



# La restauration dans le Tourisme Social et Solidaire

Pratiques et problématiques des adhérents  
de l'UNAT Centre-Val de Loire

*Version Partenaires*



**Edition 2016**

**Enquête réalisée par**

**UNAT Centre-Val de Loire**  
8 rue Fosse Mardeaux – ZI des Barreliers  
41 700 CONTRES  
Tél. : 02 54 78 84 92  
[centre@unat.asso.fr](mailto:centre@unat.asso.fr)

[www.unat-centre.asso.fr](http://www.unat-centre.asso.fr)  
[www.tourisme-durable-unatcentre.fr](http://www.tourisme-durable-unatcentre.fr)





# Sommaire



<b>Introduction</b>	<b>p.1</b>
<b>Portrait du réseau</b>	<b>p.2</b>
Place de la restauration dans le réseau	p.3
La gestion directe est privilégiée	p.3
Des capacités très hétérogènes ...	p.4
... et des prestations multiples	p.4
Les labels et certifications	P.5
Les agréments	p.5
<b>Résultats de l'enquête</b>	<b>p.6</b>
<b>Impacts environnementaux</b>	<b>p.7</b>
Les achats alimentaires	p.7
Les déchets	p.10
<b>Impacts économiques</b>	<b>p.12</b>
Les fournisseurs	p.12
Repas servis et coûts alimentaires	p.13
Commerce équitable	p.13
Coût de gestion des déchets	p.14
<b>Impacts sociaux</b>	<b>p.15</b>
Les ressources humaines	p.15
Les clientèles	p.15
La santé des convives	p.16
<b>Paroles d'adhérents</b>	<b>p.18</b>
Améliorations souhaitées pour l'équipe	p.19
Les achats alimentaires	p.19
La communication	p.21
Les déchets	p.21
Les besoins et projets des adhérents	p.22
<b>Analyse de l'UNAT Centre-Val de Loire</b>	<b>p.23</b>
<b>Actions de l'UNAT Centre-Val de Loire</b>	<b>p.26</b>
<b>Conclusion</b>	<b>p.28</b>

# Introduction



*Favoriser l'accès à une alimentation de qualité pour tous pendant les vacances !*



## Méthodologie

L'enquête repose sur un questionnaire distribué aux **25 hébergements adhérents** de l'UNAT Centre-Val de Loire ayant un service de restauration et porte sur l'exercice 2014.

Le questionnaire a été diffusé par mail le 14 novembre 2014. Il y a eu 3 relances par mail et par téléphone. Sur les 25 interrogés, **21 ont répondu à l'enquête soit 84% de réponses.**

## Contexte du programme Alimentation durable et restauration collective de l'UNAT Centre-Val de Loire

L'UNAT Centre-Val de Loire rassemble les acteurs touristiques de l'Economie Sociale et Solidaire. En 2015, elle regroupait 41 structures adhérentes dont 28 gèrent des activités d'hébergement-restauration de grande capacité (60 à 410 lits/couverts). L'UNAT Centre-Val de Loire développe des actions en lien avec l'alimentation durable et la restauration. Un souhait issu d'une demande des adhérents et appuyé par la combinaison de différents facteurs :

- ▶ Le secteur du tourisme est peu abordé lorsqu'on parle de restauration collective ;
- ▶ Le tourisme n'est pas qu'une affaire de vacances ;
- ▶ Le service de restauration est un élément central de la prestation de tourisme ;
- ▶ Le service de restauration est le service le plus producteur de déchets au sein d'un hébergement ;
- ▶ Un engagement dans la lignée de la politique de l'UNAT nationale (Cf. annexe développement durable de la charte de l'UNAT) ;
- ▶ Les référentiels des écolabels liés au tourisme intègrent des critères liés à la restauration.

1

## Contexte de l'enquête

Selon une enquête réalisée en 2012 par l'UNAT Centre-Val de Loire, plus de 520 000 repas étaient servis chaque année en région Centre-Val de Loire dans les hébergements du Tourisme Social et Solidaire (TSS) représentant environ 2 350 000 € d'achats alimentaires. Pour compléter cette enquête et pour comprendre les enjeux et les besoins en restauration, l'UNAT Centre-Val de Loire a souhaité interroger ses adhérents sur leurs pratiques et leurs attentes pour ce service.

**Bonne lecture !**

# Portrait du réseau

2

## 89%

des hébergements de l'UNAT Centre-Val de Loire proposent de la RESTAURATION

### La restauration tient une place importante dans le réseau

En 2015, sur 28 hébergements adhérant au réseau UNAT Centre-Val de Loire, 25 proposent un service de restauration à leurs clients soit plus de 89% des structures d'hébergement de l'UNAT Centre-Val de Loire. Ces 25 adhérents sont répartis comme suit :

- ▶ 5 Auberges de Jeunesse
- ▶ 8 Centres de Séjour
- ▶ 5 Centres Jeunesse et Sport
- ▶ 7 Villages Vacances

### HEBERGEMENTS EN 2015



Hébergements avec restaurant

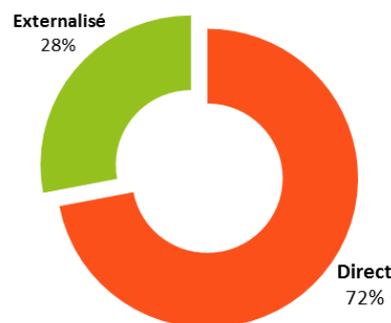


Hébergement sans restaurant

### La gestion directe est privilégiée

Parmi les 25 établissements, 18 sont en gestion directe et 7 en gestion concédée c'est-à-dire qu'ils passent par un prestataire de restauration soit en liaison chaude ou froide soit avec une équipe de cuisine sur place.

Fig.1 – MODE DE GESTION



3

Le réseau est assez représentatif de la restauration collective en France : la restauration directe est largement privilégiée.

86% des structures sont satisfaites de leur mode de gestion : 94% des restaurants en gestion directe et 67% des restaurants en gestion concédée. Les principales raisons de satisfaction sont :

- ▶ la flexibilité et la simplicité du mode de gestion ;
- ▶ le lien direct avec le fournisseur ;
- ▶ le fait que les coûts / le budget soient maîtrisés ;
- ▶ le gain de temps et de rapidité.

Les insatisfactions viennent d'une impossibilité de fonctionner autrement (investissements lourds au regard de l'activité) ou de prix trop chers pour des produits hors référencement pour les structures fonctionnant avec des groupement d'achats.

i

### Infos

La restauration collective en France c'est :

- ▶ 60% en gestion directe
- ▶ 40% en gestion concédée

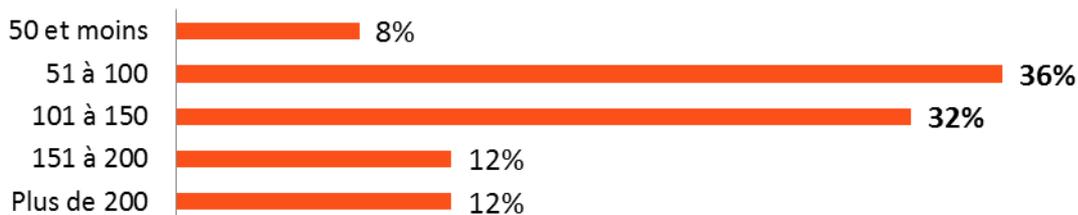
**3 160**

Places assises dans les 25 restaurants du TSS en région

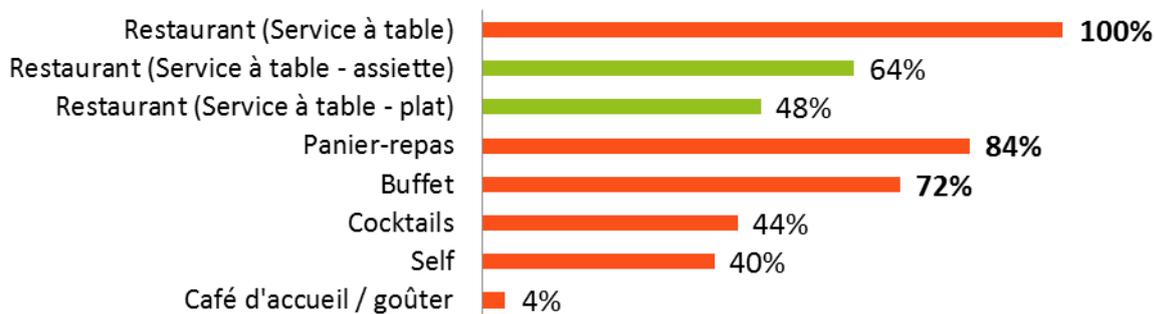
**Des capacités très hétérogènes . . .**

Les capacités des 25 restaurants sont diverses : elles vont de 50 jusqu'à 300 places assises avec une majorité entre 51 et 100 mais aussi entre 101 et 150.

