Étude sur la restauration commerciale à Dijon Métropole

Gérants d'établissement

Septembre 2024

Sommaire

1. Présentation de l'étude **3**

2. Données de cadrage **7**

3. Résultats de l'étude **9**

2.1 Profil et activité des établissements 10

2.2 Pratiques d'approvisionnement en denrée alimentaire 19

2.3 Sensibilité RSE et actions mises en place 27

PARTIE 1 :

PRÉSENTATION DE L’ÉTUDE

Contexte et objectifs

CONTEXTE

« Mieux manger, mieux produire » : Dijon Métropole est un territoire engagé dans la transition alimentaire au travers de sa labellisation Territoire d'Innovation et de sa stratégie ProDij. En tant que démonstrateur territorial, la métropole et ses partenaires souhaitent montrer que l'évolution vers un système alimentaire durable est une opportunité de transformation du territoire d'un point de vue environnemental, économique et social.

L'ambition : proposer une alimentation saine et durable à tous les habitants de la métropole, quels que soient leurs revenus

Afin de compléter les travaux déjà réalisés et l'étude du diagnostic de l'auto-suffisance alimentaire, Dijon Métropole souhaite réaliser une étude auprès des clients de la restauration commerciale et des restaurateurs/traiteurs de Dijon Métropole.

Ce rapport présente les résultats de l'enquête menée auprès des restaurateurs/traiteurs de Dijon Métropole

OBJECTIFS DE l'ENQUÊTE AUPRÈS DES RESTAURATEURS/TRAITEURS

- Faire un état des lieux de l'activité des restaurateurs
- Mieux connaitre leurs pratiques d'approvisionnements en produits locaux (denrées alimentaires)
- Evaluer leur sensibilité à la RSE et la mise en place d'actions mises en vue d'améliorer l'impact social et environnemental de leur établissement
- Mesurer leur intérêt vis-à-vis du programme d'accompagnement à l'obtention d'un label éco-responsable

Méthodologie

CIBLE INTERROGÉE

Gérants d'établissements susceptibles de proposer au moins une offre de petite restauration à Dijon Métropole

Entrent dans le périmètre les codes NAF suivants : 55.10Z Hôtels et hébergement similaire, 56.10A Restauration traditionnelle, 56.10C Restauration de type rapide, 56.21Z Service des traiteurs, 56.30Z Débits de boissons, 47.24Z - Comm. détail pain pâtisserie & confiserie (magasin spécialisé), 10.71C - Boulangerie et boulangerie-pâtisserie

MODES DE RECUEIL

Enquête réalisée par téléphone à partir d'un fichier de la CCI de la Côte d'Or Dijon Métropole
=> **119 gérants d'établissements interrogés**

Une question intégrée en début de questionnaire a permis d'identifier ou de confirmer les établissements proposant une offre de restauration (hors petit-déjeuner uniquement) => **Au total, 106 gérants proposant une offre de restauration ont été interrogés**

DURÉE DU QUESTIONNAIRE

13 minutes en moyenne

PÉRIODE D'INTERROGATION

Du 10 juin au 25 juillet 2024

Points sur les difficultés rencontrées

- Absence de communication en amont de la tenue de l'enquête : dans le cadre d'une enquête menée auprès de professionnels, il est important que le commanditaire réalise une communication en amont du lancement de l'enquête afin d'informer les professionnels qu'ils seront contactés par un Institut d'études et de les sensibiliser au sujet de l'enquête et de son intérêt de manière à optimiser le taux de participation. Malheureusement, cette communication n'a pas été réalisée pour cette étude.
- Période d'interrogation moins favorable au regard de l'accroissement de l'activité des restaurateurs : haute saison
- Campagnes de démarches commerciales qui semblent s'être accentuées à partir de la mi-juin (observation réalisée dans le cadre des enquêtes menées par notre Institut d'études et des retours faits par notre prestataire de terrain d'enquête), ce qui a pu pénaliser le taux de décrochage

Méthodologie

REDRESSEMENT

Les données recueillies sur l'ensemble des gérants d'établissements (119 interrogés) ont été redressées à posteriori selon les données de cadrage du site SIRENE à partir des codes NAF composant le périmètre de l'étude, sur la zone de Dijon Métropole :

