CENTRE DE RESSOURCES ECONOMIE CIRCULAIRE ET DECHETS

Opération Ecobox

Communauté d'Agglomération d'Angers Loire Métropole

Bp 80 011
49105 Angers

Voir le site internet

Auteur : Myriam Larue
myriam.larue@angersloiremetropole.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Depuis le 1er janvier 2016, les gros producteurs de biodéchets de 10t/ an et plus sont concernés par le tri et la valorisation des biodéchets. Des restaurants sont concernés sur le territoire d'Angers Loire Métropole. Par ailleurs, la collectivité sensibilise à la lutte contre le gaspillage alimentaire. Elle souhaite sensibiliser et les restaurateurs et les convives à l'utilisation de boites pour emporter les restes de repas non consommés.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- Sensibiliser les clients des restaurants à la possibilité de repartir avec son repas non terminé (pour diverses raisons : trop copieux, petite faim, rassasié plus vite que prévu, ...)

- Sensibiliser les restaurateurs à la possibilité de proposer des boîtes à emporter auprès de leur clientèle

- Soutenir les restaurateurs dans la réduction des déchets

Résultats quantitatifs

- 2 500 boites à emporter achetées (boite pliable en silicone), appelées Ecobox

- 11 restaurants volontaires pour l'expérimentation (un 12ème s'étant désisté cherchant un autre contenant plus durable)

- 800 boites remises aux restaurateurs (50 à 100 unités/restaurant, selon le nombre de couverts/jour)

- 1 an après : 450 boites remises à la clientèle

Résultats qualitatifs

- remise d'un kit de communication avec les Ecobox (vitrophanie, stickers pour les cartes menu, post-it rappelant les consignes de conservation et de consommation)

- opération appréciée des clients

- communication à renforcer

- finalement, peu de restes dans les assiettes

MISE EN OEUVRE

Description de l'action

Remise de 800 boites Ecobox auprès de 11 restaurants volontaires et d'un kit de communication (+ fiche mémo pour le personnel).

Planning

- avril 2015 : benchmark

- mai-juin 2015 : présentation du projet et réflexion avec les structures locales de la restauration (CPIH) et les fournisseurs de la restauration (MIN, METRO, Promocash), avec ALDEV (agence de développement économique) + prise de contact avec la direction départementale des services vétérinaires

- juillet-décembre 2015 : préparation et réalisation d'une enquête auprès des restaurateurs (en novembre) et d'une enquête auprès des consommateurs (novembre-décembre) + choix du contenant

- janvier - mars 2016 : préparation de la communication et des supports / convention avec les restaurants volontaires

- 2ème quinzaine de mars 2016 : remise des boites Ecobox et du kit de communication - lancement de l'opération - communiqué de presse

Moyens humains

- 1 chargée de mission : réalisation opérationnelle

- 1 responsable du service prévention : coordination et suivi

- 1 référente communication en lien avec la Direction de la Communication

- équipe dédiée aux professionnels : venue en renfort ponctuellement lors des enquêtes auprès des restaurants

- directrice adjointe ALDEV : participation aux rencontres avec les divers partenaires de la restauration

Moyens financiers

- achat des 2 500 boites à lunch pliables en silicone avec 2 compartiments et 1 cuillère/fourchette, marquées : 15 000 €

- conception graphique pour la campgane : 970 €

- boites pour enquêtes clients : 50 €

- kit de communication : 1 400 €

Moyens techniques

- enquêtes et chevalets

- boites à emporter et kit de communication

- véhicule

Partenaires mobilisés

- ALDEV

- CPIH

- METRO, MIN, Promocash

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

- opération relayée par les fournisseurs des restaurateurs et par la fédération des restaurateurs (CPIH)

- échanges avec les restaurateurs sur leur lieu d'approvisionnement ou après leur service lors d'un RDV sur leur gestion de déchets

Difficultés rencontrées

- dans le suivi : changement de gestionnaire/patron du restaurant (le nouveau n'est pas au courant - pas d'info sur le stock de boites)

- pas suffisamment de suivi après la mise en place (lié à départ de personnel)

- personnels de certains restaurants pas suffisamment informés de l'opération : opération non relayée aux clients et notamment clients mystères

- les restaurants engagés, réalisant de la bonne cuisine ne génèrent pas de restes : les clients mangent tout et c'est tant mieux ! cela explique le nombre de boites diffusées aux clients après 1 an

Recommandations éventuelles

- penser à l'après quand il n'y a plus de stock : proposer un dispositif d'aide à l'achat de boites à emporter durables/réutilisables auprès des restaurants ?

Mots clés

HOTELLERIE RESTAURATION | GASPILLAGE ALIMENTAIRE | CAMPAGNE D'INFORMATION

Dernière actualisation

Janvier 2020

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

LAURENCE LEBRETON

laurence.lebreton@ademe.fr

Direction régionale Pays de la Loire