

# Parlons transition dans nos assiettes !

## Atelier thématique - La restauration commerciale

### FICHE RESSOURCES - 23 JANVIER 2024

#### LA RESTAURATION COMMERCIALE : CLÉ POUR ACCOMPAGNER L'ÉVOLUTION DE NOTRE ALIMENTATION VERS UNE ASSIETTE PLUS DURABLE ET PLUS VÉGÉTALE

Quels sont les enjeux à engager la restauration commerciale dans des démarches de transition agricole et alimentaire sur les territoires ? Comment parler de transition aux acteur-ices de la restauration commerciale ? Comment accompagner ce secteur, l'évolution de ses pratiques, vers une offre plus durable et plus végétale ? Quelles initiatives et acteur-ices y contribuent déjà ?

Pour défricher le sujet et explorer ces questions, **75 acteur-ices ont participé au premier atelier thématique de l'Alliance pour les Transitions Agricoles et Alimentaires, "La restauration commerciale : clé pour accompagner l'évolution de notre alimentation vers une assiette plus durable et plus végétale" le 23 janvier 2024.** Cet atelier s'inscrit dans le cadre du programme d'action 2023-2024 d'ALTAA, sur l'évolution des environnements alimentaires pour accélérer la transition de notre alimentation vers des assiettes plus durables et plus végétales. La restauration commerciale était en effet apparue comme un secteur à fort impact potentiel par les participants aux précédents ateliers, mais un sujet encore peu investi à l'échelle des territoires.

Cet atelier a permis de dresser le portrait de la restauration commerciale en France aujourd'hui à l'aune de la transition alimentaire et de recueillir les témoignages de structures engagées dans l'évolution des pratiques en restauration commerciale.

Pour illustrer la complémentarité des actions portées par des d'acteur-ices aux échelles nationale, territoriale et du restaurant, trois intervenantes ont partagé leurs retours d'expérience :

- Camille Delamar, co-fondatrice d'[Ecotable](#)
- Aurélie Méchin, chargée de mission développement durable à l'[Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille](#)
- Céline Mingam, cheffe du [restaurant l'Ourse](#) de Nantes



Cette fiche reprend les principaux enseignements des retours d'expériences partagés et des échanges lors de l'atelier d'ALTAA du 23 janvier 2024.

## POUR CONTINUER À CHEMINER

- Contribuez à l'état des lieux collaboratif pour rendre visible les initiatives qui font déjà évoluer notre alimentation vers une assiette plus végétale. Toutes les contributions seront partagées sous la forme d'une boîte à outils en ligne. Le [panorama continue](#) !
- Retrouvez [l'enregistrement de l'atelier](#) et les [diapositives de présentation](#).
- Retrouvez les [ressources partagées](#) au cours des deux premiers ateliers d'ALTAA
- Inscrivez-vous au [bulletin d'information](#) d'ALTAA
- Signez la [Charte d'ALTAA](#) et accédez à la liste de discussion

# 1. Environnements alimentaires et restauration commerciale

## AGIR SUR L'OFFRE EN RESTAURATION COMMERCIALE

Des premières pistes d'action et initiatives inspirantes visant à accompagner l'offre en restauration commerciale pour faire évoluer ses pratiques vers la proposition d'assiettes plus durables et plus végétales ont été identifiées collectivement grâce à la contribution de centaines de structures au programme d'action d'ALTAA en amont et dans le cadre de cet atelier. Nous vous partageons les résultats ici, ceux-ci ne sont pas exhaustifs et sont amenés à être enrichis au fur et à mesure des échanges :

**Piste d'action : Former les cuisinier·ères et restaurateur·ices au moins et mieux concernant la viande, à cuisiner des légumineuses, à construire une offre plus végétale et équilibrée**

Exemples :

- Voir ci-dessous le témoignage de Camille DELAMAR, co-fondatrice d'Ecotable
- [L'Institut de la Gastronomie Végétale](#) accompagne les professionnels de la restauration dans le développement de leur offre végétale.
- Le programme [Plant Prospects](#) de l'association Made in Hackney (UK) et sa boîte à outils pour une cuisine végétale à destination des professionnels de la restauration.
- [La Source](#) une école de cuisine engagée pour se former à la cuisine autrement.
- Les formations à la cuisine végétale de l'association [Le pavé dans la poêle](#)



- L'association [Conscience et Impact Écologique](#) qui accompagne des restaurateur-ices dans leurs démarches de transition dans la Métropole de Lyon.

