

Une étude innovante sur  
**le Gourmet Bag\***  
dans les restaurants de  
l'agglomération toulousaine

RÉDUCTION  
**DES DÉCHETS**  
On s'y met tous !



**ON VOUS PROPOSE  
LE GOURMET BAG !**



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



Aix-Marseille  
Université



toulouse  
métropole

# Bilan de l'opération « Gourmet Bag »

DOSSIER DE PRESSE – 14/10/2015

\* *Gourmet bag, le Doggy Bag à la française*

toulouse  
métropole

Contact presse :  
Gérald Bégin – t. 05 61 22 21 47  
gerald.begin@mairie-toulouse.fr

Marie Adeline Etienne – t. 05 61 22 39 95 – m. 06 86 59 71 31  
marie-adeline.etienne@mairie-toulouse.fr

# Programme Local de Prévention des Déchets

Conformément aux orientations du Grenelle de l'environnement et de son Plan Climat Énergie Territorial, Toulouse Métropole a lancé un Programme Local de Prévention des Déchets (PLPD), en vue de réduire de 7 % la production d'ordures ménagères et assimilées par habitant d'ici 2016, soit environ 25kg par habitant.

En réduisant la quantité de déchets, ce programme doit permettre de diminuer l'impact sur l'environnement (consommation des ressources non renouvelables, rejets de gaz à effet de serre et pollution liée aux transports) et limiter les coûts de collecte et de traitement devenus de plus en plus lourds.

## ► 10 actions pour réduire nos déchets

Après une phase de diagnostic et de concertation des acteurs du territoire (structures productrices de déchets, associations, collectivités et institutions), un programme en 10 actions a été défini. Il s'adresse aussi bien aux habitants, qu'aux entreprises et à la collectivité elle-même.

- 1 - Le compostage et le jardinage au naturel
- 2 - L'autocollant Stop Pub
- 3 - L'éco-exemplarité des services de Toulouse Métropole
- 4 - La collecte des textiles usagés
- 5 - Le réemploi, la réutilisation et la réparation de nos objets
- 6 - La lutte contre le gaspillage alimentaire
- 7 - La sensibilisation de la population étudiante
- 8 - La réduction des déchets de la petite enfance
- 9 - La réduction de l'utilisation de produits dangereux
- 10 - La réduction des déchets des professionnels

## ► Le gaspillage alimentaire et le Doggy Bag

Parmi les 10 actions, la lutte contre le gaspillage alimentaire constitue une action phare du Programme Local de Prévention des Déchets et un enjeu fort, partagé sur le plan national (Pacte national anti gaspillage du ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt) et européen (résolution du Parlement européen du 19 janvier 2012).

Lors de repas pris au restaurant, grâce au « Doggy bag », renommé le « Gourmet Bag » par le Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt, si l'assiette n'est pas terminée, le consommateur peut emporter son reste de repas, et le consommer plus tard, dans un contenant prévu à cet effet. Cette pratique très répandue dans les pays anglo-saxons, contribue, comme de nombreux petits gestes du quotidien, à la limitation du gaspillage.

Pourtant, le « Gourmet Bag » ne se développe pas en France, il semblerait qu'il existe des freins culturels et psychologiques qui n'incitent pas d'un côté les clients à demander un « Gourmet bag » et de l'autre les restaurateurs à s'y lancer.

### **En chiffres :**

- 1,3 milliard de tonnes d'aliments perdus par an dans le monde (Source Données FAO - Food and Agriculture Organization)
- 7 kg/an/personne d'aliments jetés encore emballés (Etude de la composition des poubelles réalisée en 2012 sur le territoire de Toulouse Métropole)
- En restauration traditionnelle, le gaspillage alimentaire s'élève à 230g/personne/repas (ADEME)

## ► Une étude menée sur 8 restaurants volontaires

Huit restaurants se sont portés volontaires pour participer à une étude. De tailles diverses, installés sur Toulouse ou sur des communes périphériques, proposant un style de cuisine différent, ces restaurateurs partagent le même engagement pour lutter contre le gaspillage alimentaire et encourager une pratique vertueuse autour du « Gourmet bag ».