Au total, 3160 places assises dans le réseau du Tourisme Social et Solidaire en région Centre-Val de Loire soit en moyenne, une capacité de 126 places par structure.

**Fig.2 – CAPACITE DES RESTAURANTS**

Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

**. . . et des prestations multiples****Fig.3 – PRESTATIONS PROPOSEES**

La somme des pourcentages est supérieure à 100% car les structures ont donné plusieurs réponses

Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

Tous les restaurants peuvent proposer un service à table : 64% un service à l'assiette et 48% un service au plat. Le panier-repas tient une place importante puisque 84% des établissements en proposent.

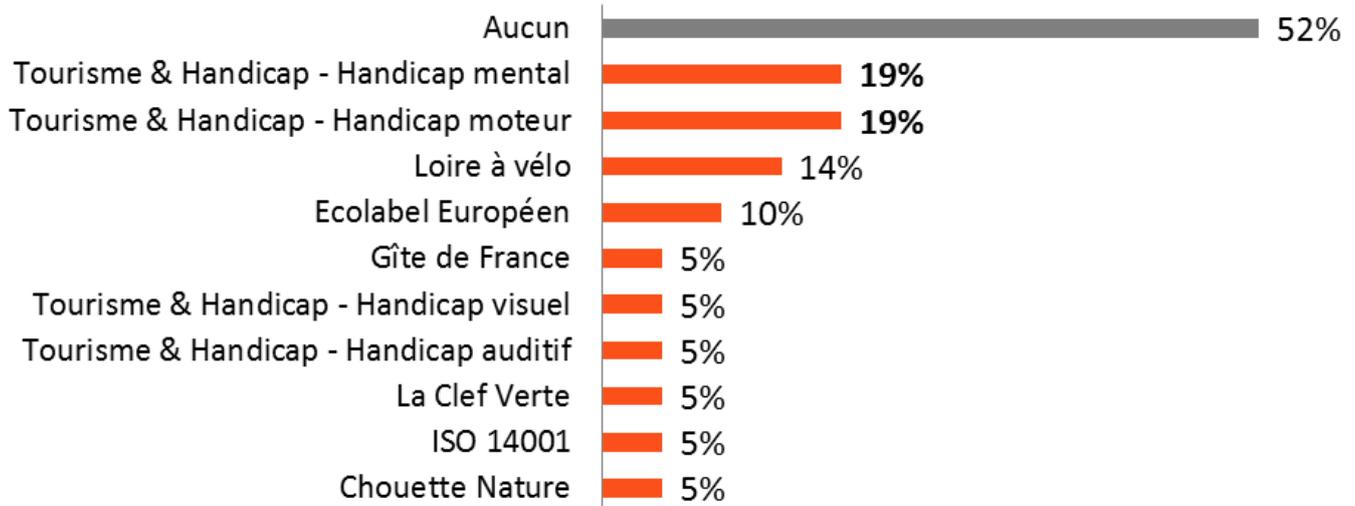
**Infos**

On appelle restauration collective la préparation et le service de repas destinés à un groupe de convives réunis dans un même lieu pour manger. Elle se distingue de la restauration commerciale par sa fonction sociale et par les prix pratiqués, inférieurs à celui du marché. Quand on parle de restauration collective, on pense souvent aux établissements scolaires, aux restaurants d'entreprise ou encore aux hôpitaux.

Les restaurants du secteur du Tourisme Social et Solidaire font pourtant partie de cette catégorie en accueillant souvent tous les publics.

## Les labels & certifications

Fig.4 – LABELS ET CERTIFICATIONS OBTENUS



La somme des pourcentages est supérieure à 100% car les structures peuvent avoir obtenu plusieurs labels ou certifications  
Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

i

### Infos

**238 hébergements** sont labellisés **Tourisme & Handicap** en région Centre-Val de Loire.

La marque **Loire à Vélo** est attribuée aux hébergements situés à **moins de 5 km** de l'itinéraire cyclable de la Loire à vélo. En région, **242 hébergements** sont adhérents à la marque « La Loire à Vélo ».

**12 hébergements** sont labellisés **Ecolabel Européen** en région Centre-Val de Loire.

**81%**

des hébergements de l'UNAT Centre sont agréés JEUNESSE & SPORT

Nous ne pouvons pas parler de développement durable sans aborder les labels et les certifications.

La moitié des adhérents qui ont répondu à l'enquête étaient labellisés ou certifiés en 2014 (il y a eu des évolutions en 2015). Le plus répandu est le label Tourisme & Handicap pour les handicaps mentaux et moteur. Puis viennent la marque « Loire à Vélo » et l'Ecolabel Européen (label environnemental).

### Les agréments

Tous les adhérents ayant répondu possèdent un ou plusieurs agréments. 81% des structures sont agréés Jeunesse & Sport et 71%, l'agrément Education Nationale et 24%, l'agrément Education Populaire.

# Résultats de l'enquête

6

## Les impacts environnementaux

Parmi les 3 piliers du développement durable, l'environnement est le plus connu. Quel est l'impact environnemental des restaurants du Tourisme Social et Solidaire en région Centre-Val de Loire ? En fonction des choix faits pour les équipements en cuisine, dans les produits utilisés, pour l'utilisation et la conservation des aliments, dans les pratiques en cuisine et en salle ou encore le traitement des déchets, les impacts seront plus ou moins importants.

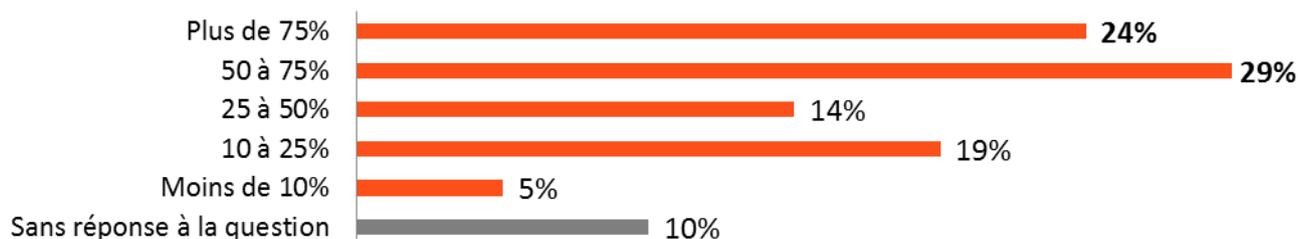
**71%**  
disposent d'une LEGUMERIE

### Les achats alimentaires

#### Les produits frais et de saison

71% des structures possèdent un restaurant équipé d'une légumerie qui permet l'épluchage et la préparation des légumes frais. Parmi les adhérents ayant répondu à l'enquête, 24% élaborent plus de 75% des plats sur place à partir de produits frais / bruts. Ils sont 53% à cuisiner plus de la moitié de produits frais.

Fig.5 – PART MOYENNE DE PLATS ELABORES SUR PLACE A PARTIR DE PRODUITS FRAIS / BRUTS



Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

**90%**  
privilégient les PRODUITS de SAISON

Les produits frais les plus utilisés sont les fruits à 76% et les légumes à 72%. Puis viennent les produits carnés (viandes) et enfin les produits issus de la pêche.

90% des restaurants disent favoriser les produits de saison mais pas systématiquement. Ils sont 29% à toujours les privilégier dans leurs menus et 48% à les utiliser souvent.