## **Piste d'action : Mettre en valeur et faciliter l'identification des restaurants aux pratiques durables**

### **> Via la création de cartes ou annuaires participatifs permettant de recenser les restaurants favorisant l'alimentation durable**

Exemples :

- [FIG \(Food Index for Good\)](#) annuaire des restaurants éco-responsables
- L'application [Etiquetable](#) pour identifier, entre autres, des restaurants durables.
- [VegOresto](#) propose une cartographie des restaurants proposant des alternatives végétales dans leurs menus

### **> Via le décernement de récompenses, labels, prix, aux dimensions communicationnelles**

Exemples :

- Le PAT *Cambridge Sustainable Food* a mis en place les *sustainable food business awards* qui ont récompensé à ce jour les engagements de près de 90 entreprises locales (dont les restaurateurs commerciaux). Le PAT alimente également un répertoire de restaurateur-ices engagées, qui participe à engager la restauration commerciale dans des démarches de transition (voir la présentation Ppt de l'atelier).
- Des labels : [Écotable](#), [L'étoile verte](#) du Guide Michelin; le [titre de Maître Restaurateur](#) par l'association française des maîtres restaurateurs (AFMR); [Green food](#); [Restaurant engagé](#); [La Clef Verte](#).

### **> Via l'appui d'associations et organismes spécialisés**

Exemples :

- L'association [Les Bouillonnantes](#), fédère, valorise et accompagne les restaurateur-ices engagées sur le territoire de Nantes Métropole et alentours.
- [Sublimeurs](#) anime et accompagne un collectif de plus de 150 chefs, producteurs & artisans des métiers de bouche qui font la gastronomie engagée des Hauts-de-France.

### **> Via la formation des équipes des offices de tourisme et autres structures touristiques à la promotion des restaurants engagés**

Exemples : voir le témoignage ci-dessous d'Aurélié MÉCHIN, chargée de mission développement durable à l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille

## **Piste d'action : Travailler sur la tarification de la viande en proposant par exemple la viande en supplément, ce qui implique de penser les plats en version végétarienne par défaut, et à faire de celle-ci l'option économique**

Exemples : Le [Bieristan](#), Villeurbanne, propose une option carnée pour 2€ de plus par menu

Les [buffets soutenables](#) de l'association APALA sont 100% à base de produits végétaux.



**Piste d'action : Intervenir et former dans les formations d'hôtellerie-restauration pour sensibiliser et faire monter en compétences les futur-es chef-fes, cuisinier-es, serveur-euses, etc.**

Exemples : L'association [Bon Pour Le Climat](#) accompagne les chef-fes en devenir pour tenir compte de l'impact carbone de leurs menus notamment grâce à [l'éco-calculateur](#).

**Piste d'action : Faciliter les approvisionnements durables des restaurateur-rices et la mise en lien avec les producteur-rices**

Exemples :

- La [prise en charge des approvisionnements locaux](#) des restaurateur-ices et traiteurs par Douaisis Agglo
- Le [kiosque paysan](#) est une association qui facilite la mutualisation logistique au service des circuits courts, locaux et paysans dans la région nantaise en garantissant un juste prix aux producteur-rices.
- [Mangez Béarnais](#) est une association qui fédère des producteur-rices pour développer de nouveaux débouchés commerciaux notamment auprès des professionnels de l'alimentation.
- [Auvabio - Les producteurs bio d'Auvergne](#) est une association de producteurs de fruits et légumes biologiques qui met en place des services de mutualisation pour ses adhérent.e.s : mutualisation commerciale en demi-gros, accompagnement technico-économique, mutualisation de matériel.
- [Dem & Terria](#) expérimente des scénarios écologistiques pour faciliter l'approvisionnement des territoires en denrées alimentaires durables en mobilisant divers partenaires (producteurs locaux, collectivités, transporteurs, distributeurs).
- [Manchester Veg People](#) (UK) une coopérative de producteurs qui gèrent une plateforme d'approvisionnement locale pour les professionnels de la restauration collective et commerciale ainsi que pour les particuliers.

