

# Pour la promotion du Gourmet Bag<sup>1</sup> au restaurant



*C'est si bon  
je finis  
à la maison !*

## RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

MENÉE SUR UN PANEL DE 8 RESTAURATEURS  
DE LA MÉTROPOLE TOULOUSAINNE

15 juin - 5 juillet 2015

EN FRANCE, CONTRAIREMENT AUX PAYS ANGLO-SAXONS, LE « DOGGY BAG » N'EST PAS UNE PRATIQUE COURANTE ET POURTANT **75 %<sup>2</sup> DES CONSOMMATEURS SE DISENT PRÊTS À L'UTILISER**. CETTE ÉTUDE A PERMIS DE FACILITER LA DIFFUSION ET L'ACCEPTATION DU « GOURMET BAG » À L'ÉCHELLE D'UN PANEL DE 8 RESTAURATEURS.

## LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN CHIFFRES

CHAQUE ANNÉE ON GASPILLE :



DANS LE MONDE :

**1/3** de la production alimentaire

DANS L'UNION EUROPÉENNE :



**89** millions de tonnes de denrées alimentaires

UN HABITANT DE TOULOUSE MÉTROPOLE JETTE :

**65 kg**



par an de restes de repas et d'épluchures



**7 kg**

de produits alimentaires encore emballés



DANS LE SECTEUR DE LA RESTAURATION :

**14%** du gaspillage alimentaire<sup>3</sup>



EN RESTAURATION TRADITIONNELLE le gaspillage alimentaire s'élève à :

**230g** /personne/repas<sup>4</sup>

# L'EXPÉRIMENTATION D'UN NOUVEAU PROTOCOLE DE COMMUNICATION<sup>5</sup>



Durée de l'étude :  
**4 semaines**



**8 restaurateurs**  
de la Métropole



Nombre de clients  
exposés à l'étude :  
**8 555**

**PHASE 1** : 1 semaine sans communication

**PHASE 2** : 3 semaines avec dispositif de communication et discours des serveurs

## Dispositif de l'étude



**1 AFFICHE**

à l'entrée  
du restaurant

**2 CHEVALET**

sur chaque table

**3 QUESTIONNAIRE**

rempli par les clients  
et traité par Toulouse Métropole

**4 DISCOURS**

du serveur

## Communication engageante<sup>6</sup>

**1**



Présenter l'opération  
dans le contexte  
de lutte contre le  
gaspillage alimentaire :  
**INFORMER**

**2**



Proposer le questionnaire  
en laissant le libre choix :  
**PRÉPARER/  
RESPECTER**

**3**



Proposer le Gourmet Bag  
comme option par défaut :  
**SUGGÉRER**

**4**



Remercier le client ayant  
accepté le Gourmet Bag :  
**VALORISER**

## LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

Les résultats des 1018 questionnaires remplis par les clients des 8 restaurants



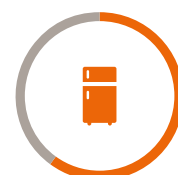
**76%**

des répondants évaluent la lutte  
contre le gaspillage alimentaire  
comme étant tout à fait importante.



**61%**

des répondants considèrent le  
Gourmet Bag comme étant  
tout à fait utile.



**60%**

des personnes indiquent avoir la  
possibilité de stocker leur Gourmet  
Bag, s'ils déjeunent au restaurant  
le midi.

## LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE (SUITE)



Le nombre de Gourmet bag distribués **augmente significativement** entre la phase 1 (sans communication) et la phase 2 (avec dispositif de communication).

### NOMBRE DE GOURMET BAG DISTRIBUÉS AUPRÈS DES CLIENTS N'AYANT PAS TERMINÉ LEUR REPAS



**LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE MONTRENT QUE L'OPÉRATION EST UNE RÉUSSITE, LA COMMUNICATION SPÉCIFIQUE DÉPLOYÉE PENDANT L'OPÉRATION AUGMENTE SIGNIFICATIVEMENT LE NOMBRE DE GOURMET BAG DISTRIBUÉ.**



La formation des serveurs est un aspect central du dispositif et le facteur clé de succès. À terme, pour généraliser cette pratique au restaurant, il faut impliquer davantage les restaurateurs et les serveurs pour encourager le changement de comportement. Le temps que cette pratique rentre dans les mœurs.... !

## Soyons éco-gastronomes !

- 1 Doggy Bag à la française.
  - 2 Enquête réalisée par la DRAAF Rhône-Alpes 2014.
  - 3 Commission européenne.
  - 4 ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie).
  - 5 Communication engageante : le nouveau dispositif de communication s'appuie sur des techniques de psychologie sociale au profit d'une pratique éco-citoyenne.
  - 6 Techniques de psychologie sociale + théorie de l'engagement + nudges verts\*.
- \* [Coup de pouce vert.](#)

Étude réalisée par Toulouse Métropole en partenariat avec le laboratoire de psychologie sociale de l'Université d'Aix-Marseille. 2015.

Pour en avoir plus :

[www.toulouse-metropole.fr](http://www.toulouse-metropole.fr) • [www.gourmetbag.fr](http://www.gourmetbag.fr)

