ALIMENTATION RESPONSABLE DANS TON R.U.

GUIDE METHODO

REFEDD

RÉseau Français des Étudiants pour le Développement durable

REMERCIEMENTS

Ce guide n'aurait pas vu le jour sans le concours financier du **Ministère de l'Enseignement Supérieur**, du **Ministère de l'Ecologie du Développement Durable et de l'Energie**, de la **Région Île-de-France**, de l'**Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie** et du **Groupe Léa Nature**.

Merci au **CNOUS**, à la **Mairie de Paris**, à l'**Université Paris – Descartes**, ainsi qu'à la **Cité Internationale Universitaire de Paris**. Merci à **M. Florent Tiravy** et à **Mme Aline Chalot** qui nous ont ouvert leurs cuisines.

Merci à **Juliette Dèche, Marion Petitdemange** et **Anne-Sophie Leibenguth.**

Merci à toutes les associations qui nous ont envoyé leurs retours d'expériences.

SOMMAIRE

Introduction 4-11

Comprendre les enjeux 12-35

Identifier le cadre 36-43

Réaliser un diagnostic 44-57

Préliminaires au projet 58-65

Concerter les acteurs 66-73

Montage du projet 74-77

Mise en œuvre de la démarche 78-85

Démarche d'amélioration continue 86-89

Retours d'expériences 90-101

En résumé 102-107

Aller plus loin 108-133

MISE EN BOUCHE

Le Projet Alimentation au REFEDD

Le projet a été créé afin d'accompagner les étudiants et gestionnaires souhaitant impulser **une dynamique d'alimentation plus responsable** dans leurs restaurants universitaires avec notamment la publication d'un précédent guide à destination des gestionnaires « **Des menus responsables, une démarche progressive et participative** ».

La sensibilisation est un deuxième aspect très important avec l'organisation d'ateliers de cuisine dans les restaurants universitaires, de projections débat sur la thématique de l'alimentation, etc…

Porter la voix des étudiants dans les différents groupes de travail sur l'alimentation constitue le dernier objectif principal du projet, avec notamment la participation à des groupes de travail organisés par des institutions publiques, des structures ainsi que des associations nationales.

Ce que pensent les étudiants d'une alimentation plus responsable

Le Réseau Français des Etudiants pour le Développement Durable (REFEDD) et l'association **Avenir Climatique** ont organisé une consultation nationale étudiante intitulée *« Nos attentes, notre avenir »*, visant à évaluer les connaissances des étudiants sur le développement durable, à connaître leurs avis et leurs idées sur leurs établissements et leurs formations, ainsi qu'à mieux comprendre leur engagement.

Diffusée auprès d'un grand nombre d'étudiants, du 1er avril au 30 juin 2011, la consultation a obtenu les réponses de **10 030 jeunes**, dont **9 612 étudiants**, sur **346 établissements.**

Les résultats montrent que l'alimentation responsable apparaît en tête des préoccupations étudiantes : c'est à vos yeux un moyen simple et efficace pour agir de façon responsable, et notamment de lutter à votre niveau contre les émissions de gaz à effet de serre (83%). Au regard **des priorités à mettre en oeuvre** au sein de l'établissement, **celles relatives au fonctionnement du campus** (alimentation responsable, gestion des déchets et question énergétique en tête) apparaissent au premier plan (92%), devant les projets pédagogiques (73%) et la recherche (59%).

La thématique de l'alimentation apparaît comme essentielle et prioritaire. Vous souhaitez l'introduction d'une alimentation plus responsable (biologique, locale, de saison…) dans vos établissements. Selon vous, les actions à mener sont nombreuses et diverses, que ce soit au sein des restaurants universitaires, ou en dehors, avec la création d'AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne). Le levier d'action que représente l'alimentation est important, puisque vous nous faites part non seulement de votre intérêt pour cette thématique mais aussi de votre volonté d'agir concrètement en la matière.

L'alimentation responsable est ainsi la thématique qui, pour vous, représente le principal levier d'action dans les campus.

C'est pourquoi il a paru nécessaire d'essayer de vous aider à construire des projets sur vos campus en termes d'alimentation plus responsable. Ce guide, nous l'espérons, vous donnera des outils et des idées pour vous aider à vous lancer !

Le restaurant universitaire reste le lieu de repas privilégié pour une grande majorité d'étudiants souhaitant déjeuner le midi. Selon une étude du Grappe[1], réalisée sur 2735 étudiants entre février et avril 2009, plus de la moitié déjeuneraient au RU chaque jour ou plusieurs fois par semaine.

Cela représente donc des volumes considérables de denrées, beaucoup de personnel, de services et des enjeux sanitaires à la hauteur de leur fréquentation.

1 GRoupement d'Associations Porteuses de Projets en Environnement, étude issue de la revue Les étudiants se mettent à table, 2009

En chiffres, les RU représentent

65 millions de repas par an

100 millions d'euros d'achats alimentaires par an

SOIT **32000** tonnes

5500 PERSONNES

+ 600 structures de restauration

Le RU est central dans les établissements d'enseignement supérieur. En tant que lieu de convivialité, il est important d'y envisager une évolution des pratiques alimentaires. Tendre vers l'exemplarité du restaurant est également un excellent moyen de sensibiliser les étudiants.

Le restaurant universitaire est à la croisée de deux univers, l'alimentation et l'éducation, il est donc aujourd'hui important de considérer son potentiel pédagogique en ce qui concerne les questions d'alimentation responsable.

Pourquoi « responsable » ?

Quand nous parlons de responsabilité, nous faisons appel à des notions environnementales, économiques et sociales qui sont à mettre en pratique tout au long de la chaîne de production et de consommation des repas. La santé, qui est l'élément transversal dans ces trois points, concerne tous les acteurs : les étudiants mais aussi les producteurs et les cuisiniers. La qualité environnementale des produits et des modes de pré-

paration participent à un meilleur état de santé et de « bien-être » de l'ensemble des acteurs.

Comment ?

Ce guide fait la promotion de nombreuses pistes d'évolution des pratiques alimentaires, accessibles par un travail progressif et participatif.

Il ne s'agit pas d'intégrer 100% de produits biologiques de façon pérenne en un temps record. Il s'agit de mettre en place des changements vertueux progressifs, dans une démarche d'amélioration continue. Qu'il soit question de produits locaux, de saison ou de repas végétariens, tous les efforts sont à valoriser, à maintenir et poursuivre, en s'adaptant au mieux au contexte de votre restaurant. Certes les objectifs du Grenelle sont formels quant à l'introduction de 20% de produits bio en 2012[2] mais il est également important de promouvoir une démarche responsable globale qui prend en compte tous les secteurs de la chaîne de production et de consommation.

Le succès de cette démarche dépend du respect de l'équilibre budgétaire de votre R.U ainsi que de l'amélioration de l'équilibre sanitaire des convives du restaurant. Cette initiative aura pour conséquences inéluctables la diminution des pressions exercées par votre restaurant sur l'environnement ainsi que la valorisation de l'emploi agricole et de l'équipe de cuisine.

2 Circulaire 5297 du 2 mai 2008, Exemplarité de l'Etat en matière d'utilisation de produits issus de l'agriculture biologique dans la restauration collective

Être un consom'acteur

Etre consom'acteur, ce n'est plus seulement se contenter de manger pour manger. C'est aussi s'interroger sur la provenance des produits que vous consommez au quotidien tout en s'informant sur la façon dont ils ont été produits. C'est aussi **prendre conscience de son propre pouvoir de consommateur.** À un niveau individuel, il semble toujours difficile d'agir, mais en tant que client, vous avez le choix car « le client est roi ». Il suffit donc d'être curieux et de se tenir informé. Rappelez-vous que vous mangez 3 fois par jour, vous pouvez donc influer sur ceux qui vous nourrissent. Être consom'acteur, c'est connaître ce qui se passe dans le monde et agir à sa mesure, c'est penser à l'échelle mondiale et agir au niveau local.

COMPRENDRE LES ENJEUX

Des bénéfices sanitaires

Promotion de l'équilibre sanitaire

Des éléments pour convaincre

Vous connaissez déjà très probablement la composition recommandée des repas, illustrée par la fameuse pyramide alimentaire. Cependant, même en respectant la quantité de protéines, de féculents, de légumes, de fruits et de produits laitiers, **des intrus peuvent se glisser dans nos assiettes.** S'ils sont en excès, ceux-ci peuvent se montrer néfastes pour notre santé. En effet, les principales pathologies liées à la nutrition sont l'obésité, le diabète, le cancer et les maladies cardiovasculaires. Voici deux exemples: le sel, et les produits gras, dont nous faisons une consommation souvent abusive.

LE SEL :

Il augmente le poids (et donc le prix) des aliments carnés grâce au phénomène de rétention d'eau. Il pallie l'absence de goût (des produits surgelés par exemple) et masque le désagréable arrière-goût amer de certains composants.

Prenez le temps de regarder la composition de ce que vous achetez. La majorité des produits contient du sel, y compris les produits sucrés ! (Le sel se cache sous de nombreuses appellations : nitrate de sodium, benzoate de sodium…).

3 Données de l'étude Nutrinet-Santé, novembre 2010

LES PRODUITS GRAS :

Il arrive à certains d'entre vous de se nourrir régulièrement de pizzas ou de plats préparés. Vous avez certes besoin d'énergie, mais celle-ci n'est certainement pas la plus saine.

N'oublions pas le sucre ! Attention aux sodas et barres chocolatées qui contiennent des « calories vides » qui ne procurent que de l'énergie sans aucun nutriment.

Sans parler du « light » faux-ami. Il y a certes moins de sucres dans les sodas mais le corps ne retient que la saveur sucrée et sécrète ainsi de l'insuline qui augmente l'appétit et facilite le stockage des graisses. Les autres produits « allégés » ont certes moins de graisses mais on part de produits déjà très gras, donc ils restent à consommer avec modération. Dans les yaourts, lorsqu'il y a moins de gras, il y a généralement plus de sucre pour rehausser le goût.

Le light, c'est un peu se donner bonne conscience, mais le résultat n'est pas toujours au rendez-vous, le mieux c'est encore de bien regarder, comparer les étiquettes et de vérifier le nombre de lipides et de calories.

4 Issues du dossier de presse, du ministère de la santé et de sports et de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé, Produits gras, salés et sucrés : les entreprises et les pouvoirs publics s'engagent, , octobre 2009

Diminution de l'apport carné

Des éléments pour convaincre

La consommation de viande, en quantité limitée, représente une excellente source d'acides aminés et d'oligoéléments. Par contre, en excès, elle peut entraîner des risques pour la santé.

La diminution d'une consommation de viande est favorable à notre santé puisqu'elle nous évite l'apport de graisses saturées et de cholestérol. Il existe une corrélation entre la consommation de viande et les problèmes de surpoids[5] ainsi qu'avec les maladies cardio-vasculaires, les cancers du colon et de l'intestin[6].

5 CRIOC

6 Pour les viandes rouges (bœuf, mouton, cheval) Fond Mondial de Recherche contre le cancer, 2007

Par ailleurs, il existe d'autres excellentes sources de protéines telles que les protéines végétales présentes dans les légumineuses comme les lentilles, les haricots blancs, les pois chiches, le soja et les céréales : quinoa, seigle, épeautre…

Introduction de produits issus d'une agriculture biologique

Des éléments pour convaincre

Réduction de l'utilisation des pesticides

Il existe plusieurs sortes de pesticides : les herbicides, insecticides et les fongicides (luttant contre les champignons). La France est le 3ème utilisateur mondial de pesticides et le premier en Europe.

L'utilisation massive de pesticides provoque un million d'empoisonnements tous les ans dans le monde[7] avec quelques 220 000 décès, principalement chez les agriculteurs.

7 Organisation mondiale de la santé

Du côté de l'assiette, on retrouve des résidus de pesticides dans l'eau que nous buvons et dans les aliments que nous mangeons.

Les pesticides peuvent perturber le système endocrinien, il existe aujourd'hui un lien entre pesticides et infertilité, cancer, autisme et leucémies[8].

L'agriculture biologique est basée sur le respect de l'environnement et interdit les OGM, la chimie de synthèse dont les pesticides font partie.

Pour vous aider, voici comment reconnaitre les produits issus de l'agriculture biologique :

En France, vous pouvez vous fier aux labels et systèmes de garantie suivants

Des bénéfices sociaux

Des éléments pour convaincre

S'alimenter aujourd'hui n'a plus réellement de sens pour de nombreux consommateurs. La qualité des repas importe peu tant qu'ils sont bon marché et apportent une sensation de satiété. Quand on a un budget serré comme beaucoup d'étudiants, on pense d'abord au prix de son assiette avant de considérer son équilibre alimentaire.

