

Gourmet Bag

*Un geste anti-gaspi simple et gourmand
Une pratique en plein essor en France*



**On vous propose
le Gourmet Bag !**



www.gourmetbag.fr



Table des matières

Un geste anti-gaspi Simple & Gourmand.....	4
1 Gourmet bag, c'est quoi ?.....	5
2 Pourquoi favoriser la pratique Gourmet bag sur son territoire ?.....	6
2.1 Une évidence dans le contexte actuel !.....	6
2.2 Tout le monde s'y retrouve !.....	6
3 Comment développer une action Gourmet bag sur son territoire ?.....	7
3.1 Auprès des consommateurs.....	7
3.2 Auprès des restaurateurs.....	8
3.3 Les restaurateurs.....	9
4 Première clef de réussite : communiquer vers les consommateurs.....	10
4.1 Construire ses messages.....	10
4.2 Être pertinent.....	10
4.3 Choisir la période et ses supports.....	12
5 Seconde clef de réussite : accompagner les restaurateurs de votre territoire.....	13
5.1 Rencontrer les restaurateurs.....	13
5.2 Proposer, ou non, un contenant ?.....	14
5.3 Les supports de communication au restaurant.....	15
6 Troisième clef de réussite : travailler en réseau.....	16
7 Le kit de communication Gourmet bag.....	17
8 Collaboration avec la DRAAF Auvergne-Rhône-Alpes et/ou de votre région.....	19
Une pratique en plein essor en France!.....	20

Un geste anti-gaspi

Simple & Gourmand



1 Gourmet bag, c'est quoi ?

Gourmet Bag est une **marque** déposée à l'INPI par le Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt. Cette démarche **à l'initiative du service public** participe à la limitation du gaspillage alimentaire en restauration commerciale.

L'objectif est de **rendre la pratique du doggy bag socialement acceptée en France**.

Le levier principal pour atteindre ce but est d'**inciter la clientèle à oser demander à emporter ce qu'elle n'a pas pu manger**.

C'est de cette réflexion que découle la marque **Gourmet bag** :

- Un nouveau nom, plus valorisant et gourmand, qui déconstruit l'image négative du doggy bag,
- Une appellation facilement reconnaissable créant une unité pour cette pratique en France,
- Une identité visuelle moderne et aisément identifiable,
- Un ensemble de supports de communication mis à disposition des restaurateurs comme de toute structure souhaitant développer la pratique Gourmet bag sur son territoire. Ces outils sont gratuits et libres de droits, sous condition de respect des mentions légales et de la charte graphique.
- Une marque qui promeut une pratique et non un type de contenant !

Venez en apprendre plus!

<http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Reduire-le-gaspillage-alimentaire>

Et nous dire bonjour!

<http://gourmetbag.fr/contact/>



2 Pourquoi favoriser la pratique Gourmet bag sur son territoire ?

2.1 Une évidence dans le contexte actuel !



Plusieurs facteurs se conjuguent pour encourager vivement la proposition d'outils anti-gaspi, dont le gourmet bag.

→ La réglementation

Avec la loi « biodéchets » les restaurants servant environ 180 repas par jour sont tenus de trier et de valoriser leurs déchets alimentaires. La mise en application de cette loi représente un surcoût non négligeable pour les restaurateurs.

→ Le contexte politique

Le Parlement européen a voté début 2012 une résolution visant à réduire de moitié le gaspillage alimentaire d'ici 2025. Dans la continuité, le gouvernement français a impulsé le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire le 14 juin 2013, signé par l'ensemble des acteurs du milieu agroalimentaire. Le pacte anti-gaspi appuie, entre autres, la volonté des représentants de la restauration commerciale à développer l'usage du doggy bag au sein des restaurants traditionnels français.

→ Le contexte médiatique et citoyen

Celui-ci valorise les initiatives responsables, de bon sens, écologiques, anti-crise...pour chacun des acteurs.

2.2 Tout le monde s'y retrouve !

→ Le client

C'est l'occasion de ne plus se forcer à finir ou de laisser le reste de son assiette partir à contrecœur. Une assiette copieuse, un contretemps, une petite faim, des portions trop copieuses pour un appétit d'enfant, ça arrive à tout le monde de ne pas pouvoir finir son repas.

Grâce au gourmet bag et à une signalétique indiquant la possibilité au client de demander à emporter, plus besoin de craindre un refus ou de se sentir embarrassé. La fin du plat ou le dessert peuvent désormais se finir plus tard à la maison ou au bureau.

 *Les restaurants engagés sont unanimes : les clients sont prêts à l'arrivée en force de la pratique Gourmet bag ! Mais encore faut-il qu'ils le sachent, et ainsi qu'ils osent demander.*

→ Le restaurateur

Gourmet bag est l'occasion d'afficher une démarche à la fois écologique, économique et éthique. En développant cette pratique novatrice, le restaurateur peut décider de partager son engagement antigaspi ou tout simplement de répondre à une forte attente de sa clientèle.