La saisonnalité est respectée surtout pour les légumes (62%) et les fruits (24%) mais très peu pour la viande (5%) et pas du tout pour les poissons.



### Infos

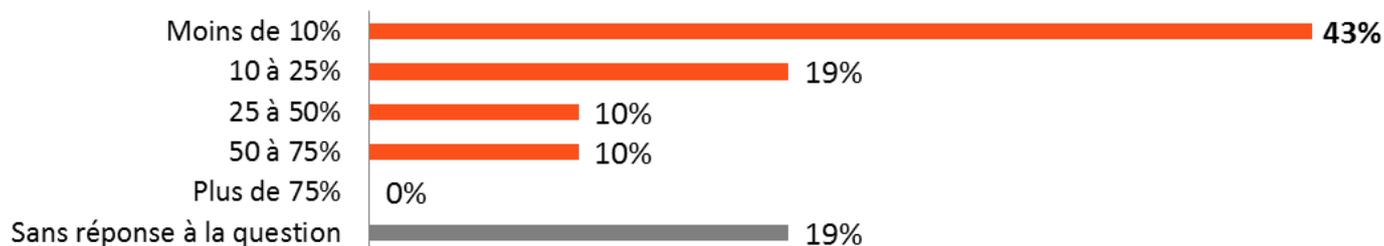
Quand on parle de saisonnalité, on pense souvent aux fruits et aux légumes. Mais saviez-vous qu'il existe également une saisonnalité pour les viandes, les poissons et les fromages ?

Cf. actions de l'UNAT Centre-Val de Loire p.32

## L'origine géographique des produits

38% des structures prêtent régulièrement attention à l'origine géographique des produits (France, régional, étranger, ...) et ils sont 33% à y faire attention occasionnellement.

Fig.6 – PART DES PRODUITS LOCAUX DANS LES ACHATS ALIMENTAIRES



Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées



### Infos

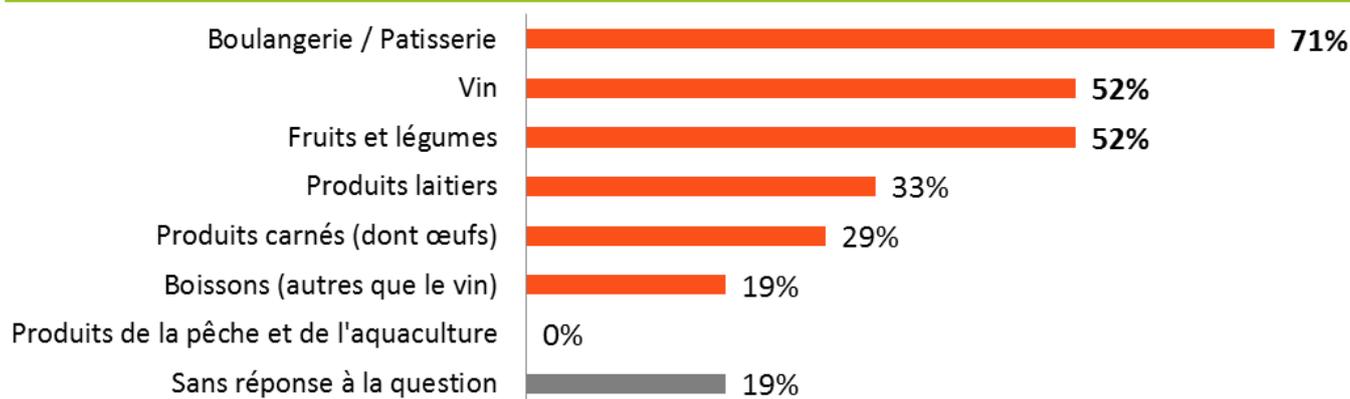
En France, **60% de la viande bovine** vendue en Restauration Hors Domicile (RHD) n'est pas française. En cause ? Le code des marchés publics, le prix et la méconnaissance des produits.

Source : Interbev

81% des structures se sont déjà approvisionnées en produits locaux (ici définis comme ceux produits à moins de 150 km de l'établissement). Cependant, ils représentent souvent moins de 10% des achats alimentaires des restaurateurs. Cela montre que la démarche d'approvisionnement est plutôt ponctuelle (pour des repas améliorés ou terroirs par exemple) et non pas régulière.

Les produits locaux privilégiés sont en premier lieu les produits de la boulangerie / pâtisserie (71%), le vin (52%) et les fruits et légumes (52%).

Fig.7 – LES PRODUITS LOCAUX PRIVILEGIÉS



La somme des pourcentages est supérieure à 100% car certaines structures ont donné plusieurs réponses.

Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

Quant à la fréquence d'utilisation des produits locaux dans les menus, 2 catégories se détachent : 29% en proposent quotidiennement à leurs convives alors que 24% seulement de façon occasionnelle.

**24%**  
des restaurateurs proposent des produits BIO

Les produits BIO représentent moins de

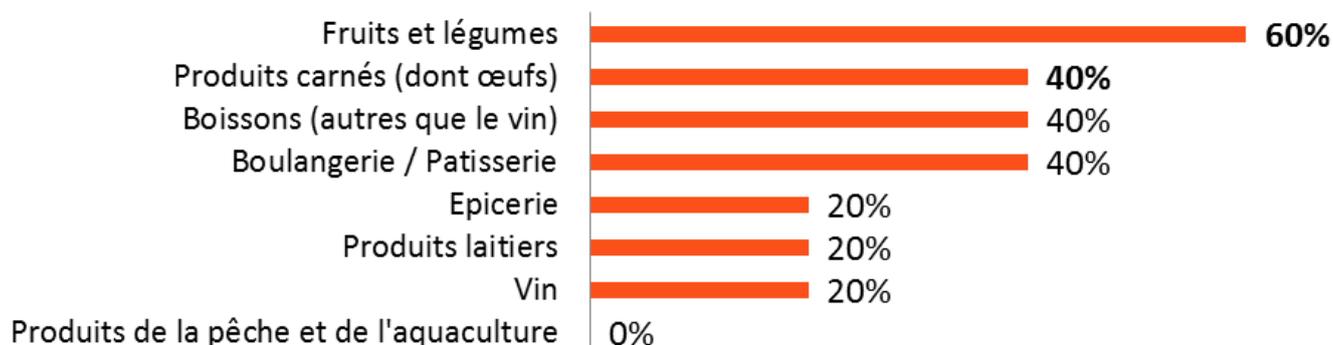
**10%**  
des achats alimentaires

### Les produits bio

Les produits issus de l'Agriculture Biologique se développent de plus en plus en la restauration collective et notamment en cantines scolaires. Dans les établissements du Tourisme Social et Solidaire, ce ne sont pas des produits très répandus puisque seulement 1/4 des restaurateurs en proposent à leurs convives.

Ces produits bio représentent moins de 10% des achats alimentaires chez les adhérents de l'UNAT Centre-Val de Loire.

Fig.8 – LES PRODUITS BIO PRIVILEGIÉS



La somme des pourcentages est supérieure à 100% car certaines structures ont donné plusieurs réponses.  
Chiffres pour 5 structures proposant des produits bio sur les 25 interrogées



### Infos

En 2014, **59%** des établissements de restauration collective proposaient des produits bio dans leurs menus.

Ils représentent **13%** du total des achats alimentaires.

La restauration collective privilégie le bio pour les **fruits à 88%**, les **produits laitiers à 75%** et les **légumes à 75%**. Les produits carnés arrivent loin derrière

Source : *Mesure de l'Introduction des produits bio en restauration collective - Etude Agence Bio - Mars 2015*

Les produits bio privilégiés sont les fruits et légumes à 60% car ce sont les produits les plus simples à mettre en place et ceux avec la différence de prix la moins importante par rapport à des produits conventionnels. Suivent, le pain, les boissons autres que le vin et les produits carnés (viandes, œufs). Le réseau suit bien la tendance de la restauration collective à part pour les produits laitiers.