Structure SIRENE :

	Nombre d'établissements (activité principale de l'établissement)	%
56.10A - Restauration traditionnelle	951	30,4%
56.10C - Restauration de type rapide	940	30,1%
55.10Z - Hôtels et hébergement similaire	313	10,0%
56.21Z - Services des traiteurs	235	7,5%
10.71C - Boulangerie et boulangerie-pâtisserie	320	10,2%
47.24Z - Comm. détail pain pâtisserie & confiserie (magasin spécialisé)	53	1,7%
56.30Z - Débits de boissons	316	10,1%
TOTAL	**3128**	**100%**

Source : https://www.sirene.fr

Données de l'enquête redressées

	Effectif (brut)	% brut	% redressé
56.10A - Restauration traditionnelle	51	42,9%	30,4%
56.10C - Restauration de type rapide	41	34,5%	30,1%
55.10Z - Hôtels et hébergement similaire	5	4,2%	10%
56.21Z - Services des traiteurs	1	0,8%	7,5%
10.71C - Boulangerie et boulangerie-pâtisserie	7	5,9%	10,2%
47.24Z - Comm. détail pain pâtisserie & confiserie (magasin spécialisé)	2	1,7%	1,7%
56.30Z - Débits de boissons	12	10,1%	10,1%
TOTAL	**119**	**100%**	

Vous établissement propose t-il une offre de restauration (hors petit-déjeuner seulement) ?

	Effectif (brut)	% brut	% redressé
56.10A - Restauration traditionnelle	49	46,2%	34,3%
56.10C - Restauration de type rapide	37	34,9%	31,9%
55.10Z - Hôtels et hébergement similaire	2	1,9%	4,7%
56.21Z - Services des traiteurs	1	0,9%	8,8%
10.71C - Boulangerie et boulangerie-pâtisserie	5	4,7%	8,5%
47.24Z - Comm. détail pain pâtisserie & confiserie (magasin spécialisé)	1	0,9%	1,0%
56.30Z - Débits de boissons	11	10,4%	10,9%
TOTAL	**119**	**100%**	

106 gérants d'établissements sur les 119 interrogés proposent une offre de restauration

PARTIE 2 :

DONNÉES DE CADRAGE

QUELQUES DONNÉES DE CADRAGE AU NIVEAU NATIONAL

- Selon une étude Strateg'eat, le **chiffre d'affaires de la restauration rapide continue de croître** ces dernières années avec une augmentation de 11,2 % depuis 2022. Aujourd'hui, la restauration rapide représente 38 % du secteur de la restauration et 56 % des prestations.

- **En 2020, le secteur de la restauration**, englobant les restaurants, services de restauration mobile, traiteurs et autres services de restauration d'après l'Insee, a atteint un **chiffre d'affaires annuel de 52,634** milliards d'euros. Cela représente une baisse de 20% par rapport à 2019, l'année pré-Covid.

- **Selon les chiffres de 2022 de l'Agence Bio**, les **restaurateurs ont alloué 715M d'euros aux produits issus de l'agriculture biologique**. Bien que ce chiffre montre une augmentation de 17 % depuis 2021, il **représente toutefois à peine 2% des achats des professionnels** du secteur.

- La **lutte contre le gaspillage alimentaire** est au cœur des préoccupations environnementales ces dernières années. En 2022, on compte **10 millions de tonnes de déchets alimentaires**. Le 10 février 2020 a été promulguée la loi Agec (loi Anti Gaspillage pour une Economie Circulaire) qui invite à réduire le gaspillage alimentaire de 50 % d'ici à 2030 dans le secteur de la restauration.

