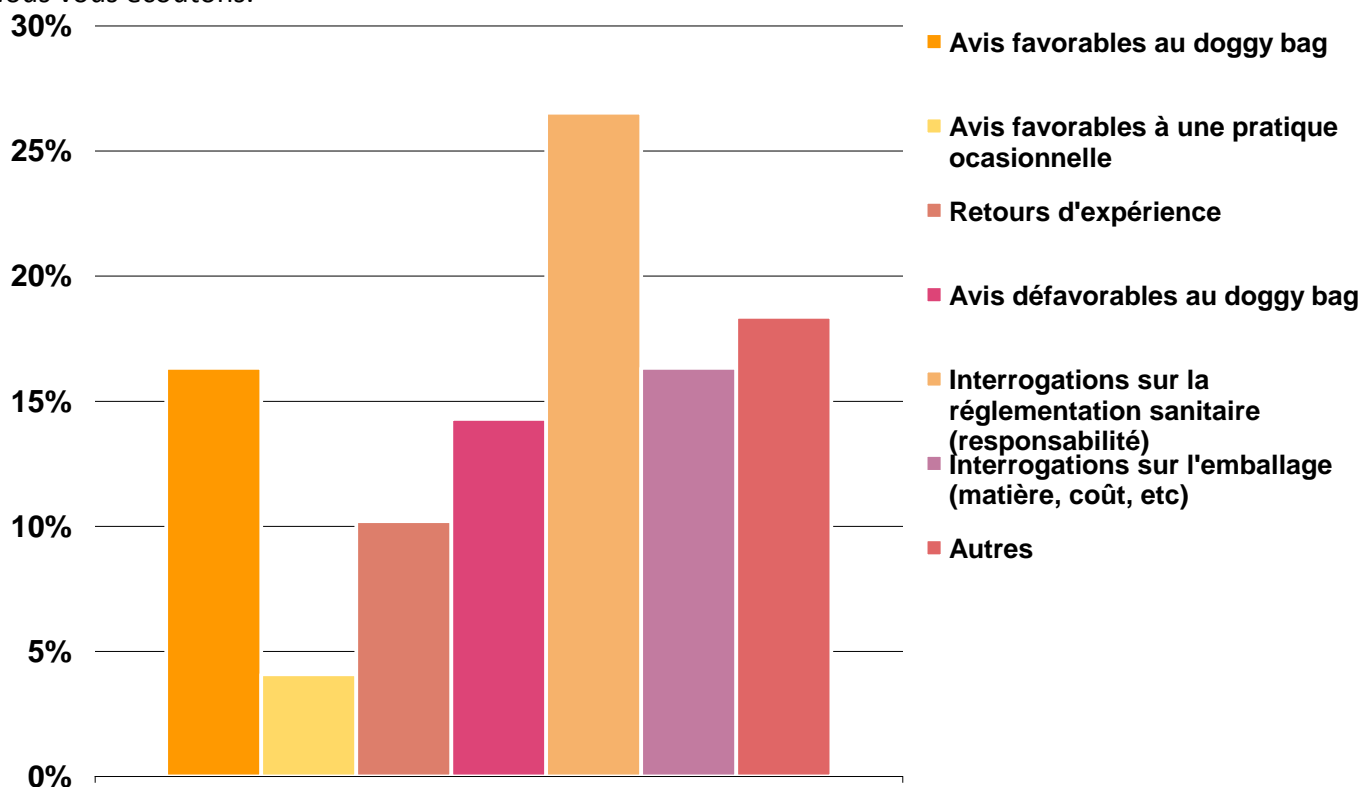
17. Quels messages souhaitez-vous adresser en priorité à vos clients ? (plusieurs réponses possibles)



18. Avec quel/s support/s de communication souhaiteriez-vous informer votre clientèle de l'usage du doggy bag au sein de votre établissement ? (plusieurs réponses possibles)



19. Vous avez des suggestions? Vous souhaitez nous faire part de votre avis plus en détail?
Nous vous écoutons.



Cette enquête nous a permis de prendre la température auprès des professionnels de la restauration concernant la mise en place possible du doggy bag dans nos restaurants traditionnels. Les résultats illustrent des avis partagés sur cette pratique et permettent d'identifier les freins et leviers au doggy bag selon les restaurateurs.

Globalement, les restaurateurs reconnaissent que leurs clients ne finissent pas toujours leurs assiettes (53 %), mais seulement 33 % d'entre eux pensent que les restes laissés sont en quantité suffisante pour justifier l'utilisation d'une boîte à emporter. Ils sont ainsi 31 % à déjà proposer le doggy bag à leurs clients ou à envisager de le mettre en place, 32 % à encore hésiter et 37 % contre cette pratique.

Bien sûr, l'objectif premier n'est pas de produire pour jeter ou pour emporter, l'idéal est qu'il n'y ait pas de restes dans les assiettes. Mais si le repas n'est pas terminé, le consommateur souhaite avoir la possibilité de repartir avec. Forts des résultats de ces deux enquêtes, notre travail consiste à présent à promouvoir l'usage de la boîte à emporter et à convaincre restaurateurs et consommateurs que cette pratique contribue, comme de nombreux petits gestes du quotidien, à la limitation du gaspillage.