3 Comment développer une action Gourmet bag sur son territoire ?

Collectivités territoriales, communautés d'agglomération, syndicats de traitement des déchets, parcs naturels, associations de consommateurs, syndicats professionnels, chambres de commerce et chambres des métiers, comités et offices de tourisme, réseaux de restaurants (tables ou bistrot de pays...), entreprises commerciales, associations de préservation de l'environnement, associations de prévention du gaspillage alimentaire, etc. [Tentez l'aventure !](#)

3.1 Auprès des consommateurs

Développer la pratique Gourmet bag est une [opération qui s'installe dans le temps](#). Proposer un gourmet bag ou oser en demander un est en train de rentrer dans les mœurs mais n'est pas encore accepté...



Il ressort nettement que la plupart des personnes **n'osent pas demander**, par crainte de passer pour un radin, un ringard, ou tout simplement qu'on les regarde bizarrement voire qu'on leur refuse ce service.

C'est pourquoi l'expansion de la démarche Gourmet bag se fait au fur et à mesure : plus on en parle, plus elle interroge et plus les personnes se laissent séduire. Promouvoir la pratique passera donc par **la banalisation de la demande par les clients**.

 *D'où l'importance cruciale de communiquer vers le consommateur lors de la mise en place d'un projet Gourmet bag .*

3.2 Auprès des restaurateurs

→ Proposer un outil supplémentaire de prévention du gaspillage

La pratique Gourmet bag s'intègre dans une panoplie d'actions déjà bien mises en œuvre par les restaurateurs afin de prévenir le gaspillage alimentaire. Ainsi, elle n'est pas **LA** solution au gaspillage en restauration commerciale mais un outil parmi d'autres. Soulignons en particulier :

1. Des achats de matières premières au plus juste ;
2. Le service de portions adaptées ;
3. L'adaptation de la carte à la demande ;
4. L'explication des plats par le personnel de salle...

Néanmoins, même si tout est mis en œuvre par le restaurateur pour que tout soit mangé par le client, il y a toujours des situations où une assiette n'est pas terminée.

→ Se rappeler qu'il y a toujours un client qui aura besoin d'un gourmet bag !

Même si les plats sont cuisinés maison avec des produits frais, les portions bien calibrées selon la longueur du menu et le convive... Même si le client finit toujours son assiette par principe...

là, tout de suite... C'est très bon ... mais voilà la réalité :

« Je n'ai plus faim... je n'ai pas envie de terminer l'assiette de mon enfant... j'ai envie de garder un peu de place pour mon dessert... je dois partir plus tôt que prévu (ou le service a été lent)... j'ai un appétit de moineau (ou je suis au régime), j'ai une gastro... et ... un gourmet bag s'il vous plaît ! »



 Un restaurant donné pourra distribuer davantage de gourmet bag, suivant sa taille, le nombre de personnel, les jours d'ouverture, le type de restauration, le mode de gestion, etc., mais tout restaurant peut être amené à proposer ce service, ponctuellement ou fréquemment.

 Bien que les quantités dans les restaurants gastronomiques soient souvent plus petites, les plats sont aussi plus nombreux (mise en bouche, pré-dessert, etc.). Un dessert à peine entamé, malgré sa qualité, peut donc être laissé par manque d'appétit.

 Idem pour un restaurant qui propose des plats faits maisons : ils sont très bons cependant le client peut en laisser par manque d'appétit, de temps, etc. Tous les types de restaurants sont donc concernés par la démarche Gourmet bag !

3.3 Les restaurateurs

→ Les restaurateurs hésitent parfois mais l'essayer, c'est l'adopter !

sur le terrain...

L'essayer c'est l'adopter

A Nice... sur 68 restaurateurs ayant expérimenté le doggy bag dans leur établissement durant 2 mois :

96 % ne considèrent pas l'usage du doggy bag comme une perte de temps

91 % pensent même que l'usage du doggy bag véhicule une image positive pour le restaurant

85 % des établissements n'ayant jamais proposé des doggy bag ont maintenant l'intention de le mettre en place

87 % des clients acceptent le doggy bag si on le leur propose

C'est un service particulièrement apprécié par les touristes asiatiques et anglo-saxons

96 % des clients sont sensibles à ce moyen de lutte anti gaspillage

Si certains restaurateurs hésitent encore c'est :

→ Pour des aspects de **réglementation sanitaire** sur lesquels une note officielle du ministère explicite que la pratique du gourmet bag est autorisée et que la responsabilité sanitaire de restaurateur s'arrête à partir du moment où le gourmet bag est remis au consommateur. (voir en annexe).

→ Parce qu'ils peuvent **craindre un surcroît de travail** : pour briffer les équipes, prévoir

l'emplacement éventuel où le transfert des restes se fait dans le contenant, apprendre à proposer le service avec tact au client...

→ Parce qu'ils ne comprennent pas l'**utilité réelle** d'une telle démarche

4 Première clef de réussite : communiquer vers les consommateurs

4.1 Construire ses messages

La promotion du gourmet bag s'insère dans de nombreux outils de communication valorisant les actions et les acteurs du territoire. Il est ainsi possible de montrer au consommateur que le gourmet bag est tendance et à la mode, simple, qu'il va pouvoir oser demander, car il sait que le restaurateur ne va pas mal le prendre ni repousser sa demande. Il est donc incité à agir et à participer à l'émancipation de cette pratique.

Les messages peuvent par exemple :

- cibler une clientèle traditionnelle, attachée à des valeurs de finir son assiette pour ne pas gaspiller, si c'est bon.
- montrer à des touristes, anglo-saxons en particulier, qu'en France, « le doggy bag est un gourmet bag ».
- valoriser collectivement les consommateurs d'un territoire, réunis autour de valeurs fortes.