## RESSOURCES

- Découvrez l'[étude de cas de l'association Bon pour le Climat](#) réalisée à la suite d'un entretien entre ALTAA et Jean-Luc Fessard, Président de Bon pour le Climat.
- Découvrez l'outil '[Etat des lieux des pratiques d'un restaurant](#)' proposé par Mouans-Sartoux à destination des collectivités territoriales, associations, offices de tourisme et autres organisations souhaitant affiner leurs connaissances des acteurs de la restauration commerciale sur leur territoire.
- Découvrez l'article de l'INRAE '[Quand le développement durable s'invite au restaurant : quelle place pour la viande et le végétal ?](#)', fév 2024
- Découvrez la nouvelle étude FNH '[Agriculture bio : quels débouchés pour sauver la filière ?](#)' qui identifie la restauration commerciale comme un fort levier, janv 2024



- Le [fonds tourisme durable](#) (de l'ADEME), pour la réalisation d'un diagnostic environnemental, une étude ou des investissements dans les restaurants
- La campagne "[Cuisinons Plus Bio](#)" de l'Agence bio, pour convaincre les professionnels de la restauration de l'opportunité du marché du bio
- Étude de l'Agence Bio "[Potentiel de développement de l'utilisation de produits biologiques en restauration commerciale en 2022](#)"
- Un Guide (en anglais) à destination de la [restauration hors domicile pour orienter les mangeurs vers des assiettes plus végétales](#) - World Resources Institute (UK)

## 2. Accompagner le changement de pratiques en restauration commerciale : connaître le secteur, comprendre les enjeux

par Camille DELAMAR, co-fondatrice d'Écotable

### 2.1. ECOTABLE ET L'ACCOMPAGNEMENT DES RESTAURATEUR·ICES

Structure de l'ESS créée en 2019 dont l'objectif est d'accompagner le secteur de la restauration dans la transition écologique, Écotable a créé un ensemble de produits et services visant à faciliter le changement de pratiques opéré par les acteurs de la restauration en s'adaptant au degré de maturité de leur démarche.

Les outils proposés par Écotable permettent aux restaurateur·ices de mesurer leur impact social et environnemental afin de pouvoir adapter leurs pratiques pour le réduire.

Exemple d'outil développé par Écotable :

- La plateforme [Impact par Écotable](#) permet d'analyser l'impact environnemental des pratiques des restaurateur·ices au travers d'indicateurs renseignés par eux-mêmes.. Cette analyse leur permet d'avoir accès à un tableau de bord en ligne, de créer des plans d'actions, de trouver des fournisseurs, de se former et de former ses équipes etc.
- Le [Resto-Score](#) est un système de notation (A à E) qui évalue les pratiques des restaurateur·ices sur plus de 150 critères portant sur trois niveaux : La santé environnementale ; la santé humaine ; la santé des animaux et permet une plus grande transparence pour les consommateur·ices.



## 2.2. LE SECTEUR DE LA RESTAURATION COMMERCIALE EN FRANCE

La restauration commerciale rassemble aujourd'hui environ 175 000 établissements (INSEE) et représente 10 milliards de repas par an soit environ 15% des repas principaux des français-es<sup>1</sup>.

Selon l'ADEME, 24% de l'empreinte carbone des ménages français sont liés à notre alimentation. **La restauration commerciale représente alors 2% de l'empreinte carbone des ménages.** L'ensemble de la restauration hors domicile (restauration commerciale et restauration collective) représenterait ainsi 4% de l'empreinte carbone des ménages<sup>2</sup>. Cette étude a aussi permis de mettre en lumière l'intérêt de travailler sur le contenu de l'assiette pour réduire le bilan carbone : **80% des émissions de GES d'un restaurant sont liés à l'achat de matières premières**, 10% à la consommation d'énergie, 5% au transport des marchandises et 5% sont liés à d'autres postes de dépenses (bureautique, etc.).

## 2.3. DE GRANDS ENJEUX

➤ Contribuer à la transition écologique

Pour atteindre les objectifs fixés dans le cadre des accords de Paris, tous les secteurs ont pour objectif de réduire leur impact carbone de 50% d'ici 2030.