8 Générations Futures

Les nouvelles habitudes alimentaires dues à l'accélération de nos modes de vie participent au regard « anodin » que l'on porte sur les produits qui nous font vivre. Sensibiliser, c'est faire en sorte que vous vous rendiez compte que ce qui se trouve dans votre assiette n'est pas le fruit du hasard mais le résultat d'un travail important, autant en amont, qu'en aval.

Bien se nourrir équivaut aussi à se respecter soi-même, mais également à respecter tous ceux qui ont concouru à la réalisation de ce que l'on mange. Voilà pourquoi s'interroger sur la provenance des aliments, sur la façon dont ils ont été cultivés, leur impact sur l'environnement et les hommes est véritablement essentiel.

Chaque acteur peut ainsi prendre conscience qu'il est le maillon d'une chaîne. Chacun peut se rendre compte des différents liens unissant les individus et se poser des questions sur leur manière de produire et de consommer. L'introduction de repas plus frais, préparés sur place et moins carnés, avec des produits de qualité revalorise le travail du personnel de cuisine. Les témoignages des cuisiniers vont dans ce sens.

La promotion de repas plus locaux et de saison est aussi un moyen de donner la priorité à une agriculture plus locale. Il s'agit aussi d'augmenter le niveau de vie des étudiants, car produit de qualité ne rime pas toujours avec « prix élevé ». **Les circuits courts permettent de rendre accessible aux étudiants une alimentation de qualité, à des prix raisonnables.**

Derrière un plat, il y a des hommes, des cuisiniers, des agriculteurs et des ressources naturelles. En faisant la promotion d'une agriculture plus locale, de saison et bio, le repas responsable tente de revaloriser le métier d'agriculteur et de redynamiser les petites exploitations agricoles françaises. C'est là aussi tout l'aspect économique du développement durable. Cet ancrage territorial contribue à préserver des emplois et des régions.

L'alimentation responsable est donc une thématique transversale, touchant aussi bien à l'environnement, à la santé, au social et à l'économie.

9 Données Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche - Enquête structure des exploitations en 2007 - Octobre 2008

10 Agreste, « Le Passif et l'endettement » Les Dossiers n°12, Juillet 2011

11 Agence Bio /OC

Pour les produits qui font partie de notre quotidien et qui sont uniquement cultivés à l'étranger (notamment dans les pays du Sud) comme les fruits exotiques, le riz, le café ou bien le cacao, **il est important de privilégier les produits issus du commerce équitable qui garantissent le versement d'un prix juste aux producteurs et d'une prime à la coopérative ou au groupement de producteurs.** Ces revenus permettent le financement de projets collectifs : investissement productifs, projets sociaux, etc.

Le commerce équitable, c'est aussi la préservation de l'environnement, par la promotion d'espèces locales protégeant la biodiversité. C'est également la promotion d'une agriculture familiale et d'autres modes de production qui sauvegardent la fertilité des sols et donc leur utilisation sur le long terme.

Plusieurs produits du commerce équitable peuvent être utilisés en restauration collective :

- **Plat principal :** riz et quinoa
- **Boissons chaudes :** cafés, thés et infusions, cacao en poudre
- **Epices/condiments :** poivre, curry, vanille, sucre de canne, etc.
- **Desserts :** chocolat, fruits frais (bananes, ananas…), compotes de fruits exotiques, glaces…
- **Boissons froides :** jus de fruits tropicaux (orange, mangue…), sodas et limonades
- **Vêtements professionnels** en coton équitable pour les cuisiniers, agents d'entretien, etc.

En chiffres

Les produits les plus vendus en France sont :

Le café **41%**

le coton **14%** le cacao **13%** le banane **8%** le thé **8%**

Le chiffre d'affaires total de l'alimentation issue du commerce équitable en France en 2007 s'élève à **179 millions d'euros**

Pour vous aider, voici comment reconnaitre les produits du commerce équitable. En France, vous pouvez vous fier aux labels et systèmes de garantie suivants :

Des bénéfices environnementaux

Introduction de produits locaux et de saison

Des éléments pour convaincre

- Un pot de yaourt à la fraise peut parcourir plus de **9 000 km,** si on prend en compte le trajet parcouru par chacune des matières premières (fraises, lait, levures, sucre, pot, couvercle, étiquettes…) et ce jusqu'au domicile du consommateur ;

- Le transport des produits sur de longues distances nécessite le recours à des **procédés de conservation** (comme le refroidissement) qui consomment beaucoup d'**énergie** ;

- Si vous avez l'information de la provenance et que vous ne pouvez pas faire autrement, préférez les produits qui ont été **transportés par bateau ;**

- Acheter hors saison est un désastre du point de vue énergétique : sous serres chauffées, il faut environ 1 litre de pétrole pour cultiver une salade ou un kilo de concombre, soit 100 fois plus d'énergie qu'à ciel ouvert [12].

12 Données du CRIOC-Centre de Recherches et d'Informations des Organisations de Consommateurs

En chiffres

LES PRODUITS IMPORTÉS EN EUROPE PAR AVION GÉNÈRENT DES ÉMISSIONS DE CO^2 **60 FOIS PLUS ÉLEVÉES QUE PAR BATEAU**[13]

ENTRE 2400 ET 4800 KM c'est la distance moyenne parcourue par un produit alimentaire entre son lieu de production et de consommation (soit 25% de plus qu'en 1980)

Diminution de l'apport carné

Le poulet et le porc sont les viandes les moins pénalisantes pour l'environnement. Mais il est fortement recommandé de vérifier également la provenance et le mode d'élevage, certains labels sont de bons indicateurs (label rouge, AOC, bio…). Pas besoin de tous devenir végétariens ! **Privilégiez la qualité** à la quantité en vous rendant de temps en temps chez votre boucher où certaines viandes ne sont souvent pas plus chères qu'en grande surface !

Des éléments pour convaincre

La consommation quotidienne de viande bovine provoque des ravages sur notre environnement à plusieurs égards :

13 Un régime pour la planète, E. Laville et M. Balmain, 2007

- Elle favorise la déforestation du fait du manque de pâturage et du besoin de cultures fourragères pour nourrir les bêtes ;

- **L'alimentation des animaux constitue un point saillant du problème puisqu'elle fait concurrence à l'alimentation humaine.** En France, ces derniers sont encore beaucoup nourris à l'herbe. Ailleurs leur menu est souvent composé de céréales. Près de 40 % de la production céréalière est aujourd'hui utilisée pour nourrir le bétail. Sans parler de la consommation d'eau nécessaire pour produire 1 kg de viande : Une raison supplémentaire pour faire attention à la provenance de vos produits.

14 FAO, 2006; Goodland R. et al,1999)

Et en faisant attention aux choix des espèces de poisson

Il est vrai que les scandales sanitaires liés à la consommation de viande ont amené le consommateur à s'intéresser de plus près à certains produits de la mer comme alternative aux protéines carnées. Toutefois les écosystèmes marins sont actuellement fragilisés et certaines espèces qu'on trouvait en quantité sont aujourd'hui menacées.

Des éléments pour convaincre

- Selon l'IBGE[15] : « Il vaut mieux éviter les poissons issus de **l'aquaculture intensive.** Pour produire 1 tonne de saumon d'élevage en aquaculture intensive (c'est différent pour le bio), il faut 5 à 6 tonnes de poissons sauvages réduits en farine. L'aquaculture intensive a également recourt à des traitements chimiques ainsi qu'aux antibiotiques. Les désinfectants sont aussi largement utilisés afin de prévenir l'apparition de maladies ;

- **De nombreuses espèces issues des eaux profondes sont menacées.** Certaines méthodes de pêche sont dévastatrices pour l'environnement (le chalutage, la plus destructrice, est utilisée par plus de 70 % des navires en France). Elles se sont développées

15 IBGE, Institut Bruxellois pour la Gestion de l'Environnement

pour accroître les surfaces de pêche. Les chalutiers raclent les fonds avec d'immenses filets qui détruisent les habitats marins, la faune et la flore. En annexe n°2 des sites contenant la liste d'espèces de poissons recommandées ou non.

16 Un régime pour la planète, E. Laville et M. Balmain, 2007

En France, vous pouvez vous fier au label et système de garantie suivant :

Intégration de produits issus de l'agriculture biologique

Des éléments pour convaincre

- Nous sommes **les champions européens de l'utilisation de pesticides.** Ils sont employés par les agriculteurs massivement. Ils sont dispersés dans l'atmosphère et en retombant avec les pluies, ils contaminent l'eau et les nappes phréatiques ;

- L'eau potable se fait rare et **le traitement des eaux polluées est très coûteux.** Débarrasser l'eau des nitrates et pesticides à un coût compris entre 1 110 et 1 680 millions d'euros/an [17] ;

- **Les pesticides représentent une menace pour les cultures.** Les espèces sont aussi de plus en plus

17 MEDDTL, Coûts des principales pollutions de l'eau, 2011

résistantes aux insecticides, il faut donc trouver et créer de nouveaux produits et utiliser plus de produits ; D'autre part, les cultures sont de plus en plus fragiles car seules les espèces les plus fortes et les plus productives sont choisies afin d'assurer un meilleur rendement.

- **Les pesticides sont une des principales causes de mortalité des abeilles,** acteur principal de la biodiversité, car ce sont elles, entre autres, qui transportent le pollen permettant la reproduction des végétaux.

En chiffres

75 000 TONNES DE PESTICIDES PAR AN

S'INFILTRENT DANS LES SOLS ET CONTAMINENT LES COURS D'EAU FRANÇAIS

D'après l'Institut Français de l'Environnement **on trouve des résidus de pesticides** dans **96% des eaux superficielles** et dans **61 % des eaux souterraines** analysées en France.

Des bénéfices économiques

Diminution du gaspillage alimentaire

Des éléments pour convaincre

On pourrait parler de bon sens avant même de parler d'argument économique. Il paraît insensé de jeter des produits qu'on aurait pu consommer ou éviter de préparer. On note également la généralisation d'une tendance où la quantité prend le pas sur la qualité. Pourtant, bien que plus chers à l'achat, les produits de qualité perdent moins d'eau à la cuisson et sont moins enclins à être gaspillés.

En chiffres

Le tiers des aliments produits chaque année dans le monde pour la consommation humaine (environ 1,3 milliard de tonnes) est perdu ou gaspillé selon une étude de la FAO[18]

430€ 20KG

en moyenne, ce que gaspille un français par an[19]

Selon l'ADEME[20], au sein des restaurants commerciaux et collectifs pour environ 7 milliards de repas pris hors domicile, le gaspillage alimentaire représente environ 1 000 000 tonnes par an.

Introduction de produits frais de saison

Des éléments pour convaincre

Les légumes sont généralement plus chers hors saison. Les produits de saison, s'ils viennent de France voir même de votre région, sont susceptibles d'être moins chers pour des raisons de coûts de production. La saisonnalité associée à des critères de proximité limite considérablement les temps de transports.

18 Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Global Food Losses and Food Waste, 2011

19 Données de l'ADEME, Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie, Etude MODECOM, 2007

20 ADEME, Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

Diminution de l'apport carné

Des éléments pour convaincre

Selon l'IBGE[21] : « **L'élevage intensif vise à augmenter la productivité en raccourcissant la phase de croissance de l'animal.** Les inconvénients de ce type de pratique portent principalement sur la qualité moindre des produits, les conditions de vie des animaux et le manque de surfaces d'épandage suffisantes pour assurer le recyclage des eaux polluées. La concentration d'un grand nombre d'animaux crée des risques sanitaires qui nécessitent souvent des traitements antibiotiques (qu'on retrouve dans la viande). L'élevage intensif concerne les volailles, les porcs, les bovins et l'aquaculture par exemple. »

La viande de volaille est préférable à la viande rouge pour des raisons environnementales et économiques. De plus les protéines végétales sont une alternative non négligeable pour la santé ;

21 Institut Bruxellois de la Gestion de l'Environnement

En chiffres

COÛTS DE LA VIANDE EN € TTC

4,02	4,12	2,26	2,24
STEAK HACHÉ PUR BOEUF	STEAK PORC	CUISSE DE POULET	PILON DE POULET

COÛT DE LENTILLES OU AUTRE PROTÉINE VÉGÉTALE EN € TTC

0,71	1,05
LENTILLES SÈCHES	HARICOTS ROUGES SECS

Pertes en eau d'une viande conventionnelle : avec une cuisson longue en basse température, 10 à 20 %

Côté éthique

- Aujourd'hui, 35,5% du volume des céréales cultivées dans le monde sont destinées à l'élevage alors qu'environ 900 millions d'humains souffrent de la faim ;[22]

- Le bétail mondial consomme, à lui seul, une quantité de nourriture équivalente aux besoins caloriques de 8.7 milliards d'êtres humains.