 *Le démarchage individuel des restaurateurs prend du temps alors la pratique peut perdurer si de nombreux consommateurs sont informés et osent demander !*

4.2 Être pertinent

Les messages vers les consommateurs peuvent mettre en avant le bon sens, les économies, l'environnement, l'éthique, le plaisir et la gourmandise, la gastronomie, etc.

 *Les messages passent mieux quand il n'y a pas beaucoup de texte à lire.*

L'info flyer n'est pas très efficace au-delà des déjà convaincus ou militants, qui vont prendre la peine de lire.

→ Exemples de messages clés...

- Gourmet bag « Restos emballeurs, restos de valeur »
- Gourmet bag, un réflexe responsable, ludique et épicurien.
- Gourmet bag, un enjeu collectif dans notre pays de gastronomes.
- Le gourmet bag, le doggy bag à la Française, joue la séduction, balaye les préjugés !
- Gourmet bag, un réflexe responsable, branché, épicurien et dans l'air du temps !
- Le gourmet bag donne le ton !
- Le gourmet Bag, savoureux et responsable !
- Exit les inhibitions, soyez gourmet bag !
- Le gourmet bag, le doggy bag à la Française, joue la séduction et revisite le geste pour dédramatiser sa perception.
- Tous écogastronomes !
- Les yeux plus gros que le ventre, pas le temps de finir le dessert commandé... pas de panique, demandez un gourmet bag !
- Savourer à la maison ou au bureau le plaisir des bons plats que je n'ai pas pu finir.
- Le plaisir des papilles prend tout son sens, la chasse au gaspi alimentaire est de mise !
- Difficile de faire son choix ? Peur que le menu soit trop copieux ? N'hésitez plus, adoptez le Gourmet Bag !
- Grâce au Gourmet Bag, les restaurants participant peuvent vous proposer d'emporter ce que vous n'avez pas terminé.
- Avec le Gourmet Bag, vous ne vous privez plus de dessert !
- Un contretemps ? Un rendez-vous ? Pas de panique ! Le Gourmet Bag est là pour vous.
- Plus la peine de terminer votre repas avec les restes de vos enfants, terminez plutôt par un dessert !
- À Avignon, l'utilisation de la RestoBox est valorisée comme suis : « 1. Je commande ce qui me fait envie... 2. Je mange à ma faim... 3 Je repars avec mes restes ! »

 *À la fin de la brochure, retrouvez les outils de communication mis à disposition gratuitement !*

4.3 Choisir la période et ses supports

→ Les temps forts de communication

Une campagne peut se situer sur la semaine de développement durable, la semaine de réduction des déchets, la fête de la gastronomie, un salon des métiers de bouche, une étape d'agenda 21 du territoire, un événement festif local, une période de congés et d'affluence touristique (en station de ski ou balnéaire) etc.

La promotion du Gourmet bag peut aussi s'inscrire dans une charte locale ou dans son intégration dans la charte d'un label : obligation de proposer un service gourmet bag pour obtenir ce label.

→ Les supports

Les visuels de la marque Gourmet bag peuvent être repris sur n'importe quel support :

- Dans le restaurant, sets de table, chevalet à apposer sur les tables, stickers...
- Panneaux d'affichage,
- Flyers,
- Abribus,
- Journal d'information de la ville, journal pour les enfants,
- Presse quotidienne régionale,
- Syndicat de traitement des déchets,
- Panneaux des camions poubelles, des bus et des tramways...
- Vidéo expliquant le projet

 *Toulouse Métropole, qui a développé la pratique Gourmet bag sur son territoire, a choisi de créer une vidéo de 3 à 4 min faisant participer tous les acteurs du projet : partenaires, restaurateurs et consommateurs. Cette vidéo a pour but d'être largement relayée et d'illustrer la pratique par des images concrètes.*

5 Seconde clef de réussite : accompagner les restaurateurs de votre territoire

La campagne, dirigée en priorité vers les consommateurs, n'a de sens que si les restaurateurs du territoire sont à minima informés préalablement de la campagne de sensibilisation.

5.1 Rencontrer les restaurateurs

→ Des contraintes horaires

Les horaires décalés des restaurateurs est un point majeur à prendre en compte lors du développement d'un projet. Les métiers de la restauration sont très prenants et il s'avère parfois difficile pour eux de se libérer. C'est pourquoi une réunion regroupant plusieurs restaurateurs dans un même lieu un même jour peut rapidement devenir compliqué.



Les créneaux 11h-11h30 et 15h-17h sont généralement les plus adaptés pour une rencontre ou une réunion.

→ Établir un contact efficace

Pour associer le plus de restaurateurs possible, il apparaît indispensable de coupler plusieurs moyens : le mail, le téléphone, la rencontre.

Lors d'un contact par mailing, le message doit être simple, accrocheur, clair, avec le rappel de la réglementation sanitaire afférente au gourmet bag.

Aller sur place, boire un café, échanger autour du sujet, a des avantages certains, même si c'est chronophage. Cela permet de créer un lien, de rencontrer les équipes des restaurants, et de faire évoluer le cas échéant, le projet du territoire en fonction des échanges.