**67%**

des structures mettent en place des actions pour **LIMITER** les déchets



### Infos

La collectivité a le choix de mettre en place :

- ▶ soit la redevance générale (REOM) pour les ménages et professionnels
- ▶ soit la redevance spéciale pour les professionnels

Plus d'infos sur le [site de l'ADEME](#)

## Les déchets

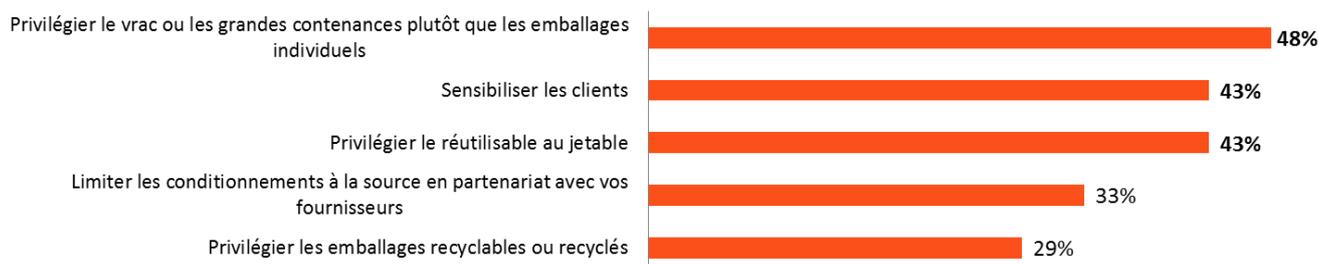
### La gestion des déchets

La gestion des déchets est une des problématiques auxquelles sont confrontés les restaurateurs et notamment la gestion des déchets organiques. Pour 95% des structures, ce sont les structures publiques qui collectent leurs déchets. Les professionnels sont responsables de l'élimination de leurs déchets. Certains déchets produits sont assimilables aux ordures ménagères, ils peuvent être collectés par les structures publiques sous réserve de payer la redevance spéciale.

Le professionnel a le choix deux collectes :

- ▶ Par la collectivité locale par et dans ce cas il doit payer la redevance spéciale si elle a été mise en place
- ▶ Par un prestataire privé qui appliquera ses tarifs

Fig.9 – LES ACTIONS POUR LIMITER LES DECHETS



La somme des pourcentages est supérieure à 100% car certaines structures ont donné plusieurs réponses.

Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

**100%**

des restaurateurs pratiquent le TRI SELECTIF



### Infos

Depuis le 1er janvier 2016, les établissements produisant **plus de 10 tonnes de biodéchets** ou **plus de 60 litres d'huiles alimentaires usagées** ont l'obligation de **tri à la source** et de **valorisation organique** de ces déchets.

Plus d'infos en page 15

En amont, 67% des structures mettent en place des actions pour limiter les déchets. Par exemple, privilégier le vrac pour 48% d'entre elles ou encore privilégier le réutilisable au jetable (43%).

En aval, les établissements mettent en place des actions pour le traitement de leurs déchets. Tous pratiquent le tri sélectif et 71% d'entre eux traitent leurs huiles usagées. Seulement 10% pratiquent le compostage en interne.

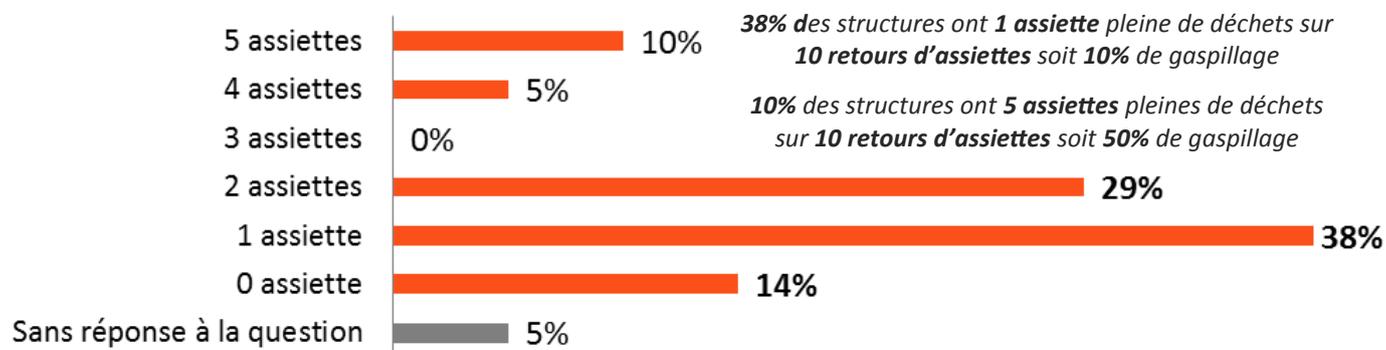
Les restaurateurs engagés dans une démarche de labellisation environnementale (14%) sont les seuls à avoir mis en place un système de suivi du poids ou du volume de leurs déchets. En effet, ils ont l'obligation d'effectuer un suivi des consommations principales : électricité, gaz, eau mais aussi des déchets produits.

Entre  
**0 et 50%**  
de gaspillage alimentaire en  
restauration dans le TSS

## Le gaspillage alimentaire

Le gaspillage alimentaire a aussi un impact environnemental important. En effet, la fabrication de ces denrées non consommées ont nécessité de l'énergie, de l'eau et ont émis des gaz à effet de serre (production, transport, stockage).

Fig.10 – NOMBRE D'ASSIETTES REMPLIES DE DECHETS SUR 10 RETOURS D'ASSIETTES



La somme des pourcentages est supérieure à 100% car certaines structures ont donné plusieurs réponses.

Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

**17%**  
de gaspillage alimentaire en  
restauration dans le TSS

81% des établissements interrogés constatent moins de 20% de gaspillage alimentaire avec une majorité entre 10 et 20%.

En moyenne, le gaspillage alimentaire dans les structures du Tourisme Social et Solidaire s'élève à 17%.

Le gaspillage alimentaire dû à une mauvaise évaluation des besoins en quantités préparées est assez faible puisque pour 89% des structures, moins de 10% de plats élaborés et non consommés sont jetés après un service.

Il est difficile de comparer avec d'autres structures car le sujet est relativement nouveau et peu de chiffres sont publiés sur le sujet.



### Infos

**1/3** des aliments produits sur la planète sont jetés alors qu'**une personne sur 6** souffre de malnutrition dans le monde.

Source : FAO

Le gaspillage alimentaire des convives en restauration collective peut aller de **70 g/pers/repas** en école primaire à **235 g/pers/repas** dans les hôpitaux.

Source rapport *Pertes et gaspillages alimentaire* –Ministère de l'agriculture et de l'alimentation - 2011

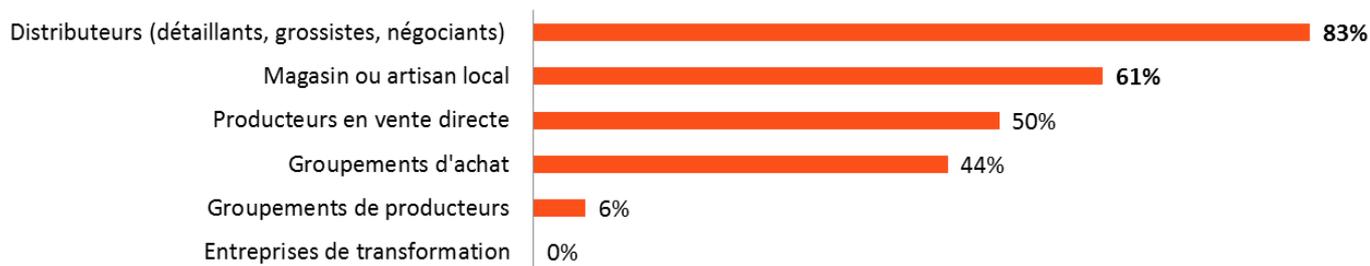
## Les impacts économiques

Les hébergements du Tourisme Social et Solidaire ont un impact économique important sur leur territoire à travers leur activité d'hébergement mais aussi de restauration. Une restauration de qualité participera à l'attractivité de la structure en attirant des clientèles variées qui souhaitent découvrir la gastronomie locale et les produits du terroir.