➤ Respecter le contexte légal

Le contexte légal associé à la restauration se fait de plus en plus dense. La loi AGECL (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire) impose à tous depuis le 1er janvier 2024 la valorisation des biodéchets et la loi EGalim a permis de fixer des objectifs en matière d'approvisionnement en produits durables en restauration collective.

➤ Rester attractif pour les clients et talents

L'exigence de la clientèle et du personnel des restaurants sur ces sujets ne cesse de croître. Un lien peut être établi entre la crise du recrutement observée en restauration et la mise en lumière des pratiques durables adoptées par les restaurateur-ices.

## 2.4. FREINS ET LEVIERS D'ACTION POUR ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT DE PRATIQUES

Différents freins à l'engagement de la restauration commerciale dans des démarches de transition existent. Ceux-ci concernent notamment :

➤ L'inadéquation entre offre et demande

Certains exemples montrent que bien que la demande des restaurateur-ices s'élargisse parfois à des produits durables, l'offre n'est pas toujours prête à y répondre. Les rythmes d'évolution de l'offre et de

---

<sup>1</sup> Source : [IRI GIRA Foodservice](#)

<sup>2</sup> Source : ADEME, *Empreinte énergétique et carbone de l'alimentation en France*, janv 2019



la demande ne sont pas identiques et varient, ce qui donne lieu à des périodes d'ajustement qui freinent l'intégration de produits durables en restauration commerciale.

➤ L'accessibilité par le prix

Les produits issus de productions durables sont en moyenne plus chers ou perçus plus coûteux bien que de nombreux-euses restaurateur-ices parviennent à s'approvisionner en produits durables à des coûts supportables. Un frein psychologique, lié au coût perçu de ces produits, a pu être identifié par Écotable chez des restaurateur-ices et consommateur-ices.

➤ La situation économique des restaurants

En période inflationniste, la situation économique des restaurants notamment accompagnés sur le territoire de Marseille a rendu le changement de pratiques des restaurateur-ices, associé à une évolution d'un ensemble de procédés (en matière de logistique, etc.) compliqué.

De nombreux leviers, à première vue accessibles, ont été identifiés et peuvent être actionnés pour réduire l'impact environnemental dû à ce secteur. Si l'impact carbone, relativement facilement quantifiable, se trouve au cœur de cet accompagnement, il ne s'agit pas du seul enjeu soulevé par les pratiques de la restauration commerciale.

➤ Pratiques d'achat des restaurants commerciaux : les matières premières comme premier levier d'accompagnement des restaurateur-ices

Les denrées achetées par les restaurants constituent un levier d'action à travailler en premier lieu étant donné qu'elles représentent 80% des émissions de GES des restaurants (cf. étude ADEME citée précédemment). Écotable analyse cet axe de manière très poussée (à travers l'analyse de factures d'achat sur une période donnée) afin de pouvoir construire des recommandations relatives au poids carbone des restaurants accompagnés mais également en lien avec d'autres aspects, moins facilement quantifiables à l'échelle d'un restaurant tels que la préservation de la biodiversité, la contribution à l'économie locale, l'acculturation et la sensibilisation des consommateur-ices et des salarié-es, etc.

Cette analyse amène généralement Écotable à diriger les restaurateur-ices vers plus de produits bio, de saison et locaux.

➤ Consommation d'énergie : une réduction de la consommation d'énergie motivée par des préoccupations environnementales et économiques

Le travail qui peut être engagé par les restaurateur-ices sur leurs consommations d'énergie présente un intérêt double : il permet à la fois d'améliorer son impact environnemental mais également de réduire ses dépenses.

L'eau constitue une ressource sur laquelle l'analyse peut être poussée : il est en effet possible de mettre en lien direct les pratiques des restaurateur-ices et la consommation d'eau au sein d'un restaurant.



## 2.5. L'ACCOMPAGNEMENT CONCRET DE RESTAURATEUR·ICES PAR ECOTABLE

Écotable met en place différentes actions visant à accompagner les restaurateur·ices vers des démarches de transition auprès des collectivités, dont :

- L'organisation de session de sensibilisation
- La proposition de formations destinées aux restaurateur·ices, financées par les collectivités
- La réalisation de mesure d'impact
- La labellisation durable de restaurants

L'activité d'Écotable se traduit aujourd'hui par l'accompagnement de **8 collectivités territoriales** et **85 restaurateur·ices accompagnés** (dont 30 ont suivi une formation) mais aussi **34 restaurants labellisés** dont 22 sont situés à Marseille. La moitié des restaurants accompagnés ne sont pas déjà dans une démarche de restauration durable.