Une campagne de sensibilisation à la démarche peut se faire dans le cadre de la collecte des biodéchets et/ou de la mise en place de la redevance spéciale. Par exemple le Grand Avignon met à disposition des RestObox auprès des restaurateurs qui s'engagent à mettre en place le tri sélectif.

→ Développer des arguments

- Autorisation réglementaire de mettre en place cette pratique (brochure à disposition),
- Réduction de la quantité de bio déchets,
- Facilité de mise en place et bon sens,
- Valorisation de son image auprès de la clientèle,
- Service supplémentaire de plus en plus connu et apprécié par la clientèle,
- Aide pour former le personnel de salle aux techniques de commercialisation du gourmet bag,
- Communication active auprès des consommateurs : assure au restaurateur qu'il a un intérêt qui va croissant à fournir ce service,
- Suivi du projet,
- Avantage au niveau de la visibilité de l'établissement,
- Relais auprès des médias...

5.2 Proposer, ou non, un contenant ?



À titre individuel, les restaurateurs ne rencontrent pas d'obstacles pour s'approvisionner en contenants classiques ou personnalisés.

Les emballages alimentaires sont multiples et peuvent être commandés :

- chez un fournisseur générique (Ex : Métro Cash and Carry, Brake, etc.),
- auprès d'une entreprise commerciale ayant une activité dédiée gourmet bag (Ex : TakeAway, Rest'O resto, Trop Bon Pour Gaspiller®, etc.),
- auprès d'une association ayant une activité de promotion du gourmet bag (Ex : Récup et Gamelles, etc.)

Des structures (collectivités, syndicats...) souhaitant développer cette pratique mettent parfois des contenants à disposition des restaurateurs. Par exemple le Grand Avignon met à disposition des RestObox ainsi que tout le kit de communication qui correspond. Le syndicat de traitement des déchets SICOVAD (Vosges) et la métropole de Nice Côte d'Azur proposent des boîtes à leurs restaurateurs.

Récemment, L'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH) a signé un partenariat avec la start-up Take Away visant à promouvoir l'utilisation du gourmet bag en France.



Retours d'expérience <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Projets-Initiatives>

Le choix de fournir des contenants dépend du contexte du projet ainsi que des moyens financiers alloués. Fournir un contenant aux restaurateurs a un coût élevé. Beaucoup de projets comme ceux de la zone de Nice ou de Toulouse Métropole ont fourni des contenants aux restaurateurs participant à l'opération pour le lancement puis ont laissés la pratique évoluer d'elle-même.



Le Conseil national de l'Emballage indique que les impacts de la consommation alimentaire sont très majoritairement liés au produit et non à l'emballage (http://www.draaf.rhonealpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/emballageset_gaspi_cl_e843db3.pdf).

Le rapport est de 10/20 % des impacts liés à l'emballage donc mieux vaut un gourmet bag que perdre des aliments.

Certes il faut accompagner ce constat de préconisations pour réduire le plus possible l'impact de l'emballage :

- optimiser l'utilisation de l'emballage (l'utiliser plusieurs fois et/ou pour plusieurs tâches) ;
- possibilité de le mettre au micro-ondes et/ou au frigo, etc).
- Améliorer sa conception (pour le concepteur)
- choisir un contenant éco-conçu ou correspondant bien à son usage (pour le consommateur).

Les restaurateurs peuvent souhaiter proposer des types d'emballages qualitatifs d'un point de vue écologique, par exemple compostables ou biodégradables, etc.



D'après les retours terrain de la CCI de Nice, on peut illustrer la boîte parfaite comme suit : « étanche, micro-ondable, plus large que haute, pas dans l'esthétique, congelable, discrète. »

5.3 Les supports de communication au restaurant

Il est indispensable que les restaurants apposent le **sticker vitrine Gourmet bag** afin que les clients repèrent d'emblée les professionnels qui proposent le service.

Les **chevalets** disposés sur les tables permettent de susciter l'intérêt pour la pratique par le consommateur et par conséquent un échange à ce sujet avec le personnel de salle.

Les restaurateurs apprécient la mise à disposition des **stickers boîtes** rappelant les conseils de prudence sanitaire (ou la fourniture de boîtes comprenant ce sticker).

6 Troisième clef de réussite : travailler en réseau

Promouvoir le gourmet bag sur un territoire est impulsé par différents types d'acteurs : collectivité territoriale, syndicat de traitement de déchets, DRAAF, ADEME... Un projet aussi transversal appelle des compétences variées et complémentaires.

De plus, le croisement des réseaux permet de démultiplier beaucoup plus efficacement l'information sur tout le territoire, vers les consommateurs comme vers les restaurateurs.

 *Exemple : les supports de communication sont diversifiés , l'interface avec les restaurateurs peut être facilitée, l'État peut accompagner techniquement et financièrement un projet de territoire (appels à projet) , les coûts du projet peuvent être répartis...*

 Le développement du projet Gourmet bag de Toulouse Métropole a pu se faire grâce aux partenariats et partages de compétences entre plusieurs structures : ADEME, DRAAF Midi-Pyrénées, Umih 31, Université d'Aix-Marseille, Agence Icom. Cela a permis au projet de se construire de manière complète et pertinente.



 En Franche-Comté, plusieurs acteurs se sont liés pour développer la pratique Gourmet bag, grâce à l'appel à projets DRAAF & ADEME.