Nous serons bientôt 9 milliards d'êtres humains, il faut donc sérieusement commencer à repenser nos modes de production et de consommation pour répondre à un des plus grands défis de demain.

22 En 2007, World Resources Institute, Earth trends, Agriculture & food.

Conclusion

Pas facile quand on est étudiant de manger responsable. Il faut parfois passer de longs moments à réfléchir pour trouver le produit qui réunira le plus grand nombre de critères positifs, comme **sa provenance, sa saisonnalité, sa composition, sans oublier… la constitution de son emballage !**

Le manque de moyens ne doit pas être un frein. Certes les produits biologiques sont plus chers, mais acheter de saison est moins coûteux et diminuer sa consommation de viande permet de faire des économies. **Privilégiez une fois de temps en temps la qualité à la quantité en allant par exemple chez votre boucher ou crémier plutôt qu'au supermarché.** Préférez manger un tartare de bœuf au restaurant où il sera bien préparé. Si vous n'avez plus l'habitude d'en manger, vous n'en prendrez que plus de plaisir !

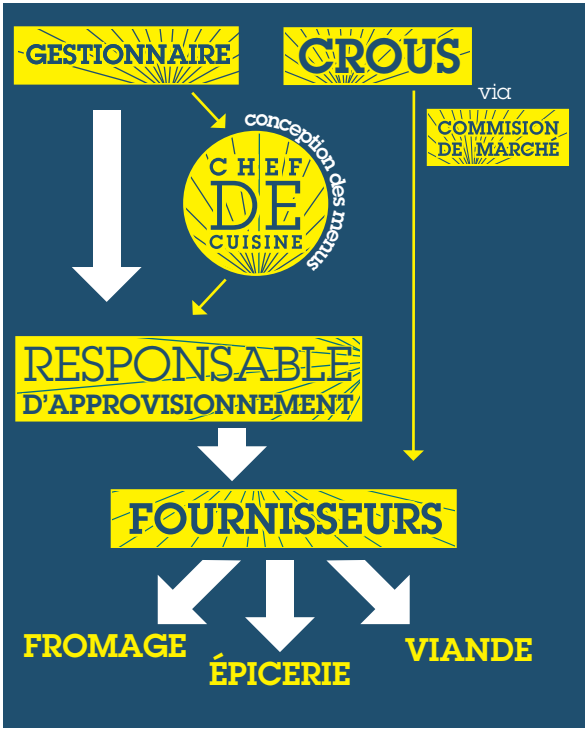
Enfin **privilégiez les circuits courts,** les AMAP par exemple qui fleurissent partout sur les campus et qui proposent des paniers à des prix abordables. Une expérimentation du Réseau Jardins de Cocagne est même en cours pour fournir à prix très honnêtes des paniers aux étudiants boursiers.

Vous pouvez agir chez vous au quotidien, alors imaginez le potentiel d'un restaurant universitaire qui peut servir plusieurs centaines de convives par jour !

IDENTIFIER LE CADRE

Modes de fonctionnement de son restaurant

Exemple des restaurants universitaires gérés par le CROUS



Ce sont les **gestionnaires** qui gèrent les RU et appliquent les directives du CROUS. Ils s'occupent de la gestion du personnel, du budget, des menus et d'une partie de l'achat du matériel.

Les commandes sont passées par le **responsable d'approvisionnement** aux fournisseurs du marché, et les menus conçus par le **chef de cuisine.** Les marchés sont attribués par lot (épicerie, viande bovine, fromage, etc) à un fournisseur.

Le CROUS lance un appel d'offre auquel les fournisseurs peuvent répondre. Les produits choisis pour l'appel d'offre sont ceux dont les restaurants et cafétérias ont besoin. Les demandes d'articles sont validées ou non par le service des achats.

Les fournisseurs doivent répondre à certaines clauses, c'est-à-dire à des exigences en matière de livraison, facturation, produits, quantité, qualité, etc.

Une fois l'appel d'offre terminé, **une commission de marché** se réunit pour examiner les propositions des fournisseurs et goûter les produits. Une note est attribuée pour le prix, une autre pour la qualité des produits, une autre pour les conditions de livraison et de facturation. Le marché est attribué au fournisseur qui obtient la meilleure note.

L'équipe de cuisine doit répondre à la charte de qualité du CROUS (voir annexe) qui impose une certaine offre (un poisson, des crudités, etc). Les menus

sont ensuite développés en fonction des envies de l'équipe de cuisine, des étudiants, des possibilités en termes de matériel, temps, moyens humains, nombre de repas à fournir et aussi de coûts.

Le coût global d'un repas tourne aux alentours de 6 euros (coût des denrées, personnel, investissements, fluides...) dont 1,5€ en matières premières.

Le personnel dépend du CROUS, il est recruté par le service des ressources humaines. Il arrive souvent que les gestionnaires soient amenés eux-mêmes à rechercher du personnel et de le proposer au recrutement au service des ressources humaines.

Les personnages clés sont :

- **LE CHEF DE CUISINE :** Une bonne interaction entre le gestionnaire et le chef de cuisine est nécessaire. Le chef de cuisine **veille à l'hygiène, élabore les menus et organise l'équipe de restauration**. Pour ce qui est de l'élaboration des menus, le gestionnaire peut proposer des plats au chef de cuisine qui valide ou non, selon la faisabilité. Dans ce cas le gestionnaire est donneur d'ordre, notamment en ce qui concerne les coûts à respecter. Ensuite, le chef établit le menu et les recettes.

- **L'ÉQUIPE DE CUISINE :** Le chef doit disposer de bons relais dans son équipe afin de pouvoir déléguer certaines tâches. Il est important que les cuisiniers ou agents de service aient de l'autonomie et sachent quoi faire. Plus l'équipe est autonome et qualifiée, plus le travail sera efficace et de qualité.

- **LE RESPONSABLE D'APPROVISIONNEMENT : Il s'occupe des commandes**. Il doit veiller à ce que les produits soient disponibles en temps et en heure pour la production. Il est évident que si des produits manquent, le menu doit être revu, mettant à mal l'organisation, ce qui peut devenir gênant. Son rôle est donc très important.

Le RU dispose du matériel nécessaire à la production (four, steamer, ...) et du matériel nécessaire pour le stockage et l'hygiène (chambre froide, cellule de refroidissement, préparation froide, ...). Certains RU disposent d'une légumerie qui peut leur permettre de travailler les légumes frais mais d'autres n'en disposent pas et sont donc contraints de recevoir les légumes sous vide, surgelés ou en conserve.

Connaître son RU

Tous les RU ne fonctionnent pas sur le même modèle. Pour obtenir des informations fiables, il vous faudra prendre contact avec l'équipe de cuisine de votre restaurant. Vous pouvez soit directement demander à **voir le gestionnaire** en fin de service, soit a**ppeler le restaurant** en dehors du service.

Expliquer que ce rendez-vous est purement informatif. Il s'agit pour vous **d'avoir un premier contact** avec l'équipe, de présenter vos motivations, vos pistes d'idées, de comprendre les objectifs du restaurant, leurs contraintes vis-à-vis du prix, de la fréquentation… afin de jauger de la faisabilité de votre futur projet.

Il est utile de débriefer avec votre équipe après ce rendez-vous. Faites une petite synthèse des premières informations ainsi recueillies.

Cherchez quels autres acteurs de l'université pourraient vous aider dans le projet (enseignants, directeur, doyen, service de médecine préventive…)

Trouver les personnes ressources de votre équipe

Que vous soyez membre d'une association de développement durable ou simplement intéressé par les questions d'alimentation, VOUS pouvez aider votre restaurant en y impulsant une démarche d'alimentation plus responsable.

Pour commencer **il faut vous fédérer,** porter un projet seul demande beaucoup trop d'investissement. Parlez-en autour de vous, constituez un petit groupe de 4/5 personnes très motivées. Vous pouvez lancer un sondage, mettre des petites annonces dans votre établissement pour recruter des volontaires.

Vous pouvez ensuite vous constituer en association ou club, en fonction de votre campus.

Vous pouvez aussi profiter d'un projet pédagogique dans votre cursus pour lancer cette démarche.

A savoir qu'**une expérience comme celle-ci est valorisable sur un CV.** Vous allez concevoir un projet, le promouvoir, vous allez argumenter, convaincre, travailler en équipe, et concerter des acteurs pluridisciplinaires, aux objectifs souvent antagonistes. Ces compétences sont précieuses et très recherchées par les employeurs.

RÉALISER UN DIAGNOSTIC

Il devient important ensuite d'obtenir le plus d'informations possibles afin de pouvoir identifier les besoins du restaurant et les leviers d'actions.

Au niveau du RU

Mener une action contre le gaspillage alimentaire est une action assez simple à mettre en place. Celle-ci vous permettra de connaître votre restaurant et vous aidera à orienter votre projet, car vous posséderez ensuite un nombre important d'informations, notamment par rapport à la motivation de votre équipe, celle de cuisine, à propos de la qualité des repas servis ainsi qu'aux attentes des convives.

FICHE 1 : Lutter contre le gaspillage alimentaire dans son restaurant universitaire par la mesure et l'identification des pertes

Pourquoi ?

- Quantifier pour évaluer l'évolution des pertes ;
- Savoir si une évolution des menus peut jouer sur les quantités gaspillées ;

Réduire le gaspillage alimentaire dans un RU présente de nombreux avantages. C'est un moyen efficace d'optimiser le cycle de production et de consommation et par conséquent les dépenses. De plus cela limite le double impact du gaspillage sur l'environnement, les pollutions générées en amont (sans parler des ressources inutilement utilisées pour la production) ainsi que les pollutions générées en aval, pour l'acheminement et le traitement des déchets alimentaires. Jeter de la nourriture n'est pas uniquement le fait de mettre des produits consommables au rebus. Cela représente des pertes importantes en eau, en temps de travail, en énergie… Dues à la production, au stockage, au transport, à la transformation... **Pour limiter ces pertes, le moyen le plus efficace est de peser les quantités de nourriture jetée et d'analyser les causes afin d'envisager des pistes d'amélioration.**

Quand ?

Durant l'année vous pouvez réaliser cette pesée sur une semaine ou un jour par semaine. Il faut réitérer l'opération de manière à pouvoir comparer les données. Si vous ne menez cette opération qu'une fois, les chiffres ne vous permettront pas d'établir des pistes d'amélioration efficaces.

Comment ? C'est très simple !

Voici les grandes étapes que nous vous proposons :
D'abord **communiquer** :

- Expliquer le projet à l'équipe de cuisine et au personnel de nettoyage afin de les impliquer dans la démarche ;

- Vous pouvez choisir d'annoncer la pesée aux convives, sauf si vous pensez que l'information peut influencer les résultats.

Passez à l'action

- Si les convives n'ont habituellement pas à faire le tri avant de déposer le plateau sur le tapis roulant (ce qui est majoritairement le cas) **vous pouvez installer une poubelle** en indiquant clairement qu'il faut y jeter seulement les restes non consommés. A vous de voir si vous incluez les os, épluchures, arrêtes ou autres restes alimentaires qui ne sont pas dus au gaspillage. **Il est impératif qu'une personne soit présente pour orienter le tri des étudiants,** pressés et distraits !
- Quand la poubelle est pleine, mesurer le poids à l'aide d'un pèse-personne. La personne chargée de veiller au bon fonctionnement du tri peut se peser en tenant la poubelle puis retirer son poids du poids total ;
- A la fin du service **il est important de peser également les restes dans les bacs des repas.** Il est fréquent de voir des bacs entamés de crudités, de féculents ou autres, partir à la poubelle à cause d'une mauvaise évaluation des quantités nécessaires ou du flux des étudiants. La concertation en amont permet au personnel de cuisine de se sentir impliqué dans l'opération sans remettre en question la qualité de leur travail.

Et après ?

- Il convient ensuite de rassembler les autres données chiffrées nécessaires à l'analyse telles que la quantité des denrées cuisinées ainsi que leur prix et le nombre de repas servis ;
- Calculez les quantités de nourriture jetées et déterminer ce que cela représente en terme de poids, financièrement et en pourcentage par rapport à ce qui est servi.