### Les fournisseurs

Les restaurateurs en gestion directe s'approvisionnent auprès de différentes catégories de fournisseurs pour leurs achats alimentaires : 83% auprès de distributeurs (grossistes, détaillants, ...), 61% auprès de magasins ou artisans locaux et 50% auprès de producteurs locaux. Ceux en gestion concédée travaillent avec des prestataires de restauration implantés régionalement mais plutôt d'envergure nationale. La restauration du Tourisme Social et Solidaire a donc un impact sur l'économie locale et/ou régionale.

Fig.11 – LES FOURNISSEURS DES RESTAURANTS EN GESTION DIRECTE



La somme des pourcentages est supérieure à 100% car certaines structures ont donné plusieurs réponses.

Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

12

89% des structures sont satisfaites de leurs fournisseurs surtout pour la qualité de service proposée (suivi des commandes, réactivité, délais de livraison, ...) mais aussi pour les tarifs attractifs et les bonnes relations entretenues avec les commerciaux. Elles sont seulement 11% à en être insatisfaites.

# 76%

des structures connaissent les  
**PRODUCTEURS** ou **ARTISANS**  
locaux

### Une bonne connaissance des fournisseurs locaux

76% des structures ayant répondu à l'enquête disent connaître les producteurs ou artisans locaux et 95% ont connaissance des spécialités culinaires régionales.

Plus de  
**920 000**

REPAS servis en 2014 (petits déjeuners compris)

**2,5 millions d'€**

c'est l'IMPACT ECONOMIQUE du réseau lié à la restauration (achats)

**49%**

de REPAS servis en plus entre 2009 et 2014 dans les structures du TSS

**i**

## Infos

La loi sur l'Économie Sociale et Solidaire du 31 juillet 2014 a fait évoluer la définition du commerce équitable en étendant son champs d'application aux échanges avec les producteurs du Nord, notamment en France.

La loi ESS autorise désormais l'utilisation de la mention « commerce équitable » sur des produits français.

## Repas servis et achats alimentaires

### En 2014

Plus de 920 000 repas (petit-déjeuner compris) ont été servis en 2014 par les restaurants de l'UNAT Centre-Val de Loire, comprenant ceux en gestion directe et ceux en gestion concédée. Leurs achats (alimentaires ou prestation de restauration) représentent environ 2,5 millions d'euros.

Une des caractéristiques du secteur concerne l'importance donnée à la gestion directe (72% des structures) contrairement à d'autres secteurs pour lesquels la tendance est de confier la restauration à un prestataire privé.

### Evolution par rapport à 2009

En 2009, l'UNAT Centre-Val de Loire avait également enquêté ses adhérents. Entre 2009 et 2014, l'évolution en nombre de repas est comparable pour 16 structures. En 5 ans, le réseau a enregistré une hausse de 49% soit plus de 360 000 repas (hors petit-déjeuner) servis en 2009 pour environ 536 000 en 2014.

Cette forte augmentation s'explique par des rénovations ou travaux d'investissements dans certaines structures interrogées qui ont permis d'accueillir un plus grand nombre de clients.

## Le commerce équitable

Seulement 29% des restaurants achètent des produits issus du commerce équitable et plutôt rarement. Cela s'explique par le fait que ces produits sont peu connus et peu référencés par les fournisseurs mais aussi par le fait qu'ils sont plus chers que des produits classiques puisque les producteurs sont rémunérés à la juste valeur de leur travail.

Les structures achetant ce type de produits sont surtout ceux ayant obtenu ou souhaitant obtenir des labels environnementaux (Ecolabel européen ou La Clef Verte par exemple).

Les produits issus du commerce équitable les plus achetés sont des produits d'épicerie comme les boissons chaudes (café, thé, infusion, ...) à 83% puis le sucre ou le miel à 17%.



## Infos

Selon le Décret n° 2011-828 du 11 juillet 2011 et l'Arrêté du 12 juillet 2011, à partir du **1er janvier 2016**, toute cuisine de restaurant, cuisine centrale, collective, tout laboratoire de production alimentaire générant **10 tonnes de biodéchets** et **60 litres d'huiles** usagées par an\* est considéré comme « gros producteur » de biodéchets. Ces « gros producteurs » ont alors l'obligation de **trier et de valoriser leurs biodéchets** soit directement dans l'établissement (ex : compostage) soit en les confiant à un prestataire externe.

*\*Ces seuils correspondraient à des structures servant plus de 70 000 repas par an.*

## Le coût de la gestion des déchets

90% des établissements ne connaissent pas le coût de la gestion des déchets pour le service restauration. Ce chiffre est relié au fait que seulement 14% des restaurateurs ont mis en place un suivi du poids de leurs déchets.

# 90%

de établissements ne  
connaissent pas le **COÛT DE  
GESTION** de leurs **DECHETS**

## Les impacts sociaux

Répondant à un besoin humain élémentaire, le repas est un moment d'éducation au goût et permet de nous questionner sur nos choix alimentaires et leurs impacts territoriaux. La restauration collective dans le Tourisme Social et Solidaire permet à de nombreux bénéficiaires l'accès une alimentation équilibrée. Elle peut permettre, dans certains cas, de renouveler le dialogue entre producteurs et consommateurs et plus largement entre les urbains et les ruraux.

# 4,5

**SALARIES en moyenne en restauration dans les établissements du TSS**

# 47%

**de SAISONNIERS en restauration**

### Les ressources humaines en restauration

Les établissements du Tourisme Social et Solidaire en région Centre-Val de Loire emploient en moyenne 4,5 salariés en restauration (cuisine et salle) qui représentent 3,7 ETP. Une personne en restauration correspond donc à 0,8 ETP en moyenne dans nos structures. Parmi ces salariés, 47% sont saisonniers.

Pour comparer, en 2009, les structures employaient en moyenne 4,7 salariés en restauration donc une évolution assez linéaire en 5 ans.

### Les clientèles accueillies

Les hébergements du Tourisme Social et Solidaire accueillent des clientèles très hétérogènes que ce soit en groupe ou en individuel. Ce sont par exemple des familles, des scolaires, des jeunes (18-25 ans), des adultes, des sportifs mais aussi des seniors. Si une dominante de clientèle se révèle, chaque structure peut accueillir l'ensemble des publics cités ci-dessus.

**Fig.12 – CLIENTELES DOMINANTES**

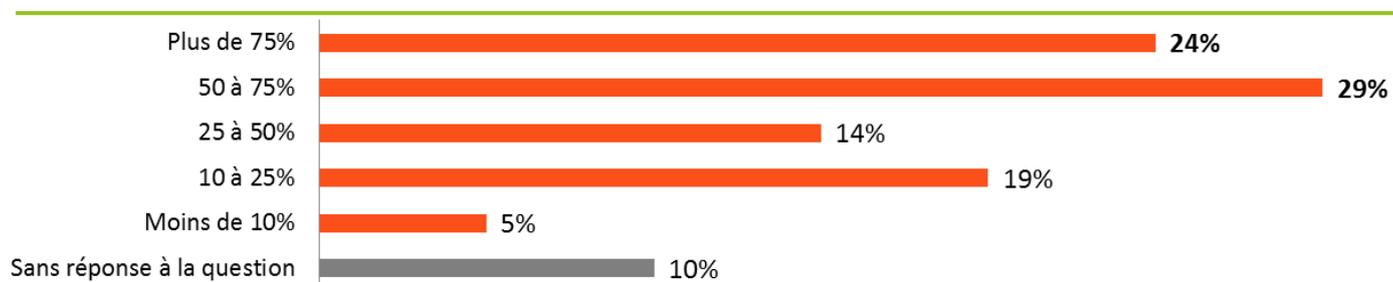
Clientèles dominantes	
Enfants - Ados	24%
Jeunes (18 - 25 ans)	36%
Adultes (+ de 25 ans) - Familles	40%

Ces publics auront tous des envies différentes pour leurs repas en fonction de leur âge, de leurs besoins nutritionnels, de leurs goûts, de leurs convictions religieuses ou alimentaires ou de leurs motifs de séjours. La difficulté pour nos établissements est de pouvoir apporter à chacun une alimentation de qualité adaptée à ses besoins ou à ses goûts. Par exemple, un restaurant pourrait accueillir le midi un groupe de rugbyman et un groupe de scolaires de 6 ans, les besoins ne seront pas les mêmes. Mais ce mélange de publics fait aussi la force des établissements du réseau car c'est un facteur de mixité sociale. Un échange qui peut avoir lieu à l'occasion d'un repas partagé dans les restaurants du Tourisme Social et Solidaire de la région Centre-Val de Loire.