Le Sybert (Syndicat mixte de Besançon Traitement des déchets) ayant répondu à l'appel à projet c'est associé au Comité Régional de Tourisme de Franche-Comté et au CLCV, l'association de consommateur de Besançon.



La réussite de la promotion de la démarche Gourmet bag passe par ces trois clefs de réussite :

1. Communiquer largement vers les consommateurs
2. Accompagner les restaurateurs du territoire
3. Travailler en réseau

7 Le kit de communication Gourmet bag

Les outils de communication Gourmet bag sont tous **libres de droit et gratuits** et les ambassadeurs peuvent librement **associer** leur logo à celui de Gourmet bag sous réserve du respect des **mentions légales** (<http://gourmetbag.fr/mentions-legales/>) et de la **charte graphique** (<http://gourmetbag.fr/telechargement/>) que l'objectif de prévention du gaspillage alimentaire en restauration commerciale.



Le Grand Avignon a repris la note réglementaire présente dans le kit Gourmet bag afin de faire la promotion de la RestoBox et de rassurer les restaurateurs de façon claire et fiable.

Les éléments du kit de communication sont exposés en fin de brochure. Ils sont tous téléchargeables sur le site gourmetbag.fr rubrique téléchargement. Avec une simple demande nous pouvons vous faire parvenir la version Impression-HD par un lien de partage.

Pour les restaurants

Des stickers permettent d'indiquer que le restaurant propose la pratique : sticker vitrine, stickers boîte et stickers menu.

 *Le sticker boîte invite le client à conserver au froid et à consommer rapidement les restes emportés.*

Une documentation spécifique sur [la réglementation sanitaire en 8 points](#) qui leur rappelle qu'ils sont dégagés de toute responsabilité quand le client emporte ses restes.

Vous pouvez trouver en suivant ce lien <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Retours-d-experiences-des>, des retours d'expérience de restaurateurs.

Pour les clients

- ➔ 3 visuels sous format carte postale
- ➔ un chevalet à disposer sur les tables et sur le comptoir
- ➔ une affiche qui permet d'informer clairement le client que dans ce restaurant, il peut demander un gourmet bag.

Un site grand public gourmetbag.fr

Il valorise la démarche et met en avant les restaurants, collectivités et structures qui s'engagent en faveur de la prévention du gaspillage en restauration commerciale.

Des vidéos

- ➔ L'une tournée chez Thibault, restaurant précurseur à Lyon

<http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Le-lancement-du-gourmet-bag-le-16>

- ➔ L'une tournée sur Toulouse par TLT

<http://www.teletoulouse.fr/Mstr.php?lk=35dfrP554a9071&Id=768>

- ➔ Ainsi qu'une vidéo de France 2 qui explique la démarche et identifie la pratique des propositions commerciales type TakeAway qui peuvent être faites par ailleurs

http://www.francetvinfo.fr/culture/cuisine/gourmet-bag-un-label-pour-eviter-les-gaspillages_843767.html

 D'après nos retours terrain, il faut des vidéos très courtes et un peu originales, type décalées pour les faire circuler sur les réseaux sociaux. Exemple sur le gourmet bag, la vidéo "Chauds gourmets" : <http://gourmetbag.fr/soyez-gourmet-bag/>

8 Collaboration avec la Draaf Auvergne-Rhône-Alpes et/ou de votre région

Aide à la communication sur votre action

- ➔ Insertion de vos logos sur les supports de communication. Si cela peut aider à la concrétisation de votre projet, vous pouvez transmettre vos logos en précisant sur quels documents du kit « Gourmet bag » vous souhaitez les apposer et la DRAAF Rhône-Alpes les retournera modifiés. Par contre, l'impression de ces documents restera à votre charge.
- ➔ Mise à disposition d'une présentation Gourmet bag sous format.ppt

Valorisation de votre démarche

Chaque démarche peut être mise en avant sur le site de la DRAAF ainsi que sur le site gourmetbag.fr.

En Auvergne-Rhône-Alpes

Nous mettons des kits de communication « papier » à disposition des territoires ambassadeurs.

Contacts

- ➔ Votre contact en Rhône-Alpes *sral.draaf-auvergne-rhone-alpes@agriculture.gouv.fr*
- ➔ Autres régions *sral.draaf-nomdevotrerégion@agriculture.gouv.fr*

Une pratique en plein essor en France!

→ Toujours plus de territoires décident de développer un projet Gourmet bag !

En Saône-et-Loire, à Lyon, Toulouse, Besançon, Décines-Charpieu, Montauban, sur la communauté de communes de la Baie de Somme du Sud ainsi que dans les territoires du Lot, du Cantal, de la Lozère et dans le Lubéron... !

→ En parallèle, des initiatives mises en place à différentes échelles développées par :

Des collectivités

- Resto Box à Avignon
- Bon ici et Bon chez vous à Épinal
- Au restaurant n'en perdons plus une miette ! Nice

Des associations

- Récup&Gamelles à Lyon
- GESPER dans les Alpes de Haute-Provence

Des entreprises

- TakeAway
- TropBonPourGaspiller
- Rest'O Resto
- MÉTRO

Une carte interactive permet de connaître les restaurants engagés dans la démarche depuis octobre 2016 ! <http://gourmetbag.fr/#sur-le-terrain>

(et ça ne cesse de se remplir ...)