Identifiez le maillon le plus émetteur et envisagez des pistes d'amélioration :

- Si ce sont les étudiants qui gaspillent le plus vous pouvez mettre **un cahier de remarques** à disposition. Cela permettra d'identifier plus précisément les points à améliorer.
- Si vous notez d'importantes pertes en cuisine **essayez d'identifier avec le gestionnaire là où se trouvent la majeure partie d'entre elles** (dans la préparation des plats, au niveau du service ou du conditionnement).
- Enfin **il convient de prioriser les actions à mettre en place** en fonction de l'attente des étudiants et du ratio efficacité/budget. Vous pouvez par exemple influer sur la diminution des quantités, modifier les cuissons, les assaisonnements, proposer le sel et le poivre sur les tables afin d'éviter le surasaisonnement… Ces actions demandent peu de moyens mais peuvent avoir de rapides répercutions.

- **Il paraît utile de mener un petit sondage auprès des étudiants afin d'essayer de comprendre les raisons de ce gaspillage.** (Nous vous donnons un exemple de questionnaire que vous pouvez mener pendant le service auprès des étudiants en annexe n°3 et vous proposons une fiche « sonder les convives » en page 17).

- **En affichant les résultats des pesées dans la salle de restaurant et en cuisine** vous rendrez votre action transparente et impliquerez votre équipe et les convives. C'est l'occasion de les interpeller et d'amorcer chez eux un début de réflexion.

Remarques et pistes pour aller plus loin

- Si vous en avez les moyens humains et techniques, il est facile et efficace **d'identifier les produits les plus jetés** par les étudiants, en mettant plusieurs poubelles à disposition de la personne chargée du tri afin de séparer les féculents des protéines, des entrées, des desserts et du pain. C'est un peu laborieux mais vous gagnerez en temps et en efficacité pour savoir comment orienter vos efforts lors de vos prochaines actions ;
- Le **pain** est un élément particulier qui ne doit pas être considéré comme les autres éléments du plateau. Il est bien trop souvent jeté. **Environ un étudiant sur quatre jette son pain.** Sachant que son prix est de 9 centimes, les pertes financières sont facilement quantifiables. En le proposant en supplément, les étudiants réfléchiront à leur réel besoin en pain et ne le prendront plus de façon systématique. Augmenter le prix du deuxième pain est aussi une solution envisageable. Vous pouvez aussi le placer en bout de chaîne car quand le plateau est rempli l'appétit est moins grand !
- Vous pouvez mettre en place un petit stand documenté à coté du tri et de la pesée des poubelles. De nombreux documents de sensibilisation peuvent vous être envoyés gratuitement par des partenaires institutionnels tels que l'**ADEME**, **France Nature Environnement**…
- L'idée de mettre un **cahier de remarques** à disposition peut vous aider à orienter vos efforts. C'est un outil qui fait déjà ses preuves dans d'autres RU ;

Vous pouvez également sonder les employés à l'aide d'un questionnaire afin de comprendre leurs motivations et évaluer leur sensibilité vis-à-vis de votre projet.

Après avoir mené cette action vous disposerez d'informations sur :

- les attentes des convives par rapport à une alimentation plus responsable ;
- la motivation et la cohésion de l'équipe ;
- la qualité des aliments et des repas ;
- les contraintes de l'équipe de cuisine et leur motivation.

Ainsi armés, vous pourrez commencer à chercher des idées d'actions. Par quelle action puis-je commencer ?

Que vais-je pouvoir proposer en fonction des motivations et des contraintes de chaque partie prenante ? À quelle fréquence ? Avec quelle progression ?

À noter que vous disposerez là de chiffres sur les pertes du restaurant qui pourront vous donner une certaine crédibilité lorsque vous exposerez votre projet au gestionnaire et à l'équipe de cuisine.

Au niveau étudiants et convives

Il est indispensable de cerner les attentes des convives (étudiants, enseignants, personnels administratifs…) concernant votre projet. Inutile de lancer un repas sans viande un jour par semaine si la majorité des convives est attachée à la viande. Le bon fonctionnement de la démarche dépendra aussi beaucoup d'eux.

Vous pouvez réaliser une enquête de satisfaction sur la qualité globale de ce qui leur est proposé, leurs avis sur la quantité, leurs attentes en termes d'alimentation plus responsable.

Fiche 2 : Sonder les convives

Une enquête de satisfaction n'est pas un exercice banal et les réponses sont porteuses d'un enjeu stratégique.

Pourquoi ?

On a beau tenter tous les efforts du monde, **on ne sera jamais plus efficace qu'en interrogeant les personnes concernées.** Il s'agit d'avoir des avis précis sur l'offre alimentaire. Quels plats apprécient les étudiants et souhaiteraient- ils les manger plus souvent ? Quels plats n'apprécient-ils pas et pourquoi ? Souhaiteraient-ils trouver des repas végétariens ? Sont t-ils sensibles à la notion de localité et de saisonnalité ? Quelle importance accordent t-ils à la viande ?

Comment ?

Il existe plusieurs façons de mener une enquête : vous pouvez diffuser le questionnaire à l'aide des boîtes mails des étudiants (sous réserve de l'accord de la CNIL), vous pouvez également les soumettre dans la file d'attente du restaurant ou encore à table lorsque les étudiantsdéjeunent. Quoi qu'il en soit, plus il sera court, plus vous aurez de réponses ! **Pour ce faire :**

- **ÉTABLISSEZ UNE LISTE D'OBJECTIFS :** Que souhaitez-vous savoir ? Les questions que vous posez aux étudiants peuvent être les suivantes :

- *Quelles sont vos attentes en venant manger au RU ?*
- *Appréciez-vous les repas et pourquoi ?*
- *Allez-vous manger ailleurs et pourquoi ?*
- *Quelles améliorations souhaiteriez-vous voir au RU ?*
- *Seriez-vous favorable à ce que les pratiques de votre restaurant universitaire évoluent ?*
- *Souhaiteriez-vous par exemple avoir accès à un choix de produits issus de l'agriculture biologique ou locale, ou l'élaboration de plats végétariens ?*
- *Avez-vous des propositions ?*

■ **RÉDIGER LE QUESTIONNAIRE.** Votre questionnaire peut avoir plusieurs objectifs : **connaître** (les attentes, les besoins, les préférences, les motifs d'insatisfaction des convives), **mesurer** (l'évolution de la satisfaction dans le temps) **et solliciter** (des idées, des points d'amélioration). En rédigeant les questions, il faut se demander à chaque fois « qu'est-il/elle susceptible de répondre ? Cette formulation va-t-elle me permettre d'envisager des pistes concrètes ? ». Notez aussi que les questions fermées ou à choix multiples seront plus faciles à traiter que les questions ouvertes (ex : « quels plats préférez-vous ? »). Le questionnaire peut aussi être à choix multiples, n'oubliez pas la case « autre ».

■ **TROUVER DES PERSONNES POUR VOUS AIDER** à interroger les étudiants (sauf si vous choisissez de diffuser le questionnaire par mail) :

- Faire appel au chargé de mission développement durable de l'établissement où setrouve votre restaurant ;
- Mettre une annonce dans votre RU pour trouver des étudiants bénévoles ;
- Faire appel à une association étudiante ;
- Passer par des enseignants d'économie ou de statistiques.

■ **CHOISIR UN MOMENT PROPICE :** trouver un intermédiaire entre la fréquentation des mois de septembre et de juin.

■ **SOUMETTRE LE QUESTIONNAIRE.** Vous pouvez imprimer les questionnaires. Cependant, le traitement des données sera bien plus long et l'impression de centaines de feuilles de papier est peu recommandée. **Préférez plutôt imprimer un questionnaire et noter les réponses sur une feuille** que vous analyserez plus tard pour gagner du temps pendant le sondage.

■ **ANALYSER LES RÉSULTATS.** Vous pouvez utiliser un outil informatique spécialisé, vous aurez seulement à interpréter les chiffres car les calculs et analyses se font automatiquement.
Si vous avez choisi l'option papier, l'utilisation d'Excel sera nécessaire pour entrer toutes les données et calculer les résultats. Vous pourrez faire apparaître les réponses sous formes d'histogrammes ou de graphiques, plus lisibles pour la communication.

COMMUNIQUER SUR LES RÉSULTATS

Vous pouvez afficher les résultats, par exemple sous forme de graphiques, dans la salle de votre restaurant et dans les cuisines et les bureaux ;

- Y ajouter éventuellement une petite note en présentant le ou les points sur le(s)quel(s)l'équipe de cuisine va porter vos efforts ;
- Passer rapidement à l'action afin de répondre aux attentes des personnes qui auront répondu au questionnaire. Cette enquête ne doit pas devenir un espoir déçu. Les étudiants seront probablement impressionnés d'observer les nouveautés dans leur menu !

PRÉLIMINAIRES AU PROJET

Réaliser une veille sur les initiatives des autres campus

Renseignez-vous sur **les démarches existantes** sur d'autres campus portées par des étudiants ou des associations, qu'elles soient ponctuelles ou régulières. D'une part, cela pourra vous donner des idées ; et d'autre part, cela vous aidera à les développer.

Vous pourrez ensuite **échanger sur les retours d'expériences.** Les autres étudiants pourront vous conseiller, vous proposer des pistes de solutions en fonction de leur vécu.

Les initiatives étudiantes en termes d'alimentation responsable fleurissent sur tous les campus *(exemples d'initiatives étudiantes page 26)*

Rapprochez-vous des réseaux d'associations en développement durable comme le **GRAPPE** ou le **REFEDD**, ils pourront vous accompagner dans ces projets.

Séance de créativité

Réfléchissez à ce que vous voulez mettre en place dans le restaurant. Posez-vous ces questions : « pour moi, que veut dire responsable ? Quelle est pour moi la notion la plus importante à intégrer ? Ne vaut t-il mieux pas privilégier le local au bio ?... »

Ne soyez pas trop pressés, la révolution n'est pas pour demain ! **Commencez par des choses qui vous paraissent simples, la démarche doit être progressive.**

Si vous vous rendez compte en cours de route que certaines de vos idées de base ne sont pas réalisables, essayez d'y trouver des alternatives. Si un repas bio par semaine vous parait finalement peu envisageable, peut être est t-il possible d'introduire un ou deux aliments bios par repas de manière progressive ?

Gardez en tête un objectif : avoir un maximum d'idée d'actions à mettre en place
(Exemples d'idées en annexes n°4)

Etude de faisabilité

Une fois vos idées fixées, il s'agit maintenant d'étudier leur faisabilité. **Les résultats des sondages auprès de convives vous aideront.** Vous devez être capable de qualifier l'offre existante, d'étudier les coûts de mise en place de chaque action.
Identifier l'efficience et l'intérêt de chaque action au regard du projet global.

Prioriser

Une fois le diagnostic réalisé et les différents acteurs rencontrés, vous avez un certain nombre d'idées et d'actions à mettre en place. A ce stade il est néces-

saire de prendre le temps de hiérarchiser ces actions afin de déterminer lesquelles sont prioritaires. On a bien souvent l'envie de se lancer dans une multitude d'actions en même temps. Cependant, afin de maximiser les chances de succès de vos projets, **il est fortement conseillé de se concentrer, dans un premier temps, sur un nombre réduit de réalisations efficaces et faciles à mettre en œuvre.**

Pour réaliser ce travail, il existe plusieurs méthodes. Nous vous présentons ci-dessous celle dite de la « matrice d'aide à la décision ».

- Commencez par lister les **différentes actions** à hiérarchiser.
- Ensuite définissez **un certain nombre de critères** (de 3 à 5 en général) sur lesquels vous souhaitez baser vos décisions ainsi qu'une pondération indiquant l'importance du critère : par exemple le coût financier, l'efficacité, la facilité de mise en œuvre, l'impact vis-à-vis du public, l'impact en terme d'émission de gaz à effet de serre (C02) etc…
- Puis, pour chaque action vous mettez **une note de 1 à 10** par critère
- Vous réalisez la moyenne des notes et vous obtenez une liste priorisée !

Voici un exemple à titre purement indicatif :

Dans cet exemple, nous voyons que si le coût et la facilité de mise en œuvre sont les critères les plus importants pour nous (pondération de 5), les actions à étudier en premier seraient la limitation du nombre de tranches de pain (8.93), la mise en place de repas sans viande (7,57) et l'utilisation de produits de saison (6,36). Bien sûr les résultats dépendent des critères choisis et de la pondération qu'on leur donne. Il faut donc prendre le temps de bien identifier des critères pertinents, notamment en consultant différents acteurs du campus ou en s'informant sur les critères de réussites des démarches déjà initiées. Cette méthode permet de rationaliser les choix et ainsi à faciliter le consensus entre les acteurs.