Cette étude consistait à proposer et inciter les clients ne terminant pas leur repas à emporter les restes à la maison via un « gourmet bag ».



**Le Saint Sauvage**  
20 rue des Salenques  
31 000 Toulouse



**Les Sales Gosses**  
7 rue de l'Industrie  
31 000 Toulouse



**Le 100 gènes**  
146/200 av. des Etats-Unis  
Halle Fruits et légumes  
31 200 Toulouse



**Chez Yannick**  
3 rue Delacroix  
31 000 Toulouse



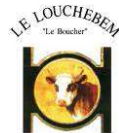
**Le Virgil**  
40 rue Jean Jaurès  
31 150 Fenouillet



**Le Louchebem de Caro**  
2 rue Léon Blum  
31 140 Saint-Alban



**D'CADEI**  
8 place de l'Hôtel de Ville  
31 270 Villeneuve-Tolosane



**Le Louchebem**  
3 marché Victor Hugo  
31 000 Toulouse

Le but de l'étude réalisée était donc de tester concrètement une campagne de communication dans les restaurants, s'appuyant sur des techniques qui favorisent le changement de comportements des consommateurs au profit d'une pratique éco-citoyenne.

## ► Résultats de l'étude

### 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

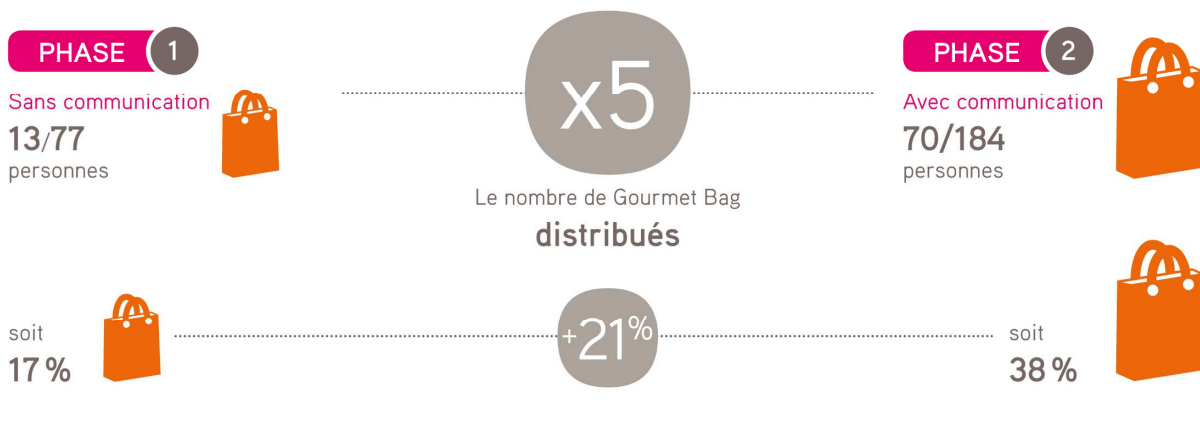
Cette étude s'est tenue du 15 juin au 5 juillet 2015. Aucune communication n'a été réalisée la première semaine pour avoir un point de comparaison dans le changement de comportement. Ensuite, un dispositif de communication a été mis en place.

Pendant 4 semaines, 8 555 clients ont participé à l'expérimentation.



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.**

#### Les résultats des 1 018 questionnaires remplis par les clients des 8 restaurants



La réussite de cette étude tient dans la formation des serveurs. Pour généraliser cette pratique, il faut impliquer davantage les restaurateurs et les serveurs pour encourager le changement de comportement et pour que cette pratique rentre dans les mœurs. C'est pourquoi un kit de communication « clef en main » est proposé aux restaurateurs volontaires du territoire. Créé et diffusé par Toulouse Métropole et la DRAAF (Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt de Midi-Pyrénées), ce kit sera composé, d'autocollants « Gourmet Bag » à apposer sur les menus et la vitrine de l'établissement, d'affiches, de chevalet, d'un guide méthodologique pour la formation des serveurs et d'une note sur la réglementation sanitaire. Ces outils sont gratuits et libres de droits.