Le kit de communication Gourmet Bag

Un logo déclinable en trois couleurs



Trois stickers



vitrine : 11 cm

boîte : 5 cm

menu : 3 cm

Le site gourmetbag.fr



Note explicative de la marque et du kit de communication



LE KIT DE COMMUNICATION de la marque GOURMET BAG

Le kit de communication Gourmet bag se compose :

- D'un logo qui se décline en trois couleurs
- D'un sticker de 11cm de diamètre destiné à être collé sur la vitrine du restaurant afin d'indiquer au client qu'il peut demander à emporter ses restes si jamais il ne finit pas son assiette.
- D'un sticker de 3 cm de diamètre destiné à être collé sur les menus.
- D'un sticker de 5 cm de diamètre destiné à être collé sur les contenants, reprenant le logo du Gourmet bag, mais aussi les recommandations élémentaires (à conserver au réfrigérateur et à consommer très rapidement) à destination du client. N.B. Le restaurateur choisit librement les contenants qui lui conviennent.



- Une petite brochure à l'attention des restaurateurs, leur présentant des pistes d'action afin de limiter les restes dans les assiettes, leurs arguments favorables au Gourmet bag et la réglementation sanitaire afférente, les déchargeant de toute responsabilité à partir du moment où le client demande à emporter ses restes.

- De trois visuels au format carte postale (10,5x14,8) destinés à inciter les consommateurs à demander un Gourmet bag et à lever les principaux freins culturels à cette pratique :

- "ça ne se fait pas" : Flyer rose
- "les restes on les jette" : Flyer vert
- "ça fait radin" : Flyer bleu

Un site internet dédié, gourmetbag.fr, destiné à relayer les initiatives mises en place via les actualités et présentant l'ensemble du projet a également été créé. Enfin, nous pouvons vous fournir le communiqué et le dossier de presse si vous souhaitez vous adresser aux médias sur votre territoire, ainsi que des photographies.



Contact : sral.draaf-rhone-alpes@agriculture.gouv.fr

LA CAMPAGNE

Gourmet bag est une marque qui s'inscrit dans une démarche mise en place par le service public afin de participer à la limitation du gaspillage alimentaire en restauration commerciale.

L'objectif est de promouvoir une pratique peu répandue dans nos restaurants : demander à emporter ce qui n'est pas terminé dans l'assiette...

Dans ce contexte, le doggy bag à l'américaine devient le Gourmet bag à la française : une nouvelle appellation, plus valorisante et gourmande.

Gourmet bag est une marque* créant un nom générique pour cette pratique en France.

La marque Gourmet bag n'est pas associée à la mise à disposition de contenants, les restaurateurs choisissent librement ceux qu'ils souhaitent utiliser.

* marque déposée à l'INPI par le Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt



Un ensemble de supports de communication est mis à disposition des ambassadeurs « anti-gaspi » dans toutes les régions : restaurateurs, collectivités territoriales, syndicats de traitement des déchets, associations de consommateurs, syndicats professionnels, chambres de commerce et chambres des métiers, associations de préservation de l'environnement, offices de tourisme...

Tous ces outils sont gratuits et libres de droits. Il est possible d'y associer son logo dans le cadre d'actions stratégiques ou commerciales. Des stickers et autres supports de communication permettent d'indiquer que le restaurant peut proposer d'emballer ce qui n'a pas été consommé dans l'assiette pour l'emporter.

Des visuels et des informations pouvant être repris librement dans le journal de la collectivité, sur les panneaux d'affichage... Promouvoir une pratique responsable et durable sur son territoire et encourager chacun à demander un gourmet bag... parce que c'est NORMAL de ne pas jeter ses restes !

Tous éco-gastronomes !



DRAAF Rhône-Alpes Service Régional de l'Alimentation
<http://www.draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr>

Flyer restaurateur

Information restaurateurs

L'objectif premier n'est pas bien sûr de produire pour jeter ou emporter ; mais si l'assiette n'est pas terminée, le consommateur souhaite pouvoir emporter ses restes.

Proposer un « gourmet bag » permet au consommateur de terminer sa dégustation, et donc bien, d'éviter de nombreux petits gestes du quotidien, à la limitation du gaspillage et du volume de biodéchets !

l'essayer, c'est l'adopter !

Ils le proposent déjà, ils vous disent pourquoi

Le client a payé, il est libre d'emporter ses restes.

- Proposer un gourmet bag est parfaitement autorisé par la réglementation sanitaire.
- Le prestataire mettra une boîte à disposition plutôt que de jeter.
- Le restaurateur propose un maximum de services à ses clients.
- Cette pratique valorise l'image de son restaurant.

Les professionnels

- Il n'est normal de ne pas jeter ses déchets.
- Ça permet à certains clients de prendre un dessert.
- C'est mieux beau, riche, mais tellement apprécié.
- Ça va au mieux du repas, ça peut arriver !
- C'est un geste environnemental et éthique.

Des pistes d'actions proposées par les restaurateurs pour éviter les restes dans l'assiette !

- Avant la commande, donner au client des informations sur les plats, les quantités, les garnitures... au moins ce à la carte. Donner le choix des garnitures au client.
- Coller au mieux les portions en fonction du menu d'assiettes, sensibiliser les personnes en cuisine sur ces restes.
- Adapter la taille des assiettes.