Le coût pour les restaurateur·ices est celui des analyses, et de l'accès aux ressources de la plateforme Impact. Le tarif est par établissement et dépend du volume de données à analyser, cela démarre à 750€ HT/an/établissement.

### BONNES PRATIQUES

#### Les arguments pour mobiliser les restaurateur·ices éloigné·es des démarches de restauration durable :

##### Sensibilisation :

- à l'impact environnemental des approvisionnements non durables
- à l'impact sur la santé des consommateurs
- aux attentes des consommateurs

##### Arguments économiques :

- Plus de végétal, réduire la part de viande permet de réduire les coûts matière
- Démarcation par rapport à la concurrence
- Au delà des approvisionnements, se lancer dans une démarche durable permet de faire des économies (gaspillage alimentaire, consommations de ressources naturelles, énergétiques)
- Recrutements facilités car les démarches durables sont de plus en plus valorisées





## 3. Le rôle des acteur·ices de territoire dans l'accompagnement des restaurateur·ices

par Aurélie MÉCHIN, chargée de mission développement durable à l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille

### 3.1. CONSTRUIRE L'ENGAGEMENT D'UN ACTEUR DE TERRITOIRE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

Héritage laissé par le [Congrès mondial de la nature](#) qui a eu lieu en 2021, l'engagement de l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille (ODTLCM) s'est progressivement construit face à l'identification du potentiel rôle de la structure dans l'accompagnement des professionnels vers des pratiques durables. Ce rôle est mis en lien avec la volonté de préserver le territoire et développer un tourisme économiquement compétitif.

### 3.2. L'ACCOMPAGNEMENT DU SECTEUR DE LA RESTAURATION PAR UN ACTEUR DE TERRITOIRE : POURQUOI ?

L'action de l'ODTLCM en faveur d'une restauration commerciale plus durable a été mise en place grâce à la volonté de la structure d'accompagner le secteur vers plus de résilience et de solidarité, en cherchant à participer à sa décarbonation et à veiller à son ancrage territorial.

Le constat initial qui a permis l'implication de l'ODTLCM sur le sujet est lié à une prise de conscience de l'impact environnemental de la restauration et de l'hébergement nécessaire à l'accueil de visiteurs touristiques. En parallèle, l'alimentation est apparue comme un sujet transversal, en lien avec d'autres sujets traités sur le territoire tels que l'agriculture urbaine, l'économie circulaire, l'artisanat, la santé ou encore la coopération locale.

L'idée des actions portées par l'ODTLCM est, in fine, d'atteindre un équilibre entre satisfaction des visiteurs et préservation des ressources mobilisées pour ce faire à travers la restauration qui fait partie intégrante de l'expérience touristique.

### 3.3. L'ACCOMPAGNEMENT DU SECTEUR DE LA RESTAURATION PAR UN ACTEUR DE TERRITOIRE : COMMENT ?

L'accompagnement du secteur de la restauration commerciale ainsi intégré aux priorités de l'ODTLCM, l'objectif a été de rendre cet accompagnement effectif.

➤ Le choix d'un partenariat avec Ecotable

Ecotable est apparu comme un partenaire solide, en mesure de pérenniser la transition des candidat·es restaurateur·ices sur le long terme et avait la capacité à les accompagner sur toute la durée de leur démarche. Ecotable a aussi présenté l'intérêt d'accompagner tous types de restauration



: du fast-food au restaurant étoilé. Enfin, la reconnaissance d'Ecotable et sa force de communication ont constitué des atouts majeurs de l'entreprise.

➤ Un programme de labellisation

Le fait de faire le choix d'un programme de labellisation a été motivé par l'identification d'un bénéfice multiple : d'abord, ce partenariat a permis aux restaurateur·ices et à l'ODTLCM de conserver le contrôle du processus de transition et ainsi inscrire les démarches des restaurateur·ices en dehors de toutes actions de greenwashing. Puis, le partenariat entre l'ODTLCM et Ecotable a représenté une opportunité de fédérer une communauté de restaurateurs. Enfin, ce programme permet de contribuer au marketing territorial réalisé par l'office de tourisme.