## La santé des convives

La santé des consommateurs est finalement reliée à la qualité des produits choisis par le restaurateur. Les clients vont apprécier déguster des menus à base de produits frais et de saison qui sont reconnus de meilleure qualité gustative et nutritionnelle. En effet, plus les produits seront frais et de saison, plus leurs apports en vitamines et nutriments sera important pour le consommateur final. Evidemment il est assez difficile pour un restaurant collectif de ne travailler que des produits frais mais plus de la moitié des structures du Tourisme Social et Solidaire élaborent les repas à partir de plus de 50% de produits frais.

**Fig.13 – PART MOYENNE DE PLATS ELABORES SUR PLACE A PARTIR DE PRODUITS BRUTS / FRAIS**

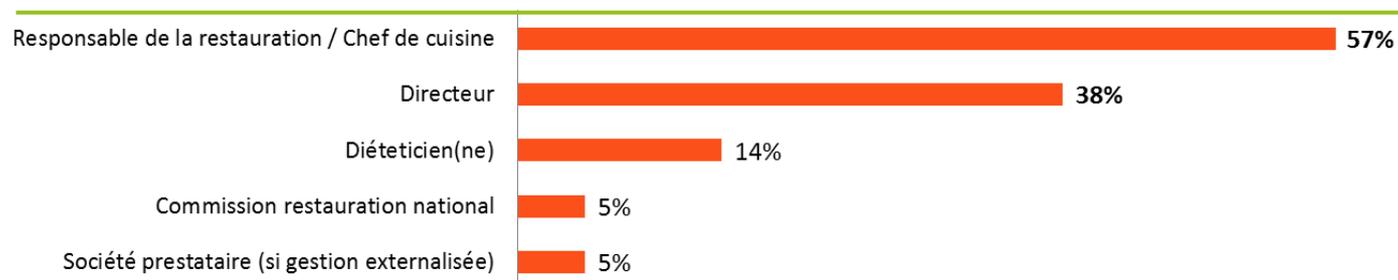


Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

16

En majorité, les menus sont élaborés par les chefs cuisiniers ou responsables de restauration qui essaient de conjuguer équilibre alimentaire et plaisir des convives tout en respectant les coûts.

**Fig.14 – PERSONNES QUI ELABORENT LES MENUS**



La somme des pourcentages est supérieure à 100% car les structures ont donné plusieurs réponses  
Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

Pour élaborer les repas, les structures du TSS ont recours à des diététicien(ne)s ou aux recommandations du GEMRCN surtout lorsqu'ils accueillent des groupes scolaires, d'enfants ou de jeunes. Pour les autres types de convives, ils s'appuient sur l'expérience des cuisiniers ou utilisent quelquefois des publications sur l'équilibre alimentaire. Certains émettent quand même le souhait de se former ou de former leurs équipes sur cette thématique.



## Infos

Le **GEMRCN** ou Groupement d'Etude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition est né des constats inquiétants de la montée du surpoids en France en 1999.

Sa mission est de proposer un cadre à la restauration collective lui permettant d'améliorer l'équilibre alimentaire sur 20 repas consécutifs. Ses recommandations s'inscrivent dans les orientations du Programme National Nutrition Santé (PNNS). Elles intègrent également les priorités du Programme National pour l'Alimentation (PNA) présenté en décembre 2014.

Le texte du GEMRCN adapte ses recommandations nutritionnelles selon l'âge des convives pour répondre aux besoins spécifiques de tous. Il permet de contrôler la fréquence de présentation des aliments en fonction de leur qualité nutritionnelle et les grammages des portions aux convives. De plus, il comprend des recommandations spécifiques sur le sel, le pain, l'eau et les sauces.

Pour plus d'infos : <http://www.economie.gouv.fr/daj/recommandation-nutrition>

# Paroles d'adhérents

18

## Paroles d'adhérents

Quels sont les avis des adhérents sur certains sujets liés à la restauration mais aussi leurs besoins et leurs projets pour faire évoluer ce service dans leurs structures ?

“

Former l'équipe de restauration pour travailler sur la restauration durable et de qualité

”

### Améliorations souhaitées pour l'équipe de restauration

La principale amélioration souhaitée par les adhérents est que le personnel puisse se qualifier notamment grâce à des formations professionnalisantes surtout sur l'hygiène (HACCP), la restauration durable (produits de saison, de proximité, ...), l'équilibre alimentaire ou encore la gestion du budget ou des achats.

La deuxième amélioration espérée serait l'augmentation de l'effectif du personnel en cuisine ou la consolidation de certains postes en CDI pour proposer une restauration de meilleure qualité. En effet, travailler des produits bruts, par exemple, demande plus de temps donc plus de personnel.

“

Les avantages des produits locaux : circuits courts, emplois et dynamisme local, proximité avec les producteurs, image de marque pour les clients, fraîcheur, ..

”

### Les achats alimentaires

#### L'avis des adhérents sur les produits locaux

Pour les structures interrogées, les produits locaux présentent plus d'avantages que d'inconvénients. Pour eux, acheter des produits locaux permet surtout de soutenir l'économie locale mais sont aussi gages d'une meilleure qualité et d'une meilleure fraîcheur. Autre avantage important pour des structures touristiques, ces produits locaux ont une image valorisante auprès de la clientèle touristique.

“

Les produits locaux permettent de valoriser sa région et de donner une identité plus forte à son territoire

”

Par contre, les restaurateurs estiment que l'offre locale en nombre de producteurs et surtout en volume de produits est limitée et que les aspects logistiques sont plus complexes qu'avec des grossistes. Enfin, quelques adhérents trouvent les produits locaux trop chers.



*Il y a un intérêt gustatif à utiliser les produits de saison et frais ; les clients adultes font la différence et apprécient !*



### L'avis des adhérents sur les produits de saison

Il est clair ici que les produits de saison font l'unanimité. Pour les adhérents, ils présentent une image valorisante auprès des clients mais ils sont surtout moins chers et de meilleure qualité gustative ou nutritionnelle que des produits hors saison.

L'inconvénient relevé est qu'il y aurait un manque de diversité pour certaines saisons. Toutefois, à chaque saison, vous trouverez des produits variés même si le printemps est la saison qui présente la plus grande variété de produits.



*Il y a une vraie pédagogie à mettre en place dans les politiques d'achat et au niveau des équipes de cuisine*



### L'avis des adhérents sur les produits bio

L'approvisionnement en produits bio est peu développé dans les restaurants des hébergements du Tourisme Social et Solidaire. Cependant, pour les adhérents, ces produits présentent quand même plus d'avantages que d'inconvénients. Pour 29%, les produits issus de l'Agriculture Biologique ont une image valorisante auprès des clients et pour 38%, ils sont aussi meilleurs pour l'environnement et plus sains.

Le premier inconvénient relevé, et le plus important, est le coût supplémentaire de ce type de produits par rapport à des produits conventionnels.

Le prix est la première raison pour laquelle les restaurants ne proposent pas ou peu de produits bio mais il y a aussi le fait que les fournisseurs actuels (surtout les grossistes) ne proposent pas ou peu ce genre de produits.