Des outils à votre disposition

Afin de vous accompagner au mieux, la DRAAF vous propose un kit d'outils visant à développer l'usage du Gourmet bag au sein de votre établissement.

<http://www.gourmetbag.fr>

La permission du doggy bag a été inscrite par l'UE en 2013 dans le cadre du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire.

Plus d'infos sur <http://www.alimentation.gouv.fr/MS/pd/25813/Pacte-gaspi/Mes-ideesAntiGaspi>

Ce projet a été initié en Rhône-Alpes mais la promotion de la pratique est réalisée grâce à la mise à disposition d'outils adaptés de chaque structure mobilisée pour promouvoir le gaspillage alimentaire sur son territoire.

Ce projet piloté par la DRAAF Rhône-Alpes a bénéficié d'une démarche tout à fait ouverte au monde professionnel de nos métiers professionnels.

Plus d'infos sur <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/doggy-bag-une-boite-pour-emporter>

Membres et partenaires : UMRH - GEM-KORIGAT - GEMVE - METKO - VALAVAN - PASTORALIS - L'YVESMO - AGRICULTURE - VIE DE LYON - CCI des Alpes - CCI de Savoie - Sociétés : Institut Paul Bocuse - Association l'empire des Lyonnais de l'Alimentation et du Tourisme

Le cadre réglementaire sanitaire en restauration commerciale

Cadre réglementaire : « le paquet hygiène »

La restauration commerciale est soumise à des règles d'hygiène regroupées dans des textes dénommés «paquet hygiène» consultables sur le site http://agriculture.gouv.fr/rubrique/Espace_Pro_Alimentation_et_IAA_Sécurité_sanitaire_Le_paquet_hygiène.

■ Règlement (CE) n°178/2002 du 28 janvier 2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire.

■ Règlement (CE) n°853/2004 du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires.

■ Arrêté du 21 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits d'origine animale et denrées alimentaires en contenant.

■ Arrêté du 8 octobre 2013 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits et denrées alimentaires autres que les produits d'origine animale et les denrées alimentaires en contenant. Ces règles doivent être respectées obligatoirement, sous peine de fermeture de l'établissement.

Formation spécifique obligatoire en hygiène alimentaire

Depuis le 1er octobre 2012, les établissements de restauration commerciale relevant de certains secteurs d'activités sont tenus d'avoir dans leur effectif au moins une personne pouvant justifier d'une formation en matière d'hygiène alimentaire adaptée à leur activité. Cette obligation s'applique aux établissements suivants : la restauration traditionnelle, les cafétérias et autres libres-services, la restauration

de type rapide et la vente à emporter.

■ Décret n° 2001-731 du 24 juin 2011 relatif à l'obligation de formation en matière d'hygiène alimentaire de certains établissements de restauration commerciale (articles D233-11 à D233-13 du code rural et de la pêche maritime).

■ Arrêté du 5 octobre 2011 relatif au cahier des charges de la formation spécifique en matière d'hygiène alimentaire.

■ Arrêté du 25 novembre 2011 relatif à la liste des diplômés et titres à finalité professionnelle dont les détenteurs sont réputés satisfaire à l'obligation de formation spécifique en matière d'hygiène alimentaire adaptée à l'activité des établissements de restauration commerciale.

La déclaration d'ouverture
Tout établissement préparant, traitant, transformant, manipulant ou entreposant des denrées animales ou d'origine animale doit faire l'objet d'une déclaration d'ouverture : avant l'ouverture et en cas de changement de propriétaire (renouvellement de déclaration). Cette déclaration doit être effectuée auprès de la DDPP à l'aide du formulaire CERFA 13984.

Des guides de bonnes pratiques d'hygiène en restauration à disposition

Ils sont disponibles par commande à : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr> sous le numéro 5905 (Restauration, en cours de révision) et 5911 (cafétéria). Les guides de bonnes pratiques d'hygiène valides sont consultables sur le site du ministère : <http://agriculture.gouv.fr/Guides-bonnes-pratiques-d-hygiene-valides-en-ligne>

Pour toute information sur les normes d'hygiène alimentaire à respecter, s'adresser à la DDCCSP ou à la DDPP selon les départements.

proposer un gourmet bag [doggy bag]

Note réglementaire

Réduire par deux le gaspillage alimentaire d'ici à 2025 ?

C'est l'objectif du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire signé en Juin 2013. Les représentants de la restauration commerciale se sont engagés dans ce pacte à développer l'usage de la boîte à emporter.

Les consommateurs français l'attendent

Selon les résultats d'une enquête menée au niveau national, 90 % sont favorables à une promotion de cette pratique, 78 % l'estiment compatible avec notre gastronomie et enfin 75 % sont prêts à l'utiliser.



www.draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr

Note réglementaire

Les 8 infos à retenir

[pour une bonne utilisation du gourmet bag]



Les clients des restaurants achètent des plats qui, en conséquence, leur appartiennent ; ils peuvent donc demander à emporter leurs restes.



La responsabilité du professionnel s'arrête au moment où le repas est remis au consommateur. Le restaurateur n'est pas responsable des conditions dans lesquelles la partie non consommée du repas sera ensuite conservée et consommée.



D'un point de vue réglementaire, rien ne s'oppose à donner à emporter ce qui n'a pas été consommé d'un plat ou d'un menu au restaurant. Cette pratique relève du secteur domestique privé, pour lequel le Paquet Hygiène ne s'applique pas.