➤ Temporalités de l'action

Le programme d'accompagnement coordonné par l'ODTLCM s'étend sur trois années. Le fait d'étendre l'accompagnement sur trois ans a permis de répondre à un manque de temps identifié comme un premier frein à leur engagement dans ce type de démarche par les restaurateur·ices.

➤ Un budget mobilisé par l'ODTLCM

Le budget mobilisé par l'ODTLCM a permis de couvrir l'ensemble des frais de labellisation de 60 restaurants pour la première année puis, des subventions de la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur ont permis de contribuer aux frais de labellisation des restaurants en deuxième et troisième année de programme à hauteur de 40% de ceux-ci. Le manque de moyens financiers constituait le second frein identifié par les restaurateur·ices.

### 3.3. L'ACCOMPAGNEMENT DU SECTEUR DE LA RESTAURATION PAR UN ACTEUR DE TERRITOIRE : QUELS RÉSULTATS ?

Le programme d'accompagnement de la restauration commerciale vers plus de durabilité coordonné par l'ODTLCM a d'ores et déjà permis de labelliser une vingtaine de restaurants et d'en accompagner 60 au total.

➤ Mobilisation de restaurateur·ices

Si la mobilisation des restaurateur·ices par un tiers peut paraître à première vue compliquée, pour autant, l'expérience de l'ODTLCM montre que cette mobilisation peut se faire en plusieurs temps afin d'aboutir. L'ODTLCM a en effet fait le choix de mobiliser dans un premier temps des restaurateur·ices engagé·es dans ce type de démarches. Ce choix a constitué une opportunité de commencer par récompenser leur engagement. Puis, progressivement, d'autres restaurants ont été ciblés, grâce à la levée d'autres freins. Grâce à l'adaptation de son discours, ce qui pourrait apparaître comme des contraintes liées au programme d'accompagnement est mieux accepté et permet d'intégrer d'autres profils dans la démarche.

➤ Intégration de produits bio dans la soixantaine de restaurants accompagnés



Si tous les restaurateur·rices voulaient aujourd'hui s'approvisionner en produits bio français, l'offre manquerait. Pour autant, l'intégration progressive de produits bio en restauration hors domicile est très intéressante étant donné qu'elle traduit une augmentation de la demande directement identifiée par les producteurs et grossistes et a ainsi un impact sur le développement de l'agriculture biologique. L'Agence Bio pourrait être un partenaire aux côtés des offices de tourisme pour valoriser les restaurateur·ices engagé·es.

L'obtention du label Écotable nécessite un minimum de produits biologiques ou issus de filières durables ayant fait l'objet d'études approfondies de la part d'Écotable. Le label Écotable propose trois niveaux de label qui nécessitent respectivement 15%, 30% et 50% de produits bio. Ces chiffres se situent alors largement au-dessus de la moyenne nationale qui affiche 1,67% de produits bio (en valeur d'achat) dans la restauration commerciale<sup>3</sup>.

## 4. Changement de pratiques en restauration commerciale : retour d'expérience d'une restauratrice

*par Céline Mingam, cheffe de l'Ourse, Nantes*

### 4.1. L'OURSE : EXEMPLE DE RESTAURANT ENGAGÉ

L'Ourse est un petit restaurant de 35 couverts situé dans le centre ville de Nantes, qui repose sur une équipe de 4 à 5 personnes (dont 2 en salle). Acheté il y a 5 ans par Céline Mingam, le restaurant a la réputation de proposer un bon rapport qualité/prix.

La carte de l'Ourse est brève : deux entrées, deux plats et deux desserts constituent l'ensemble des options proposées. Toutefois, la composition de l'offre évolue quotidiennement.

Céline a fait le choix de peu communiquer sur les pratiques et l'offre durable du restaurant, comptant alors sur le pouvoir du bouche à oreille. Un choix qui a fait ses preuves et lui a tout de même permis d'apparaître dans plusieurs guides de restauration.