*Il y a un intérêt certain pour manger plus sainement, mais actuellement les coûts sont trop élevés pour nos structures qui proposent un menu à tarif raisonnable*





*L'information verbale ouvre une relation avec le client qui se sent considéré et choyé ! Avec les informations qu'on leur donne sur le menu bien souvent, ils sont pressés d'aller se mettre à table*

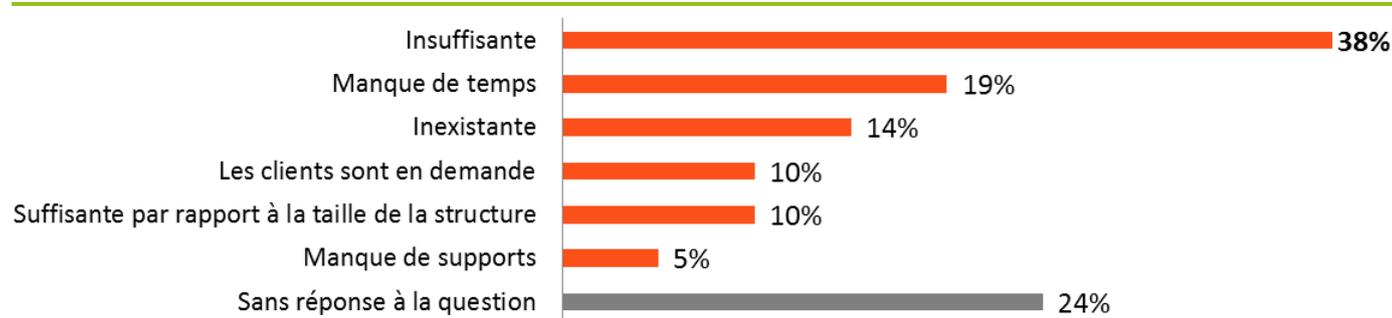


## La communication en restauration

Mettre en place des actions pour progresser en restauration sous-entend de bien communiquer sur ces actions auprès des convives ou même auprès du personnel.

Pour communiquer auprès des clients sur l'utilisation de produits frais, de saison, locaux et/ou bio, les établissements du TSS privilégient les repas ou soirées à thème (repas du terroir ou bio par exemple) ou encore l'information orale auprès des clients. Ils utilisent aussi l'écrit (panneaux, étiquetage) pour informer les clients.

Fig.15 – AVIS DES ADHERENTS SUR LEUR COMMUNICATION



La somme des pourcentages est supérieure à 100% car les structures ont donné plusieurs réponses  
Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées

21



*Les convives sont les meilleurs ambassadeurs !*



Pour plus du tiers des adhérents, leur communication leur paraît insuffisante voire pour 14% inexistante. Ce manque de communication est souvent dû à un manque de temps. Effectivement, mettre en place une communication efficace demande du temps au début mais une fois que celle-ci est créée, elle peut permettre d'augmenter la satisfaction client ou encore d'attirer une nouvelle clientèle.

## Les déchets

Les principaux freins à une bonne gestion des déchets rencontrés par les adhérents sont le manque de temps notamment pour mettre en place des procédures de suivi des déchets ou encore le manque de formation du personnel.

## Les besoins et les projets des adhérents en restauration

8 établissements sur 21 ont mis en place une réflexion autour de l'alimentation durable ou du gaspillage alimentaire (surtout des projets de labellisation environnementale). Pour faire avancer ces démarches, la réflexion est portée principalement par la direction (75%) mais aussi par l'équipe de restauration (25%) ou des chargés de mission (13%).

**Fig.16 – PROJETS DES ADHERENTS EN RESTAURATION**



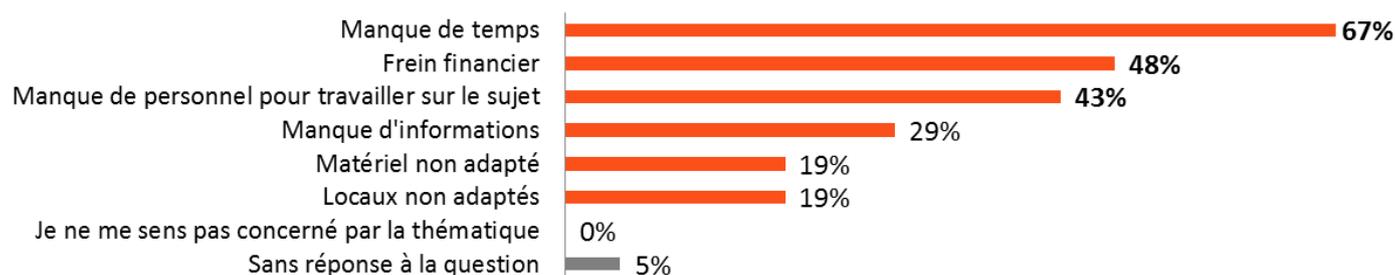
*La somme des pourcentages est supérieure à 100% car les structures ont donné plusieurs réponses  
Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées*

Majoritairement, les adhérents souhaiteraient mettre en place ou améliorer leur communication en ce qui concerne l'approvisionnement en produits frais, de saison, locaux et/ou bio mais aussi sur les déchets et le gaspillage alimentaire.

Pour beaucoup, l'important est de pouvoir valoriser leurs initiatives actuelles en mettant en place une communication efficace auprès de leurs clients.

22

**Fig.17 – FREINS A LA MISE EN PLACE D'UN PROJET RESTAURATION DURABLE**



*La somme des pourcentages est supérieure à 100% car les structures ont donné plusieurs réponses  
Chiffres pour 21 structures répondantes sur les 25 interrogées*

Le principal frein à la mise en place d'un projet autour de la restauration durable est le manque de temps. Viennent ensuite le frein financier et le manque de personnel pour travailler sur le sujet.

# L'analyse de l'UNAT Centre <sup>23</sup> -Val de Loire

# L'analyse de l'UNAT Centre-Val de Loire

*La restauration est un service avec des enjeux forts pour le TSS : faire rimer qualité et coûts abordables, faire plaisir à des publics variés, donner une bonne image de l'établissement et créer des emplois durables et de qualité. Autant d'enjeux qui font de ce service un des plus importants pour un hébergement dans notre réseau.*

## **Proposer de la qualité en respectant des coûts abordables**

Le principe du Tourisme Social et Solidaire est de pouvoir proposer l'accès au tourisme au plus grand nombre en pratiquant une politique tarifaire accessible et adaptée. En restauration, tout l'enjeu est de pouvoir proposer des produits de qualité tout en maintenant des coûts de repas abordables pour les convives.

## **Transformer le repas en temps de plaisir pour tous**

Le public accueilli dans les structures du réseau est très hétérogène avec des groupes ou des individuels que ce soit des adultes/familles/seniors, des jeunes ou encore des enfants/ados/scolaires. Certains peuvent même accueillir tous ces publics à la fois. Pour répondre aux attentes de ces clientèles, le réseau doit s'adapter en proposant des modes de restauration variés : service à table (plat ou assiette), self, buffet, panier-repas, ... Cette diversité des publics accueillis complexifie encore la restauration dans le TSS puisqu'il faut pouvoir satisfaire les attentes/besoins/envies de tous notamment avec l'arrivée émergente de demandes telles que : repas végétariens, sans porc, halal, bio, sans gluten, ...

Il est plus simple pour une cantine scolaire ou une maison de retraite (EHPAD) par exemple de respecter les recommandations nutritionnelles type GEMRCN puisque ils accueillent un public captif. En effet, l'équilibre alimentaire se construit sur 20 repas consécutifs (GEMRCN) et nos établissements accueillent rarement des clients sur d'aussi longues durées (majorité de courts séjours). L'équilibre alimentaire doit alors se réfléchir pour un ou deux repas dans la journée sur quelques jours. Cependant, à part pour les scolaires, l'équilibre alimentaire n'est pas la priorité des vacanciers qui séjournent dans les établissements du réseau. Ils sont plutôt à la recherche de la découverte et du plaisir qu'ils vont pouvoir retirer du repas proposé en dégustant, par exemple, des produits locaux et spécialités régionales. Quant aux scolaires, les menus sont en général établis à l'avance et validés avec l'école avant le séjour.