Même si la réglementation ne l'interdit pas, il est recommandé de ne pas proposer à emporter les produits dits « sensibles » : tartares, préparations contenant des œufs crus (mousse au chocolat, tiramisu, plats avec mayonnaise « maison »...).



Il apparaît toutefois nécessaire que les professionnels fassent passer les bons messages à leurs clients, a minima en leur rappelant les règles générales de conservation (transport, température, délai de consommation...).



Afin d'éviter toute contamination croisée, un plat déjà servi au client ne doit jamais être renvoyé en cuisine. L'espace de remplissage des contenants doit être défini et formalisé au même titre que les flux et traitement de la vaisselle sale, flux et traitement des restes non servis aux clients, flux des déchets et reliefs de repas servis.



Si le restaurateur fournit les contenants, ceux-ci doivent être adaptés (aptitude au contact alimentaire, étanchéité...). Des recommandations pourraient être apposées sur le conditionnement (via un étiquetage ou impression directe de quelques mesures d'hygiène de base, par exemple par la mention « à conserver au réfrigérateur et à consommer très rapidement »).



Aucun étiquetage de traçabilité n'est obligatoire sur le contenant (exemples : informations sur la nature du produit, la date de préparation, de déconditionnement, de décongélation, de limite de consommation...).

Visuels consommateur



Affiche à accrocher dans le restaurant


**On vous propose
le Gourmet Bag !**



www.gourmetbag.fr



Chevalet à disposer sur les tables et le comptoir du restaurant

Repérez les restaurants qui participent à l'opération grâce au macaron



Création CCI 71 - Septembre 2016



*vo*tre restaurant propose le service ***gourmet bag***



Bon appétit !

Assiette ou bouteille non terminées ?

Osez le ***gourmet bag***

et continuez à vous régaler chez vous !



« Pourquoi adopter le ***gourmet bag*** ?

« Vous n'êtes plus obligé de vous forcer à terminer votre assiette ou celle de vos enfants.

« Vous pouvez prendre un dessert ou le menu complet sans culpabiliser.

« Vous valorisez le travail du cuisinier en demandant à emporter, plutôt que jeter, ce que vous n'avez pas pu finir.

Le ***gourmet bag***, un petit geste qui permet d'agir contre le gaspillage alimentaire !



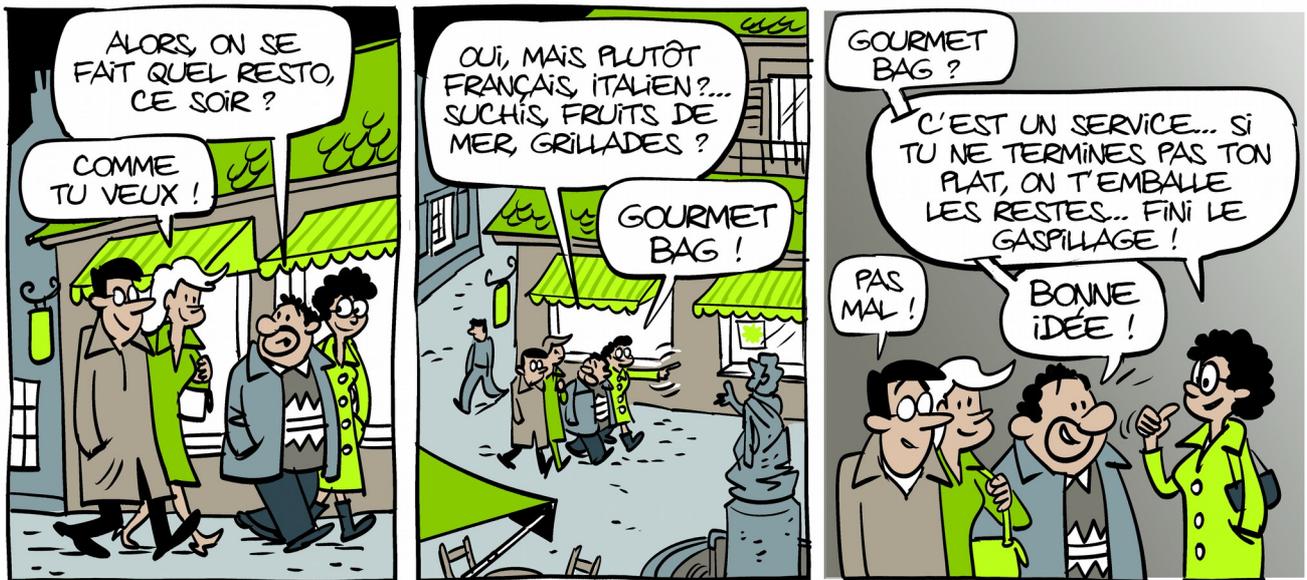
© SAÏVE - BAMBOO ÉDITION / PROPRIÉTÉ ADEME



© SAÏVE - BAMBOO ÉDITION / PROPRIÉTÉ ADEME



© SAÏVE - BAMBOO ÉDITION / PROPRIÉTÉ ADEME



© SAÏVE - BAMBOO ÉDITION / PROPRIÉTÉ ADEME

De nombreux autres visuels sont disponibles sur le site !
<http://gourmetbag.fr/telechargement/>