### 4.2. L'ÉQUATION PRIX-QUALITÉ-ÉQUILIBRE-TEMPS COMME GUIDE DES PRATIQUES DES RESTAURATEUR·ICES

L'activité des restaurateur·ices repose sur une équation prix-qualité-équilibre-temps en perpétuel ajustement et dont l'équilibre est parfois difficile à trouver. C'est aussi à travers son rapport à l'utilisation de produits d'origine animale que Céline parvient à travailler cette équation. En effet, si des plats carnés sont cuisinés à l'Ourse, une proposition végétarienne est aussi faite à la demande. Revient au personnel la responsabilité de communiquer sur cette proposition. Cependant, la grande majorité des entrées proposées sont aujourd'hui végétariennes à l'Ourse. Ces pratiques sont rendues possibles par des astuces identifiées par la cheffe, permettant de lever les appréhensions liées à la réduction ou l'absence de produits carnés dans les assiettes des restaurants, qui rendrait les plats peu

---

<sup>3</sup> Source : Agence BIO/ANDI, Gira FoodService 2022



nourrissants et ennuyeux. A titre d'exemple, lorsque des produits d'origine animale sont intégrés dans les entrées proposées dans le restaurant, Céline fait le choix de poissons fumés qui présentent la particularité d'avoir une présence gustative particulièrement importante. Le fait de limiter leur quantité est alors pertinent tant sur le plan environnemental, qu'économique et gustatif. Concernant le dressage des assiettes, Céline place les légumes ou les céréales sur la viande ou le poisson, ce qui joue sur la perception du plat par le consommateur.

Les quantités de viande intégrées aux assiettes de l'Ourse ont ainsi été limitées : certaines entrées ne comptent plus que 20 ou 30g de poissons fumés tandis que les plats contiennent moins de 100g de viande ou poisson, contre 250g dans une "assiette traditionnelle". Cela implique d'apporter un soin particulier aux autres aliments qui composent l'assiette, de réfléchir autrement la composition et la présentation.

### 4.3. L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS DURABLES : ENJEU CLÉ DU CHANGEMENT DE PRATIQUE DES RESTAURATEUR·ICES

Le changement de pratiques (ici concrétisés par la végétalisation du menu et l'approvisionnement en produits bio et locaux essentiellement) au sein du restaurant l'Ourse a été motivé par des préoccupations d'ordre environnementales et sanitaires qui prennent aujourd'hui une dimension économique également.

L'approvisionnement en produits bio et locaux soulève pour autant un enjeu à faciliter l'accès des restaurateur·ices à ces produits. Le témoignage de Céline Mingam a permis de mettre en lumière les multiples difficultés auxquelles elle fait face pour s'approvisionner ainsi. Si le territoire de Nantes Métropole est riche de producteur·ices en agriculture biologique (qui concerne 26,2% et 32% des fermes), il reste parfois difficile pour les restaurateur·ices d'identifier ces producteurs, de prendre du temps pour aller à leur rencontre mais aussi de gérer des relations commerciales avec une multitude de producteur·ices. Une autre difficulté concerne l'approvisionnement de la viande en circuits courts car il est plus difficile pour les petits producteurs de fournir des pièces identiques. Ils préfèrent vendre des carcasses ou demi carcasses contrairement à un gros fournisseur, ce qui pose ensuite des problèmes de stockage pour les restaurants.

Parmi les initiatives qui contribuent à lever ce frein lié à l'approvisionnement, le [Kiosque Paysan](#) apparaît comme un modèle en développement sur le territoire de Nantes Métropole. Le Kiosque Paysan est une organisation tripartite avec d'un côté un réseau de producteur·ices (initié par les organisations paysannes du territoire : Terroirs 44, GAB 44, la coopérative d'installation en agriculture paysanne, etc.), les Bouillonnantes (association de fédération des restaurateur·ices), aussi ouverts aux autres commerces de bouche. Le Kiosque Paysan est actuellement une association qui a vocation à devenir une coopérative. Le principe repose sur le travail d'un logisticien qui réalise le tour du département, de façon hebdomadaire, ainsi que sur l'organisation de livraisons (réalisées à vélo) sur le territoire de Nantes, chaque jeudi. L'association a également permis un deuxième créneau de livraison, chaque mardi, grâce à des producteur·ices qui livrent directement leurs produits sur la plateforme de Nantes. Il s'agit alors d'une organisation micro-logistique qui s'appuie sur la mutualisation des flux pour faciliter l'approvisionnement des structures intéressées. 50



producteur-ices et 160 client-es sont aujourd’hui impliqués-es dans le projet et 1000 produits accessibles par le biais de la plateforme. Dans sa recherche d’autonomie financière, le Kiosque Paysan prélève 7 à 12% du chiffre d’affaires des producteur-ices, ce qui correspond aux frais qu’ils auraient eu si ils-elles géraient eux-elles-mêmes la logistique de leurs ventes.