De même, il peut parfois être compliqué pour certains établissements qui accueillent des publics très différents au même moment (des sportifs et des seniors par exemple) de proposer des menus qui conviennent gustativement et nutritionnellement à tous. Or, ces établissements fonctionnent souvent avec un système de self ou de buffet et proposent du choix en terme d'entrées et de desserts notamment. En règle générale, l'aspect le plus important pour une structure du Tourisme Social et Solidaire est de proposer une restauration généreuse et gustativement appréciable par les clients.

En effet, n'oublions pas que le propre d'un séjour touristique est le plaisir des yeux mais surtout des papilles et les rencontres associées. Des vacances réussies c'est aussi quand on a dégusté, dans une ambiance sympa et détendue, des produits caractéristiques d'une région, un produit qu'on ne trouve pas ailleurs et qui est typique. Les souvenirs qui restent dans les mémoires sont souvent des images et des goûts. **La formule parfaite pour une stratégie de fidélisation des clientèles, enjeu réel de notre secteur.**

### **Améliorer l'image de l'établissement à travers le patrimoine culinaire régional**

L'étude du Comité Régional du Tourisme sur les clientèles touristiques en région Centre-Val de Loire en 2014 démontre que le territoire est apprécié pour ses vins, ses produits du terroir et sa gastronomie à 39% par les étrangers et 31% par les français en 4ème position après le patrimoine historique et culturel, l'environnement et, le calme et la tranquillité. Sur place, 29% des touristes étrangers et 27% des français aiment acheter ou déguster des produits du terroir. Notre région est reconnue pour sa gastronomie et les touristes séjournant dans les hébergements du TSS s'attendent à découvrir la gastronomie régionale à travers les repas proposés. L'enjeu est de faire de la restauration du TSS un atout pour la découverte de notre patrimoine culinaire régional.

### **Consolider les ressources humaines**

La restauration est souvent le service le plus « gourmand » en ressources humaines. Du personnel qui peut parfois manquer dans certaines structures pour répondre aux demandes des clients. Or, si un établissement souhaite s'investir dans une démarche responsable en restauration, le manque de personnel ou le manque de formation/professionnalisation peut être un frein dans cette démarche.

Le secteur du Tourisme Social et Solidaire est très saisonnier et cela impacte l'emploi en restauration puisque près de la moitié du personnel est saisonnier. Une difficulté supplémentaire pour impliquer les salariés dans les démarches responsables de l'établissement. Il est pourtant très important d'impliquer l'ensemble de l'équipe de la structure et notamment l'équipe de cuisine qui applique les orientations stratégiques de l'hébergement en restauration.

L'enjeu est de trouver du personnel qualifié, de pérenniser l'emploi dans les structures du TSS et de l'inclure dans la démarche responsable de l'établissement.



# Les actions de l'UNAT Centre -Val de Loire

26

# Les actions de l'UNAT Centre-Val de Loire

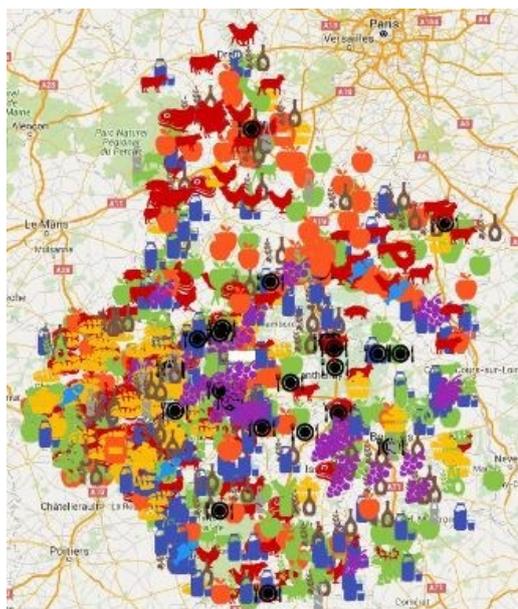
En réponse aux besoins et aux problématiques des adhérents, l'UNAT Centre-Val de Loire propose des actions pour les aider à progresser en restauration. Les structures ayant répondu au questionnaire ont bénéficié d'une version plus complète du bilan de cette enquête comprenant des conseils et des astuces pour passer à une démarche durable en restauration.

Voici quelques exemples d'actions de l'UNAT Centre-Val de Loire dans le cadre du programme restauration financé par l'ADEME et la DRAAF.



L'UNAT Centre-Val de Loire, aux côtés des 6 autres têtes de réseau régionales, participe activement à la mission : « Favoriser l'émergence de projets associatifs dans la filière circuits courts alimentaires en région » portée par le Mouvement Associatif Centre-Val de Loire.

Plus d'infos : [lemouvementassociatif-centre.org](http://lemouvementassociatif-centre.org)



Carte des producteurs et artisans en vente directe

(Carte en ligne disponible uniquement pour les adhérents de l'UNAT Centre-Val de Loire)

## Formations

Des [formations en intra](#) dans les structures.

## Ateliers de travail

Ateliers de travail avec les équipes salariées et bénévoles dans les structures pour améliorer leurs pratiques en restauration.

## Communication

Communication sur les actions des adhérents à travers différents outils (lettre d'infos, reportages dédiés, communiqués de presse, ...).

Une aide pour s'améliorer sur la communication en restauration (menus, site Internet, flyers, animations, affiches ...).

## Outils techniques

Des outils pour progresser en restauration (Site Internet de l'UNAT Centre-Val de Loire dédié au développement durable) :

- ▶ Les [actualités](#) de la restauration collective
- ▶ Les [produits de saison](#) : un panel des fruits, légumes, viandes, poissons et fromages de saison chaque mois de l'année
- ▶ Les [spécialités culinaires régionales](#) : un panel des spécialités culinaires de la région Centre-Val de Loire et des recettes à base de ces produits régionaux pour faire découvrir notre belle région aux convives accueillis (Découvrir le site Internet de [@ du Centre](#))
- ▶ La [carte des producteurs et artisans en vente directe](#) en région Centre-Val de Loire

**Et d'autres tels qu'un diagnostic pour réduire le gaspillage alimentaire, des ateliers de cuisine avec les jeunes, ...**

# Conclusion

i

## Infos

Le programme se poursuit avec :

- ▶ des formations en intra
- ▶ Des ateliers de travail en intra
- ▶ La possibilité d'effectuer un diagnostic gaspillage alimentaire
- ▶ L'action Jeunes Ambassadeurs « Manger mieux - Gaspiller moins »

Retrouvez toutes les informations sur le site internet :

[www.tourisme-durable-unatcentre.fr](http://www.tourisme-durable-unatcentre.fr)



La réglementation, la gestion du personnel, les relations avec les fournisseurs, ... autant de points qui rendent l'activité de restauration compliquée à gérer. Cependant, c'est un des services les plus impactants dans le tourisme tant sur le plan environnemental, qu'économique ou social. Il est possible de faire des choix pour progresser en restauration et pour participer au développement du territoire.

## Des valeurs portées par l'ensemble du réseau

Les adhérents du réseau du Tourisme Social et Solidaire en région Centre-Val de Loire sont conscients de l'importance d'une démarche responsable en restauration mais font aussi face aux difficultés de leur secteur : publics variés, coûts des repas à respecter, réglementations nombreuses, manque de temps, ...

Cependant, ils sont nombreux à mettre en place des actions pour progresser en restauration. Ces dernières années, la qualité des repas dans le réseau a eu tendance à s'améliorer avec une augmentation de la part des produits frais et même des produits locaux et/ou bio pour certains. Les structures sont de plus en plus attentives aux attentes de leurs clients et les cuisiniers sentent que cela valorise mieux leur travail.

## Accompagner le réseau

Pour accompagner les restaurants du réseau dans leur volonté de progresser, l'UNAT Centre-Val de Loire continue à développer des actions concrètes et personnalisées. Tout cela dans le but de faire avancer le réseau sur le volet développement durable.





## Contact

Laëtitia DANGER

Chargée de mission tourisme durable

centre@unat.asso.fr

[www.tourisme-durable-unatcentre.fr](http://www.tourisme-durable-unatcentre.fr)

## UNAT Centre-Val de Loire

8, rue Fosse Mardeaux

ZI des Barreliers

41 700 CONTRES

Tel : 02 54 78 84 92