-> VOIR TABLEAU EXEMPLE PAGE SUIVANTE

Consolider ses idées

Analysez en détail les idées que vous avez sélectionnées et réalisez un solide argumentaire pour chacune d'entre elles en précisant bien leurs impacts sanitaires, environnementaux, économiques, le changement de comportement…

Réalisez un macro-planning avec vos objectifs généraux, les dates clés, les résultats à atteindre.

0 : le moins favorable sur ce critère 10 : le plus favorable sur ce critère	COÛT	CONFORT POUR LES CONVIVES	FACILITÉ DE MISE EN ŒUVRE	IMPACT CO2	TOTAL
PONDÉRATION	5	1	5	3	
PRODUIT LOCAUX UNIQUEMENT	3	5	1	8	3,50
1 REPAS SANS VIANDE PAR SEMAINE	9	3	8	6	7,57
PRODUIT DE SAISON UNIQUEMENT	6	5	6	8	6,36
1 PLAT BIO PAR SEMAINE	5	9	6	5	5,64
LIMITER À 1 TRANCHE DE PAIN PAR PERSONNE	10	1	10	8	8,93
NE PLUS UTILISER DE PRODUITS SURGELÉS	4	10	2	8	4,57

CONCERTER LES ACTEURS

Identifier les parties prenantes

Il est crucial d'identifier les différentes **parties prenantes** sur votre campus (enseignants, associations étudiantes, directeur, doyen, service de médecin préventive…) en vous posant ces questions « Qui est susceptible de m'aider ? De faire avancer mon projet plus rapidement ? De quelle façon puis-je les intégrer au projet ? Que peuvent t-ils m'apporter ?

Après avoir trouvé le bon service, i**dentifiez les meilleurs interlocuteurs** et prenez rendez-vous afin de leur expliquer votre démarche.

Identifier les initiatives

Ces rendez-vous vous permettront de savoir s'il existe déjà d'autres projets similaires, auquel cas vous pourrez vous y inclure ou l'intégrer au sein du vôtre. Vous aurez peut-être vent de projets similaires qui n'ont pu voir le jour précédemment. A vous d'analyser ces projets : « pourquoi cela n'a-t-il pas marché ? Ce projet pourrait t-il marcher aujourd'hui ? Quelle parade aurait-on pu y trouver ? »

Rencontrer ces acteurs

Une fois les rendez-vous pris, **il est nécessaire de préparer les réunions.** Préparez un dossier de présentation du projet dont vous laisserez un exemplaire à chaque interlocuteur.

Présentez le projet **en fonction de l'acteur concerné** en vous appuyant sur des éléments concrets, comme l'étude sur le gaspillage alimentaire que vous aurez réalisée précédemment, le sondage effectué auprès des convives et des chiffres. Pouvoir présenter des chiffres et des économies potentielles vous donnera une certaine crédibilité.

Afin de défendre votre projet, **veillez à développer un argumentaire solide** qui vous permettra d'anticiper la plupart des questions.

Vous pouvez exposer l'avis de l'équipe de cuisine.

Comprendre les intérêts de chacun

Tout projet mené nécessite d'être en interaction avec un ensemble d'acteurs qui ont tous des objectifs et des impératifs différents. Il s'agit donc d'arriver à composer avec ceux-ci pour permettre la concrétisation de son projet.

Une première phase consiste à identifier les freins au changement auxquels vous devrez faire face. Ils sont de différentes natures et se traitent de différentes manières.

Freins individuels (individu) : absence de convictions environnementales, manque de temps…

Freins collectifs (équipe, campus…) : manque de moyens, manque de personne « levier » et fédératrice…

Freins liés au sujet : manière différente de concevoir le projet et l'écologie en général, politique non prioritaire sur l'établissement…

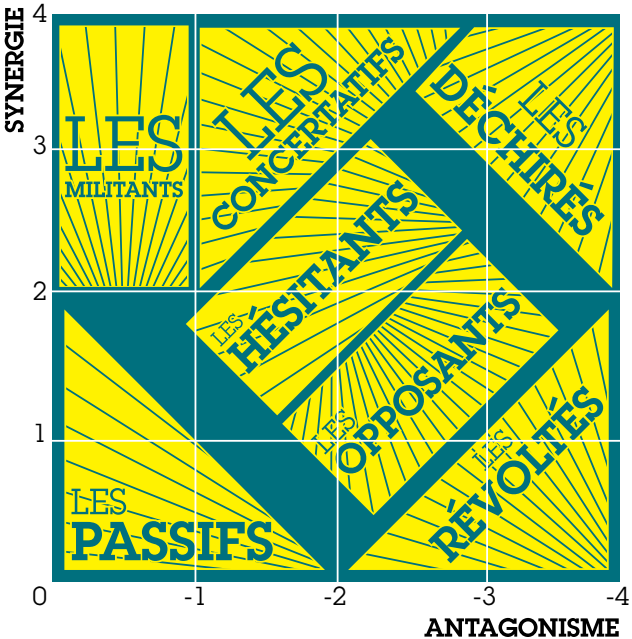
Des travaux menés par J.-C. Fauvet dans les années 70 cadrent une approche pour donner des clés de réussite pour s'en sortir avec les antagonismes et les synergies. Les « alliances » naissent et perdurent d'un juste équilibre d'intérêts mutuels, de la qualité du dialogue, des engagements tenus et du respect des acteurs[23].

La première étape consiste à évaluer séparément **synergie et antagonisme** pour chacun des acteurs et à les placer sur un graphique.

La synergie est la motivation d'un acteur pour certains aspects du projet et a contrario l'antagonisme est l'opposition à d'autres aspects du projet.

On observe alors que **chaque acteur appartient à une catégorie** qui permet d'orienter notre approche et notre discours en fonction de la personne considérée. L'objectif est alors de renforcer son nombre d'alliés en s'appuyant sur ceux existants (parties prenantes au dessus de la diagonale) pour convaincre les acteurs qui se trouvent sur la diagonale (hésitants et passifs) en essayant de ne pas trop investir de temps à convaincre les opposants dans un premier temps.

23 « La stratégie des alliés » de Jean - Christophe Fauvet



Voici quelques recommandations à suivre en fonction de la catégorie d'acteur[24] :

- **LES MILITANTS :** ils soutiennent de manière presque inconditionnelle le projet et seront ainsi peu enclins aux compromis. Ils peuvent aussi avoir du mal à défendre le projet.

Il est important de les impliquer et de prendre soin d'eux sans céder à leur intransigeance. Idéalement, vous pouvez augmenter un peu leur antagonisme et ainsi développer leur sens critique et donc leurs capacités à défendre le projet.

- **LES CONCERTATIFS :** aussi appelés « triangle d'or ». Ils sont les alliés idéaux car ils sont suffisamment motivés mais aussi critiques, ce qui permet d'aider à la construction du projet.

Il faut être à leur écoute, prendre en compte leurs remarques et appuyer leur sens de l'initiative.

- **LES PASSIFS :** ils ne se sentent pas réellement concernés par le projet et seront peu enclins à participer ou à avoir une opinion sur l'initiative menée.

24 Inspiré de la Carte sociodynamique de Jean - Christophe Fauvet

Il est conseillé de privilégier le contact de proximité et de les sensibiliser par du « concret » et du « pratique » (comme les inviter à faire un tour aux pesées de gaspillage alimentaire par exemple). Les informer et prendre le temps d'écouter leurs problèmes permettra de recentrer vos objectifs autour d'intérêts communs.

- **LES HÉSITANTS :** ils ne sont ni pour ni contre le projet et sont prêts à agir.

Prendre en compte leur avis, les informer et les consulter pour comprendre leurs attentes et réticences permettra de les faire évoluer vers un statut d'allié.

- **LES OPPOSANTS, RÉVOLTÉS ET DÉCHIRÉS :** globalement contre le projet de façon plus ou moins forte.

Il faut alors s'appuyer sur ses alliés pour les convaincre ou redécouper ses objectifs pour trouver des terrains d'entente.

Tout au long de ce travail, il faudra continuellement veiller aux changements de position intervenant suite aux actions que l'on mène, ou bien suite à celles menées par les opposants au projet, et adapter son approche en conséquence.

MONTER LE PROJET

Confrontation à la réalité

Lors d'un second entretien, vous pouvez présenter votre proposition de projet au RU en faisant attention de ne pas vous précipiter. Enoncez les trois idées qui seront ressorties en premier dans le tableau de priorités.

Acceptez la critique des gestionnaires et comprenez leurs objections, leurs freins et la réalité. Les critiques peuvent être bénéfiques, apprenez à retravailler et préciser votre projet en faisant des concessions.

Appuyez-vous sur vos **alliés** pour convaincre les autres (faites des réunions multi-acteurs…).

Surtout gardez votre pêche et ne vous découragez surtout pas, même une simple petite action ponctuelle a ses répercussions !

Réunion collective de consensus

Il s'agit ensuite de **réunir l'ensemble des acteurs** pour valider le cadre du projet et d'élaborer un consensus en tenant compte des objectifs de chacun.

Désignez des personnes « **pilotes** » qui faciliteront la communication de manière transverse puis entérinez le projet avec la préparation d'une charte. **La charte d'engagement,** signée par chaque partie prenante, permet de mettre en confiance et de donner de la valeur au projet. Chacun doit se sentir investi et responsable.

MISE EN ŒUVRE DE LA DÉMARCHE

Lancement

Préparez une réunion de lancement où se rencontreront les différents acteurs et où vous présenterez le projet. La réunion peut être suivie d'un apéritif (responsable) plus convivial et moins formel.

La charte d'engagement peut être formellement signée à ce moment là.

Sensibiliser et former

La sensibilisation du personnel est primordiale. Présentez-leur la démarche, les enjeux, les nouveaux gestes à adopter. En effet, **ce projet responsable demande une importante réorganisation du restaurant,** que ce soit dans la gestion de l'approvisionnement, du temps de travail, du personnel, du matériel…

Il existe des formations pour le personnel : CNFPT (Centre National de la Fonction Publique Territoriale), l'IFORE (Institut de Formation de l'Environnement)…

Vous pouvez aussi leur présenter le guide à destination des gestionnaires du REFEDD ou le guide de la restauration collective responsable de la Fondation Nicolas Hulot.

Ainsi, en acquérant de nouvelles connaissances, de nouvelles compétences, chaque membre du personnel va se trouver valorisé. La cohésion des acteurs autour de ce projet commun n'en sera que plus forte.

N'oubliez pas de sensibiliser aussi les convives avec des animations ludiques dans le RU. Vous pouvez monter un petit stand de jeux sur les aliments de saison, blind test… Faire goûter, faire jouer les convives permet de sensibiliser sans culpabiliser. Vous pouvez aussi organiser des projections de films, des débats ou des conférences sur les impacts de la viande par exemple… suivi d'un apéritif plus informel. Cela facilite les rencontres, les échanges et attire les foules.

Mettre en place le suivi

Il est important de définir un planning détaillé du projet. Définissez des indicateurs pour chaque objectif afin d'évaluer la progression du projet (tableau en exemple). Mesurez les réalisations par rapport à votre planning et vos objectifs, cela vous permettra de prendre du recul sur ces réalisations et d'orienter vos futures décisions.

Exemple :

ACTIONS MISES EN PLACE	OBJECTIFS	INDICATEURS
ETUDE SUR LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE	Sensibiliser les convives	Nombre d'animations proposées
	Sonder les convives sur la qualité du RU	Nombre de réponses au sondage obtenues
	Réduction du gaspillage alimentaire	Poids des restes alimentaires Qualité des réponses au sondage des convives
INTÉGRATION DE PRODUITS FRAIS	Améliorer le goût des plats	Fluctuation de la fréquentation du restaurant
		Qualité des réponses au sondage des convives
	Réduire les ajouts de sel	Nombre de sachets de sel pris en salle Poids de l'utilisation de sel en cuisine
	Valoriser le personnel de cuisine	Nombre de formations réalisées
DIMINUTION DE L'APPORT CARNÉ	Exclusion d'une viande sur 2 par repas	Fluctuation de la fréquentation du restaurant
	Intégrer un plat végétarien	Nombre de plats végétariens servis
		Qualité des réponses au sondage des convives
INTÉGRATION DE PRODUITS BIOS LOCAUX	Intégration d'un dessert bio par repas	Nombre de desserts bios distribués
		Fluctuation de la fréquentation du restaurant
		Qualité des réponses au sondage des convives

Préparer un plan de secours

Identifiez à l'avance les **alternatives** aux risques et aux obstacles que vous rencontrerez éventuellement, cela vous permettra de ne jamais être pris au dépourvu et d'éviter de vous décourager au moindre problème.