Le Kiosque Paysan permet à Céline de n’avoir qu’une seule facture pour une diversité de produits, cependant, il reste nécessaire de compléter avec d’autres fournisseurs pour les produits complémentaires.

## RESSOURCES ISSUES DES TÉMOIGNAGES

### Les entretiens et publication de Céline Mingam

- [Podcast de l’assiette nantaise](#)
- Les [livres de recettes](#)

### Les associations - structures ressources

- L’[association Les Bouillonnantes](#), fédératrice et accompagnatrice de restaurateur-ices engagés-es sur le territoire de Nantes Métropole
- Le [Kiosque Paysan](#) est une association qui facilite la mutualisation logistique au service des circuits courts, locaux et paysans dans la région nantaise en garantissant un juste prix aux producteur-ices.
- Le [RMT Alimentation Locale](#) anime un groupe d’expertise transversale sur la logistique des chaînes alimentaires courtes de proximité (CACP)
- L’[Alliance des tables libres et vivantes](#)

### Études et formations

- Etude “[Empreinte énergétique et carbone de l’alimentation en France](#)” de l’ADEME, janv 2019
- Etude “[Agriculture bio : quels débouchés pour sauver la filière](#)” de la Fondation pour la Nature et l’Homme
- Le [programme de formation “anti-gaspillage”](#), proposé par l’Office de Tourisme de Lyon, accessible gratuitement pour les restaurateur-ices
- Guide “[10 conseils pour développer son offre végétale](#)”, par l’Institut de la gastronomie végétale



## 5. LES ACTIONS À VENIR AVEC ALTAA

### 5.1 LA SUITE DU PROGRAMME D'ACTION 2023-2024 SUR L'ÉVOLUTION DES ENVIRONNEMENTS ALIMENTAIRES

#### ➤ Mouans-Sartoux mobilise ses restaurateur-rices au sein du collectif de porteur-ses de projets pilotes

Approfondissement du sujet de l'accompagnement de la restauration commerciale pour contribuer à l'évolution de notre alimentation vers des assiettes plus durables et végétales avec la Maison de l'Éducation à l'Alimentation Durable de Mouans-Sartoux, un des 5 porteur-ses de projets pilotes qui coopèrent avec ALTAA.

Plus d'info : <https://www.altaa.org/accompagner-levolution-des-comportements-alimentaires/>

#### ➤ Nouveau projet autour des enjeux de la grande distribution

L'enjeu pour ALTAA est d'accompagner et outiller les acteur-rices des territoires pour considérer les enjeux liés à la grande distribution dans les démarches de transitions agricoles et alimentaires.

En coopération avec le Réseau Action Climat et un consortium de partenaires européens coordonné par l'ONG Feedback, l'action sera complémentaire d'autres interventions aux échelles nationales et européennes pour accélérer l'évolution de l'offre de la grande distribution. Plus d'infos à venir.

### 5.2 POUR CONTRIBUER A LA DYNAMIQUE DE L'ALLIANCE

#### ➤ Signer la Charte d'ALTAA

En [signant la Charte](#), vous devenez allié-e de l'alliance et vous vous engagez dans la dynamique de coopération et de montée en compétence collective !

Vous bénéficiez alors de l'accès à la liste de discussion, de l'intelligence collective de vos pairs et de l'opportunité de visibiliser largement vos actions.

#### ➤ Inscription au bulletin

[Inscrivez-vous au bulletin d'information](#) pour être au courant des dernières actualités et ressources

#### ➤ Contacter ALTAA

[contact@altaa.org](mailto:contact@altaa.org)

Pour être à la hauteur des enjeux,  
nous devons être ambitieux-ses.



 1<sup>ère</sup> RENCONTRES NATIONALES  
à l'Académie du Climat, Paris, 11/10/2023

 Aline Rollin