A noter que les restaurateurs sont libres de proposer le contenant de leur choix : générique, déjà estampillé Gourmet bag ou proposé par une entreprise commerciale. Quelle que soit la boîte proposée par le restaurateur, c'est un gourmet bag !



### Affiches

à l'entrée  
du restaurant



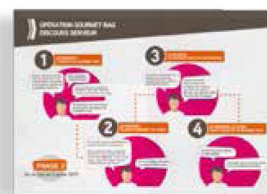
### Chevalets

sur chaque table



### Autocollants

à apposer sur les boîtes  
et sur la vitrine de  
l'établissement



### Discours

du serveur

**Pour tous les restaurateurs qui souhaitent proposer le Gourmet Bag dans leur établissement et obtenir leur kit de communication**

**Contactez :**

**[sral-noa.draaf-midi-pyrenees@agriculture.gouv.fr](mailto:sral-noa.draaf-midi-pyrenees@agriculture.gouv.fr)**

## Les partenaires de l'opération « Gourmet Bag » de Toulouse Métropole



### **Le Laboratoire de psychologie sociale de l'Université d'Aix-Marseille**

Créé il y a plus de 40 ans au sein de l'Université de Provence, à Aix-en-Provence, il a été dirigé successivement par Claude Flament, Jean-Claude Abric et Robert-Vincent Joule. Il regroupe 15 enseignants-chercheurs, 9 membres associés et 32 doctorants.

Le laboratoire poursuit des travaux théoriques et méthodologiques sur :

- les processus d'influence au sein de la société
- les représentations sociales
- les dissonances cognitives
- l'engagement et les processus psychologiques et sociaux de construction des pratiques sociales

Fabien Girandola, enseignant-chercheur mandaté sur l'étude du Gourmet Bag, travaille sur deux champs d'études relatifs :

- au développement durable et les processus d'influence existants
- à la santé publique

Son travail consiste à étudier comment inciter les individus au changement de comportement.



### **L'UMIH 31**

Ce projet est mené en partenariat avec l'UMIH 31 (syndicat patronal en Haute-Garonne pour les professionnels de l'hôtellerie, de la restauration, des bars et des brasseries, des discothèques et de la batellerie). L'UMIH 31 a participé au choix du panel de restaurateurs, il joue un rôle d'interface indispensable entre Toulouse Métropole et les restaurateurs.

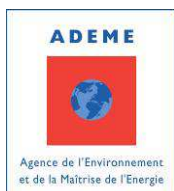


### **La DRAAF Midi-Pyrénées**

La Direction Régionale de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Forêt (DRAAF) de Midi-Pyrénées est un service déconcentré du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la

Forêt. Elle est placée sous l'autorité du Préfet de Région. Parmi ses missions, elle participe à la mise en œuvre des 11 mesures prises dans le cadre du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, fixées par l'État. Pour en savoir plus : <http://alimentation.gouv.fr/pacte-national-lutte-antigaspi>

Les études préalables réalisées par l'antenne Rhône-Alpes de la DRAAF ont fortement contribué à la mise en œuvre de l'étude menée par Toulouse Métropole.



### **L'ADEME Midi-Pyrénées**

Pour relever le défi ambitieux de son Programme Local de Prévention des Déchets (PLPD), Toulouse Métropole a signé, en décembre 2011, avec l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie, un accord

cadre pour mettre en place son Programme. Conformément aux exigences du Grenelle de l'environnement, L'ADEME a mis en place un dispositif de soutiens financiers des collectivités locales du territoire national dont bénéficie Toulouse Métropole. Elle a également développé un dispositif très complet d'accompagnement des collectivités comprenant notamment des formations, un guide méthodologique, une animation en réseau et une capitalisation des retours d'expérience.

Pour en savoir plus : <http://www.ademe.fr>