Communiquer

Pour informer la communauté et maintenir son intérêt dans le projet, il est primordial de communiquer en interne.

Par exemple après une action sur le gaspillage alimentaire vous pouvez communiquer les **résultats** des pesées et des sondages dans le restaurant. Indiquez les **plats végétariens** ou ingrédients frais par des petites étiquettes sur les présentoirs, le mode de production et la provenance des produits. Signalez lorsque les plats sont faits maison et pourquoi pas la recette du plat. Vous pouvez **afficher des informations** sur la réduction de viande, le gaspillage alimentaire…

Vous pouvez aussi **tenir un stand d'information** dans le restaurant. Proposez des petites animations, comme un blind test de fruits et légumes, une dégustation d'un petit verre de soupe de saison… Profitez-en pour parler de votre projet. Les étudiants avaient-t-ils remarqué ? Qu'en pensent t-ils ? Cela change t-il quelque chose pour eux ? Cela peut vous conforter et vous motiver à continuer le projet.

Communiquer permet de valoriser le travail de chaque partie et d'impliquer de nouvelles forces vives. Vous pouvez contacter le service communication de votre université pour mutualiser vos forces.

N'oubliez pas le service de communication du **CROUS** qui pourra peut-être vous aider à créer des affiches, diffuser vos actions et vos résultats dans le restaurant.

Préparer un plan de communication

Préparez un plan de communication. Quelles informations veut-on faire passer ? A qui ?

Créez un communiqué de presse. Il va servir à crédibiliser vos actions. Attention, trop d'infos tuent l'info. Il faut une accroche percutante, par exemple « le RU de l'IUT Descartes se met au vert ! ». Répondez aux questions « qui, que, quoi, comment, quand ? ». N'oubliez pas d'illustrer avec des photos, des mini-interviews… Constituez-vous une mailing liste de contacts presse, pensez à bien cibler : médias locaux, étudiants, développement durable, médias culinaires…
(exemples de communications en annexe n°5)

Exemples :
- Médias étudiants : l'Etudiant, Aujourd'hui Paris Etudiant, Radio Campus…
- Développement durable : site du REFEDD, site du GRAPPE, France Nature Environnement (la lettre du hérisson), Actu-environnement, le blog « Même pas mal ! » du Monde, blogs de développement durable…
- Restauration : Cuisine collective…

N'oubliez pas le service de communication du CROUS qui pourra communiquer auprès des autres restaurants, gestionnaires et étudiants.

N'oubliez pas de suivre au quotidien les indicateurs, notez les points d'avancement et les éventuels obstacles. Communiquez souvent…

Faire le bilan

Il est indispensable de faire un bilan trimestriel de la démarche. Cela vous sera utile pour communiquer auprès des convives, de l'administration. Pensez aussi à ceux qui voudront reprendre votre projet l'année suivante.

En interne, réunissez-vous. **Quels sont les points forts et les points faibles du projet ? Les réussites et les échecs ?** Si c'était à refaire, que faudrait-il changer ? Référez-vous à votre tableau d'indicateurs, les objectifs ont-ils tous été réalisés ? Quels problèmes auraient pu être évités et comment ?
Sondez les différentes parties prenantes. Qu'est-ce que le projet leur a apporté ? Leurs attentes ont t-elles été prises en compte ? Testez leur motivation à continuer le projet.

DÉMARCHE D'AMÉLIORATION CONTINUE

Redonner un souffle

Une fois le projet réalisé, il ne faut pas s'en contenter. Il faut toujours chercher à faire plus et mieux. Ce que vous aurez pu réaliser ne sera pas forcément à la hauteur de vos espérances mais ne baissez pas les bras.

Vous aurez sans doute déjà gagné la confiance de l'équipe de cuisine et de l'administration, et vous aurez peut être moins de freins à l'amélioration de vos projets. Si vous êtes partis sur l'intégration d'un plat bio un jour/semaine, que les convives sont satisfaits et que l'équipe de travail est motivée, pourquoi ne pas essayer d'y ajouter l'intégration d'un dessert bio un jour/semaine ?

Si vous êtes partis sur l'intégration d'un plat végétarien un jour/semaine, pourquoi ne pas essayer de supprimer une viande, sur les 3 proposées, tous les jours de la semaine ?

Voici des retours d'expérience qui finiront de vous motiver :

RETOURS D'EXPÉRIENCES

Initiatives étudiantes sur les campus

Repas sobres en carbone : Campus Vert, AFGES (association fédérative générale des étudiants de Strasbourg) et Objectif Climat-Strasbourg

- Restaurant universitaire La Gallia le 8 juin 2011, le 18 avril 2012,
- RU Paul Appel le 4 mars
- Repas sobres en carbone au RU, avec des produits locaux, au prix d'un repas étudiant.

Ex : Au menu :
- Salade d'endives aux noix
- Omelette à l'italienne, nouilles fines
  ou- Cervelas obernois, chou vert à l'étuvée, gratin dauphinois
- Tarte aux fruits ou Ile flottante

Alexandre Schohn de l'AFGES

« Le projet a émergé dans l'optique d'**une sensibilisation aux produits régionaux et de saison**. Nous voulions aussi apprendre aux étudiants les bases d'une alimentation équilibrée. Nous avons rencontré quelques obstacles. Pour sensibiliser les étudiants, il fallait aussi **sensibiliser les cuisiniers** sur l'importance de faire un repas équilibré sans frites ou pizzas par exemple. Après de nombreuses discussions, nous avons pu nous mettre d'accord sur les plats proposés pour le projet.

Nous avons **sondé les étudiants par voie écrite** via des questionnaires. L'objectif du projet a été atteint, les étudiants ont commencé à se poser des questions lors du repas, grâce au questionnaire et à la présence d'un cube informant sur l'empreinte carbone des aliments. A la sortie, un stand les attendait pour répondre à leurs questions.

Le point positif que je retiendrais, c'est le **partenariat** entre trois associations et un début de sensibilisation sur une thématique encore peu abordée dans l'actualité.

Le point négatif que je retiendrais, si c'était à refaire, nous n'avons pas assez développé l'aspect économique en expliquant que consommer local coûte moins cher, avec chiffres à l'appui »

Repas de saison : GRINSEEC-Paris

Nina Bourrotte présidente de GRINSEEC

« Le repas automnal a eu lieu en Novembre 2011, au sein de l'INSEEC PARIS. Il avait pour but de sensibiliser les élèves aux aliments issus de l'agriculture biologique, équitable ou locale. Mais plus encore, il s'agissait aussi de montrer que de tels produits étaient accessibles pour un prix relativement abordable (5€).

Nous avons décidé de nous mettre en **partenariat** avec l'association **MIAM** qui est responsable de tout ce qui est alimentation au sein de l'école. Nous voulions travailler avec eux car c'était la première fois que Grinseec organisait un tel évènement et bien évidemment il nous fallait leurs conseils et leur savoir faire.

Nous avons du choisir **le menu, son prix, sa composition et le thème du repas.** Nous avons trouvé un partenaire pour nous fournir des boissons biologiques.

Nous nous sommes également chargés de trouver les **conteneurs** pour servir le repas. La responsable en communication de notre association s'est chargée de **faire l'affiche et toute la communication sur l'évènement.**

Enfin, le JOUR J, tout le monde s'est relayé pour s'occuper du service..

Par ailleurs, nous n'avons pas rencontré d'obstacles majeurs et nous n'avons pas eu à gérer de «concurrence» avec le RU, car il était fermé ce jour là ! L'avantage c'est que MIAM, chaque année, fixe à l'avance avec l'administration des dates, auxquelles ils organisent des repas. Celle du 15 Novembre en faisait parti. C'est pour cela aussi que nous étions en partenariat avec eux !

Ce repas a rencontré un franc succès notamment concernant la soupe, qui a été appréciée par l'ensemble des élèves et qui en ont même redemandé! Nous avons même réussi à faire des **bénéfices** que nous avons répartis entre les deux associations ».

Institut Polytechnique La Salle - Beauvais

Maxime Agnès, chargé de mission Développement Durable Institut polytechnique La Salle - Beauvais, aidé par des étudiants

MARCHÉ DE PRODUCTEURS LOCAUX : Nous avons réalisé un premier marché de producteurs locaux. Cette opération a été un véritable succès, si bien qu'elle s'est renouvelée cette année lors de la semaine nationale du DD lors de notre journée des **Locavores**. Le projet a été mené par les étudiants de notre filière « **Alimentation & Santé** »

JOURNÉE DES LOCAVORES : Marché de 10 producteurs locaux, repas de saison et local au CROUS, vente de smoothies avec fruits locaux, pesée des déchets, animations par la chambre d'agriculture

de Picardie. Ce sont les étudiants de l'association **ALIBABAA** qui ont impulsé la démarche avec les étudiants du parcours « Alimentation & Santé

« Toutes ces opérations ont été un succès et nous ont conduits, le CROUS et LaSalle Beauvais, à continuer dans cette démarche »

Laurène De Wever, étudiante en 4ème année Alimentation et santé à l'institut La salle - Beauvais et qui est l'une des organisatrices de ces 2 évènements :

« Avec mon groupe, nous nous sommes chargés de mettre en place " la journée locavore" avec l'aide de l'association ALIBABAA et de Maxime Agnés, le chargé développement durable de l'école.

Les étudiants d'**ALIBABAA** s'étaient occupés du regroupement des producteurs locaux, de la mise en place du marché et de la communication auprès des étudiants et des salariés.

Notre objectif principal était de sensibiliser les étudiants et salariés au « **Locavorisme** », mouvement qui encourage les consommateurs à manger des produits de proximité et de saison.

Afin de faire connaître au mieux ce mouvement auprès du public de l'établissement, nous avons procédé à plusieurs animations :

Proposition de **smoothies** au CROUS pendant le déjeuner, préparés essentiellement à base de produits locaux ;

Animation d'un stand dans l'agora avec des messages de sensibilisation, quelques jeux ludiques et la distribution de dépliants.

Concernant le déroulement de la journée, tout s'est très bien passé, c'est le chargé développement durable qui s'est mis en relation avec l'administration.

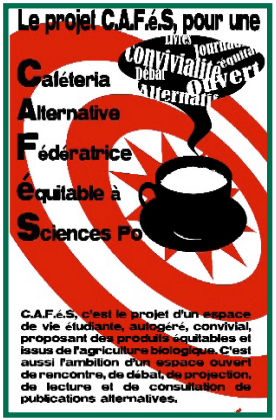
Nos objectifs futurs sont donc de **renouveler le marché** en cinquième année et plus particulièrement de travailler en relation avec le CROUS en essayant d'intégrer des produits locaux lors des repas.

Cette journée fut un succès, les étudiants étaient heureux d'avoir accès à ce marché et de pouvoir bénéficier de **produits locaux** au sein même de l'institut et, quant aux producteurs, ils étaient ravis de leur journée et beaucoup d'entre eux sont repartis avec moitié moins de marchandises. De plus, notre stand dans l'agora a intéressé beaucoup de personnes qui se sont prêtées au jeu.

J'ai était heureuse de voir que beaucoup d'étudiants présents recherchent **une alimentation saine, de proximité tout en étant respectueuse de l'environnement.**"

D'autres initiatives

Cafet éco responsable: P.A.V.é.S Science po-Paris



« C.A.F.é.S » (En projet) C.A.F.é.S a pour but d'être plus qu'un simple lieu de consommation :

- Un lieu éthique et engagé : engagement en faveur du développement durable grâce à la vente à des tarifs abordables pour tous ;
- Des produits issus principalement de l'agriculture biologique et du commerce équitable ;
- Une plateforme d'échanges et de réflexion : débats et conférences, livres et journaux internationaux alternatifs ;
- Un lieu de convivialité et d'échanges.

Contact : paves.asso@gmail.com

Paniers solidaires : Campus Vert-Strasbourg

Les paniers Universi'terre

Les Paniers Universi'Terre proviennent des Jardins de la Montagne Verte, un chantier d'insertion professionnelle par le maraîchage biologique. Chaque semaine les étudiants abonnés reçoivent quelques kilos de fruits et légumes frais divers, de saison, biologiques et abordables. Plus de 80 paniers sont distribués aux étudiants et au personnel de l'université dans la bonne humeur et parfois la curiosité, dans le local de l'association.

Contact : campusvertstrasbourg@gmail.com

AGORAé : GAELIS - Lyon

L'AGORAé s'inscrit dans un projet national de la FAGE (Fédération des Associations Générales Etudiantes). C'est un lieu de vie et d'échanges à destination de tous les étudiants. Ici, on crée du lien social ! (Actions de prévention sur les bonnes habitudes alimentaires ou sensibilisation à la consommation responsable, organisation d'activités culturelles, etc…). L'AGORAé

c'est aussi l'accès à une épicerie solidaire qui propose (après acceptation d'un dossier) une offre de produits variés et de qualité, moyennant une faible participation financière : autour de 20% du prix usuel. Le principe ne répond pas à une forme d'assistanat mais à une offre alimentaire participative, qui concourt à l'autonomie et à l'insertion durable.

Contact : contact@gaelis.fr

Composteur et potager sur le campus : Sciences po Environnement-Poitiers

Sciences Po environnement s'est engagé dans l'installation d'un composteur au sein du campus de Sciences Po à Poitiers. L'objectif de ce projet est la sensibilisation du campus aux enjeux environnementaux, tant à l'échelle globale que locale.

Contact : michelle.andrade@sciences-po.org

Concours de cuisine : DREAM-Paris

« On met le couvert ! »

Chaque mois, 2 candidats cuisiniers et 10 jurys sont choisis. Les cuisiniers ne se connaissent pas et doivent réaliser le dîner le plus créatif, le plus gustatif, et le plus convivial du mois avec des produits issus du commerce équitable, bios et locaux.

Contact : contact@dream-asso.org

Projet « Manger saisonnier » : Sciences Po-Poitiers

Le «légume du mois», dans le cadre du projet « Manger saisonnier » promeut la consommation saisonnière et la production agricole locale au travers d'affiches créative accrochées dans le hall de Sciences Po. Les affiches sont accompagnées de recettes faciles à réaliser et détachables afin d'encourager la découverte de ces aliments, les légumes proposés étant un peu moins courants que d'ordinaire. Ce projet a été reçu de façon positive par les étudiants qui ont fait de nombreuses remarques sur l'utilité et l'originalité des recettes proposées.

Contact : thomas.defaye@sciences-po.fr

EN RESUME

Vous avez désormais toutes les clés en main pour réaliser de beaux projets dans vos RU et sur vos campus. Reste à réunir une équipe en béton et trouver une équipe de cuisine motivée, soudée, ouverte et sympathique.

Vous ne pourrez certes pas faire la révolution mais vous pourrez impulser un déclic. C'est possible, il suffit d'un peu de motivation et d'organisation des deux côtés, mais attention, n'oubliez pas, la patience sera votre alliée !

De manière personnelle, interrogez-vous sur la provenance de ce que vous avalez. Réapprenez le goût et le plaisir de cuisiner. Privilégiez la qualité à la quantité, les circuits courts…

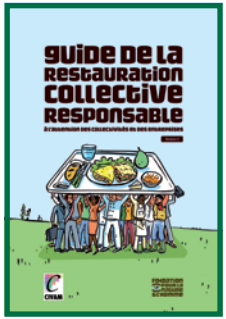
Et surtout, parlez-en à votre entourage.

Vous pouvez compléter les informations de ce guide avec celles d'autres guides :

Le Guide de mise en œuvre du Label Restaurant Durable© de Campus Responsable

Le label Restaurant durable a pour objectif d'inciter les acteurs de la restauration collective à adopter une démarche responsable en prenant en compte tous les enjeux du développement durable dans la gestion de leurs activités.

Il utilise un barème de points attribués en fonction des critères auxquels le restaurant évalué se conforme. Le restaurant engagé dans la démarche Restaurant durable© devra atteindre un niveau minimum de points chaque année, sans quoi il ne pourra prétendre obtenir la labellisation. Le campus peut choisir les critères qu'il souhaite privilégier pour l'obtention de ces points. Si le seuil des 500 points est dépassé, le restaurant pourra prétendre à l'obtention d'une mention Bronze, Argent, ou Or.



Ce guide aide à comprendre la mise en œuvre du label.

Le Guide de la restauration collective responsable de la Fondation pour la nature et l'homme

Ce guide a pour objectif de proposer aux collectivités territoriales et aux entreprises une vision globale de la mise en place d'un projet de restauration collective responsable.

Composé de 12 fiches thématiques, le guide « Pour une restauration collective et responsable » est un outil pratique. À travers cet outil, vous découvrirez des pistes et des contacts pour accompagner les élus et les entreprises dans la recherche d'informations détaillées.

Des menus responsables dans votre restaurant universitaire du REFEDD

Ce guide est basé sur les retours d'expériences eréalisées dans des RU pilotes, et il est composé de témoignages de gestionnaires ayant changé leur mode de fonctionnement pour une alimentation plus responsable**.**

Il est destiné aux gestionnaires de RU afin de les sensibiliser, de les conforter dans leurs convictions et de les inciter à faire de même. Il apporte des informations et des conseils sur la mise en place de produits locaux, de saison, frais, issus de l'agriculture biologique ainsi que des repas moins carnés.

Manger autrement à la cantine de l'Agence Régionale Pour l'Environnement de Midi-Pyrénées

Guide pratique pour mettre en place une alimentation de qualité à la cantine destiné aux services techniques compétents et aux responsables de restaurants collectifs.

"Favoriser une restauration collective de proximité et de qualité" de la DRAAF Rhône -Alpes

Ce guide s'adresse aux acteurs de la restauration collective. Il présente les conditions de réussite d'un projet de restauration de qualité et de proximité, les procédures de passation de marché les plus adaptées et des témoignages et exemples concrets, pour illustrer le fait qu'une restauration de qualité et de proximité est possible.

ALLER PLUS LOIN

ANNEXE 1 : ALLER PLUS LOIN

Manger plus durable

Les étudiants se mettent à table du GRAPPE

- http://public.reseaugrappe.org/

Mieux manger en 6 gestes

- http://anisetoile.org/

Alimentation moins carnée

La viande et la santé

- http://www.one-voice.fr/

La viande et l'environnement

- http://www.one-voice.fr
- http://www.viande.info/

Pourquoi faut-il réduire notre consommation de viande ?

- http://www.bioaddict.fr/

Recettes végétariennes

- www.cuisine-vegetarienne.com

des fiches sur les protéines végétales

- http://www.vegetarisme.fr/

Le gaspillage alimentaire :

Dossier thématique de France Nature Environnement

- http://www.fne.asso.fr/

Rapport sur les pertes et le gaspillage 2012 du ministère de l'agriculture

- http://alimentation.gouv.fr/

Les bons gestes anti –gaspillage

- http://alimentation.gouv.fr/

Cuisiner ses restes

- http://www.marmiton.org/recettes/selection_second_service.aspx

«Perfect portions»: savoir doser les quantités

- http://www.lovefoodhatewaste.com/perfect_portions

Des trucs sur la conservation et la cuisson des aliment

- http://www.1000-trucs-et-astuces.com/conservation-cuisson-aliment.php

Comment conserver les aliments

- http://agriculture.gouv.fr/comment-conserver-les-aliments-dlc

Le poisson

Mister good fish

- http://www.mrgoodfish.fr/

Et ta mer t'y penses ?

- http://www.greenpeace.org/

Films

Sur le gaspillage alimentaire

- *« Dive ! »*
  de Jérémy Seifert
- *« L'île aux fleurs »*
  de Jorge Furtado

Sur le bio et les pesticides

- *« Nos enfants nous accuseront »*
  de Jean Paul Jaud

Sur l'industrie de l'alimentation

- *« Alerte dans nos assiettes »*
  de Philippe Borel
- *« Solutions locales pour un désordre global »*
  de Coline Serrault

Sur la viande :

- ***« Global Steak »***
  d'Anthony Orliange

- ***« La république de la malbouffe »***
  de Jacques Goldstein

ANNEXE 2 : LES POISSONS

Ceux dont il faut favoriser à l'achat :

hareng merlan
maquereaux
huîtres rouget
barbet
crevettes d'Atlantique

Les poissons gravement menacés :

flétan merlu européen
cabillaud saumon
eglefin carrelet
sole bar raie
obèse lotte germon
thon rouge espadon
lieu/colin d'alaska

N'oubliez pas de choisir des poissons labellisés issus d'élevages qui respectent l'environnement (MSC, bio).

ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE SUR LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

I. PAIN

1. De manière générale, vous trouvez le pain proposé

Ⓐ Très bon
Ⓑ Bon
Ⓒ Moyen
Ⓓ Mauvais

2. De manière générale, vous trouvez le pain proposé

Ⓐ Trop petit
Ⓑ De la bonne taille
Ⓒ Un peu gros
Ⓓ Beaucoup trop gros

3. Vous arrive t-il de jeter le pain sans l'avoir fini ?

Ⓐ Jamais
Ⓑ Parfois
Ⓒ Souvent
Ⓓ Presque toujours

4. Pourquoi ?

Ⓐ Il est trop gros
Ⓑ Il est mauvais
Ⓒ Il est sec
● Autre : ……..

5. En général, ramenez-vous chez vous le pain non consommé ?

Ⓐ Jamais
Ⓑ Parfois
Ⓒ Souvent
Ⓓ Presque toujours

II. SEL, POIVRE, SUCRE

1) De manière générale, vous trouvez les plats

Ⓐ Très bien assaisonnés
Ⓑ Correctement assaisonnés
Ⓒ Mal assaisonnés

2. Si vous en prenez, pourquoi prenez-vous plusieurs sachets de sel, poivre, sucre ?

Ⓐ Les plats sont mal assaisonnés
Ⓑ C'est gratuit et en libre service
Ⓒ Pour fournir toute la table
● Autre : ……

3. Vous arrive t-il de jeter des sachets de sel, poivre, sucre non consommés ?

Ⓐ Jamais
Ⓑ Parfois
Ⓒ Souvent
Ⓓ Presque toujours

4. Pourquoi ?

Ⓐ Je n'ai pas pu goûter avant, je l'ai pris au cas où
Ⓑ Personne à ma table n'en n'a eu besoin
● Autre : ……

III. PLATS

1. Vous arrive t-il de laisser des restes dans votre assiette ?

Ⓐ Jamais
Ⓑ Parfois
Ⓒ Souvent
Ⓓ Presque toujours

2. Habituellement, vous jetez plutôt (plusieurs réponses possibles)

Ⓐ La viande
Ⓑ Les féculents
Ⓒ Les légumes
Ⓓ L'entrée
Ⓔ Le plat
Ⓕ Le dessert

3. Pourquoi ?

Ⓐ L'assiette est trop remplie
Ⓑ Par habitude
Ⓒ J'ai eu les yeux plus gros que le ventre
Ⓓ Je trouve cela mauvais
Ⓔ Je n'ai pas assez de temps pour manger
Ⓕ C'est souvent froid
Ⓖ Autre : ……

4. Est-ce que vous feriez plus attention au gaspillage si les repas étaient plus chers ?

Ⓐ Oui
Ⓑ Non

5.Avez-vous des conseils à suggérer pour gaspiller moins dans ce restaurant ?

ANNEXE 4 : FICHES ACTION/ EXEMPLES D'ACTIONS

Fiche 3 : Repas de saison

La démarche que nous encourageons ne fait pas la promotion d'une transformation des menus et de l'organisation en un clin d'oeil. **Il s'agit d'une dynamique vertueuse qui tend vers une offre toujours plus cohérente et bénéfique pour la santé, l'environnement et l'équilibre budgétaire.** Après le gaspillage alimentaire et le sondage des convives, voici d'autres actions sur l'intégration de produits de saison, locaux, bios et de repas sans viande.

Pourquoi ?

Beaucoup de convives ignorent à quelle saison pousse une carotte ou un navet puisqu'on peut trouver de tout, toute l'année dans les supermarchés, sur les marchés, ainsi… qu'au restaurant universitaire. **Et s'il y a bien un lieu approprié pour apprendre qu'un légume a une saison c'est certainement l'endroit où vous déjeunez pour la plupart chaque midi !**

Comment ?

Vous pouvez promouvoir ces repas de saison de manière ponctuelle comme à Noël avec le saumon et la bûche ou lors de repas à thème.

Vous pouvez également associer à cette initiative l'introduction de produits frais. Cela est parfaitement réalisable de manière ponctuelle et régulière dans un premier temps, par exemple une fois par semaine.

Voici une proposition d'étapes à suivre :

- Encourager l'équipe de cuisine à la préparation de légumes frais en **l'associant** à votre projet. Vous devez les encourager en vantant la qualité des produits, leur travail et l'amélioration des repas ;
- Avec le gestionnaire et le chef magasinier, demandez-vous **quels fruits et légumes de saison sont disponibles mais aussi quels produits choisir, en fonction du travail que leur préparation demande.** Evitez les épinards et les haricots verts par exemple…!

- Vous pouvez leur apporter des idées de recettes pour que les repas de saison ne soient pas uniquement associés aux lasagnes de légumes ou au gratin de potiron !
- **Informez les convives de vos efforts en valorisant le travail des cuisiniers.** En effet, sans information il est facile de passer à côté et le travail supplémentaire ne sera pas reconnu, ce qui n'est pas vecteur de motivation pour les équipes en cuisine ;

Remarques

- **Il faudra que l'équipe se réorganise.** Certains légumes peuvent être préparés la veille comme les carottes, les brocolis, les aubergines, les courgettes. Les fonctions et temps de travail de chaque membre de l'équipe peuvent aussi être réaménagés ;
- **Dans un premier temps, cela devra se faire de façon ponctuelle.** Par la suite vous pourrez augmenter la fréquence de ces repas quand le système sera rodé. Cela peut prendre plusieurs mois, voire une année. Mais ne prenez pas peur, les retours d'expérience sont très positifs autant chez les gestionnaires que chez les cuisiniers ;
- **Minimiser la prise de risque :** testez des recettes en fin d'année scolaire, pour préparer toute l'équipe et profiter des retours informels des convives, peu nombreux et plus zens ;

Fiche 4 : Repas sans viande ou végétarien

Préparer des repas sans viande implique d'avoir un bon nombre de recettes à disposition afin qu'ils ne soient pas associés qu'aux lasagnes végétariennes.

C'est un projet qui ne nécessite **pas de coûts en plus** et qui est donc privilégié par les gestionnaires. Cependant, il implique une certaine **réorganisation** et surtout **une communication efficace.** La question de la réduction de la viande est encore très tabou dans les mentalités, surtout chez les étudiants qui n'ont pas forcément les moyens d'en manger au quotidien.

L'enquête que vous aurez réalisée au préalable vous aura peut-être orienté sur ce point.

Pourquoi ?

- Parce que la viande coûte cher et que les effets d'une surconsommation peuvent être néfastes pour la santé ;
- Pour pallier les pressions énormes que représente notre consommation de viande sur l'environnement;
- Pour prendre position à l'heure où se pose la question « comment nourrir 9 milliards

d'humains en 2050 ? » et à l'heure du hamburger à base de cellules souches ;

- Pour afficher votre solidarité avec le milliard de personnes touché par la faim dans le monde ;
- Pour afficher votre engagement pour la protection de l'environnement et de la santé ;
- Pour satisfaire les étudiants. En effet beaucoup de gestionnaires ont des retours de végétariens satisfaits, même si nous ne demandons pas aux étudiants de passer ce cap. Se faire plaisir reste prioritaire !

Comment ?

- **DISCUTER AVEC LES CUISINIERS**, de manière informelle dans un premier temps, pour connaître leurs intérêts et leurs motivations ;
- **DISCUTER AVEC LE CHEF DE LA FAISABILITÉ** des recettes, de l'introduction de protéines végétales, de la charge de travail et du budget ;
- **PRENDRE LE TEMPS DE DISCUTER AVEC L'ÉQUIPE DE CUISINE.** En expliquant les raisons du changement aux membres de l'équipe, ils seront plus enclins à l'accepter ;
- **CHOISIR LA FRÉQUENCE DU REPAS SANS VIANDE OU VÉGÉTARIEN.** Une fois par semaine sur une chaîne de restauration semble un bon rythme de départ pour habituer les convives et l'équipe de cuisine. Vous pouvez vous poser la question de l'introduction imposée d'options végétariennes ou sans viande. C'est le choix d'un véritable engagement et d'une prise de position déterminée ! Il donne l'avantage d'un discours cohérent qui met en accord actes et convictions. Vous pouvez également proposer cette initiative comme une option parmi d'autres offres traditionnelles. Il est conseillé de la distinguer pour valoriser votre initiative. Vous pouvez encore proposer d'enlever une viande sur les 2 proposées chaque jour et de la remplacer par un plat végétarien ;
- **CHOISIR LES MENUS QUI REMPLACERONT LES OPTIONS CARNÉES.** L'idéal est de commencer avec certaines recettes qui fonctionnent bien, que les cuisiniers ont l'habitude de réaliser, sans que les convives le ressentent comme un changement radical ;
- **IL EST CONSEILLÉ D'AMÉLIORER DANS UN PREMIER TEMPS L'OFFRE EN POISSON** (par la fraîcheur, le mode d'assaisonnement ou de cuisson) avant d'envisager d'enlever complètement les protéines animales ;

Sensibiliser

- **INFORMER LES ÉTUDIANTS SUR LES APPORTS DES PROTÉINES ANIMALES ET VÉGÉTALES** ainsi que sur les impacts d'une alimentation trop carnée sur l'environnement ;

- **COMMUNIQUEZ !** Vous pouvez par exemple coller des petites cartes « plat végétarien » ou « journée sans viande » sur les présentoirs pour que le personnel de service puisse répondre directement aux convives dans la file (qui vont forcément exprimer leurs réactions, bonnes ou mauvaises) ;

Remarques

Les coûts seront probablement équilibrés si l'équipe de cuisine améliore l'offre en poisson. Par contre le gain sera notable lors des repas végétariens.

Fiche 5 : Introduction de produits bio et locaux

L'introduction de produits bio locaux en restauration collective se développe depuis plusieurs années grâce aux projets portés notamment dans le cadre de politiques de développement durable. Cette démarche repose en effet sur un projet de **relocalisation de l'agriculture et de l'alimentation pour des systèmes alimentaires locaux, durables et solidaires. C'est une démarche de projet nécessitant l'implication de tous les acteurs et devant être progressive, durable et cohérente**.

Pourquoi ?

Les impacts positifs de l'agriculture biologique sur nos territoires ne sont plus à prouver : préservation des sols, de nos ressources en eau, de la biodiversité, incidence réduite sur le changement climatique, développement de l'emploi, maintien d'activités, ...

La restauration collective est un des leviers de son développement. Elle permet en effet d'initier des démarches de conversion et d'accompagner l'installation de producteurs en agriculture biologique. C'est ainsi un des moteurs de la structuration de filières relocalisées en région, ce qui favorise l'emploi localement. L'introduction de produits bio est aussi un moyen de lutter contre les inégalités nutritionnelles en permettant à tous d'accéder à des produits de qualité.

Comment ?

Les étapes de la démarche présentée ici sont le fruit d'expériences réalisées et collectées sur le terrain et ont donc pu être vérifiées concrètement dans des situations quotidiennes. Elles tentent de tracer les grandes lignes de ce que peut être un projet d'introduction des produits biologiques dans un établissement, en essayant au maximum de prévenir les pertes de temps, d'énergie et de produits.

1. Impliquer tous les acteurs

- **AFIN DE VOIR CE QUE CHACUN PEUT APPORTER ;**
- **POUR QUE LE PROJET SOIT MIS EN OEUVRE VIA UNE DÉMARCHE PARTENARIALE ET MULTI-ACTEURS** permettant interconnaissance et transparence.

2. Etablir un premier diagnostic

- **POUR POUVOIR INTÉGRER AISÉMENT LE PROJET** dans le fonctionnement de l'établissement ;
- **POUR CERNER LES POSSIBILITÉS** mais aussi les lacunes et y remédier en vue de mettre en place un projet cohérent qui permette à chacun de revaloriser sa fonction et les produits proposés.

L'objectif est de **dresser un diagnostic du restaurant** de l'établissement (équipements, quantités commandées chaque semaine par gamme de produits, expérience et formation, motivation de l'équipe de cuisine,…).

3. Définir ses objectifs avec le gestionnaire

- **CONNAÎTRE SES OBJECTIFS « POLITIQUES » ;**
- **DÉFINIR LES BESOINS ET OBJECTIFS :** pourcentage de produits bio locaux à introduire sur les années à venir avec une progression possible en gammes et en volume.

4. Se renseigner sur la filière bio locale

Vous pouvez essayer de faire en sorte que les producteurs bios de la région et l'équipe de cuisine se rencontrent (par l'intermédiaire du GAB, groupement des agriculteurs bios par exemple) afin que votre gestionnaire puisse évaluer leur capacité (produits, tarifs, disponibilité, conditions de livraison…) et étudier la faisabilité du projet.

5. Former le personnel

Pour s'approprier des techniques et modes opératoires sur la préparation des produits bio, appréhender la globalité et les enjeux de ce projet, acquérir les connaissances requises sur la bio, les filières et les produits, vous pouvez proposer au gestionnaire des idées de formation. Cela leur permettra de mieux maîtriser leur budget, leur approvisionnement et d'appréhender les techniques de préparation spécifiques à certains produits bio.

6. Accompagner l'arrivée des produits bio

- **PARCE QU'UNE NOUVEAUTÉ** (surtout dans l'alimentation) ne va pas de soi et qu'il convient aussi bien de l'expliquer que de la valoriser ;
- **DISTINGUER LES PRODUITS BIOLOGIQUES** des autres produits et mettre en valeur son projet.
- **IL PEUT ÊTRE INTÉRESSANT DE COMMENCER PAR DES TABLES DÉCOUVERTES,** des présentations des produits par leurs producteurs, d'ancrer cela dans un projet pédagogique avec l'université.

7. Communiquer

- **POUR VALORISER SON TRAVAIL** et en faire bénéficier les autres via les moyens de communication dont vous disposez ;
- **POUR FAIRE CONNAÎTRE LE PROJET** aux convives et à votre équipe.

8. Quelques arguments pour maîtriser les coûts

- **INITIER UNE DÉMARCHE PROGRESSIVE,** régulière, planifiée ;
- **EN LIEN AVEC LES CAPACITÉS ACTUELLES DE PRODUCTION LOCALE.**

9. Privilégier l'introduction régulière des ingrédients

- **POUR MIEUX MAÎTRISER SON BUDGET** en répartissant les produits bio tout au long de l'année ;
- **POUR FACILITER L'APPROVISIONNEMENT** et engager des partenariats sur le long terme ;
- **POUR RECONNECTER LA PRODUCTION** à la consommation à travers une démarche de bon sens dans laquelle chacun trouvera à exercer au mieux son métier ;
- **POUR PLUS DE SOUPLESSE** au niveau de la commande ;
- **POUR DÉVELOPPER UNE RELATION DE PARTENARIATS** avec les fournisseurs.

10. En amont

- **METTRE EN PLACE DÈS LE DÉBUT DU PROJET UN CALENDRIER** d'introduction des produits bio ;
- **PRENDRE EN COMPTE LA FRÉQUENTATION,** les rythmes universitaires et les saisons de production, les formations du personnel ;
- **EN LIEN AVEC LES PRÉVISIONS DES PRODUCTEURS** afin de planifier les récoltes, les abattages… ;

11. Du côté opérationnel

- **COMMENCER PAR LES ALIMENTS LES MOINS CHERS** et dont les caractéristiques peuvent se rapprocher de celles des produits classiques ;
- **TRAVAILLER AVEC DES FRUITS ET LÉGUMES BRUTS ET DE SAISON :** hors saison un fruit ou légume ; peut être 2 à 3 fois plus cher qu'en pleine saison ;
- **VALORISER LES PROTÉINES D'ORIGINE VÉGÉTALE (CÉRÉALES ET LÉGUMINEUSES).** Peu coûteuses et simples à préparer, elles permettent de préparer des repas plus équilibrés tout en réduisant le budget général du repas ;
- **PROPOSER DES GRAMMAGES** en accord avec les recommandations diététiques, surtout pour la viande ;
- **FAIRE DES REPAS À 4 COMPOSANTES,** au lieu de 5 habituellement servies.

ANNEXE 5

EXEMPLES DE COMMUNIQUES

Communication de l'institut Polytechnique La Salle Beauvais

Le REFEDD, **RE**seau **F**rançais des **E**tudiants pour le **D**éveloppement **D**urable a vu le jour en 2007. Il est aujourd'hui composé de **plus de 100 associations étudiantes** qui s'engagent sur le long terme à contribuer à **la construction d'une société équitable, solidaire et respectueuse de l'environnement.**

Le REFEDD se donne aujourd'hui comme objectifs de :

- **Créer et animer une plateforme d'échange** entre les associations du réseau : mutualiser les expériences, les compétences et les projets;
- **Accompagner les étudiants dans leurs projets** : leur proposer des outils et des formations;
- **Porter la voix des associations étudiantes en direction des institutions nationales** : être le relais des étudiants dans les grands chantiers de l'enseignement supérieur et du développement durable.

Pour nous contacter :
contact@refedd.org
www.refedd.org

conception graphique : **FLoRent** / fl-rl.fr