QUELQUES DONNÉES DE CADRAGE AU NIVEAU NATIONAL

- Marché de la consommation hors domicile 2018 :
  - **62,8% du chiffre d'affaires est réalisée par la restauration commerciale**, 24,6% par la restauration collective et 12,6% dans les circuits de vente alternatifs (commerces alim, ambulants et saisonniers, etc.). Un **enjeu de poids pour la politique alimentaire de la métropole**

  - **Consommation hors domicile** représente **13,9% des « parts d'estomac » des français** soit 152,5 prestations par habitant pris hors domicile ou livrés en moyenne par an, y compris petits déjeuners

- Distribution et flux alimentaires de la restauration commerciale en 2018 :
  - **61,6% des approvisionnements sont réalisés via les grossistes**
  - 13,8% pour le cash and carry
  - Prestataires logistiques (9,4%)
  - Les **achats/ventes en directs** (industriels, artisans, producteurs, agriculteurs, etc.) représentaient **11,0%.** Ils sont particulièrement importants sur les boissons
  - Circuit de détail (grande surface ou magasins spécialisés) 4,2%

- Achats alimentaires de la CHD (tout type confondus) en 2018 :
  - **36,7%** du chiffres d'affaires en **produits frais** ➔ 57% du CA produits frais vers la restauration commerciale
  - **11% produits d'épiceries** ➔ 59% du CA produits frais vers la restauration commerciale
  - 19,1% surgelés ➔ 59% du CA produits frais vers la restauration commerciale
  - 29,8% boissons froides ➔ 88% du CA produits frais vers la restauration commerciale
  - 3,4% boissons chaudes ➔ 59% du CA produits frais vers la restauration commerciale

Source FranceAgrimer - 2018 - Panorama de la conso alimentaire hors domicile par Girafood

PARTIE 3 :

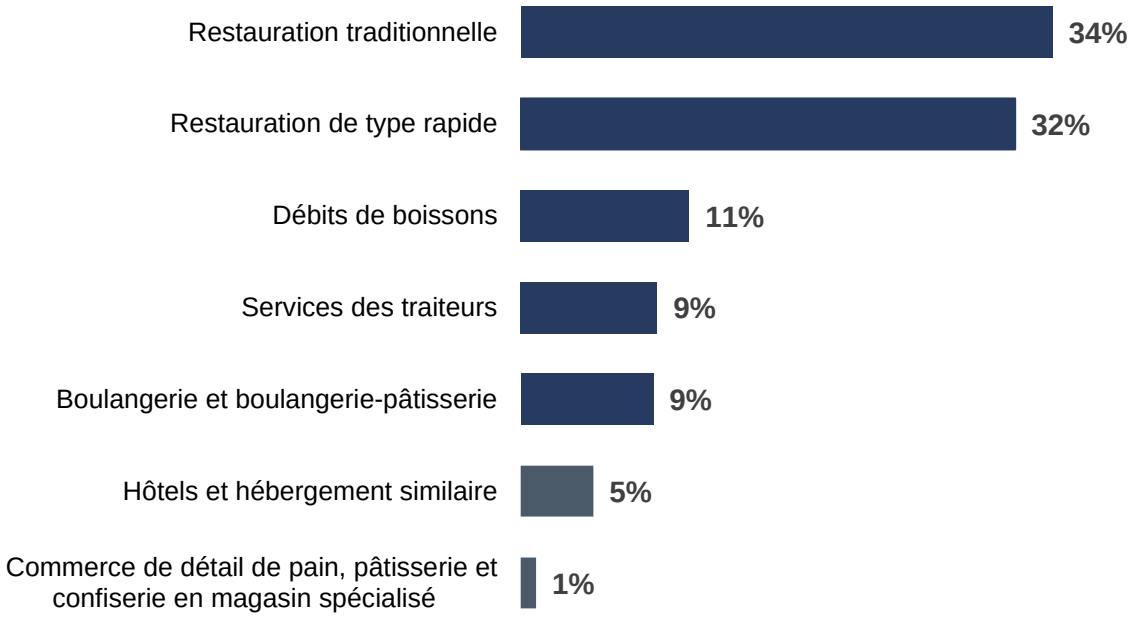
RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

2.1 PROFIL ET ACTIVITÉ DES ÉTABLISSEMENTS

CATÉGORISATION DES ÉTABLISSEMENTS (INFO FICHIER)

Un tiers d'établissements issu de la restauration traditionnelle et un tiers issu de la restauration de type rapide.

Catégorisation des établissements (Code APE)

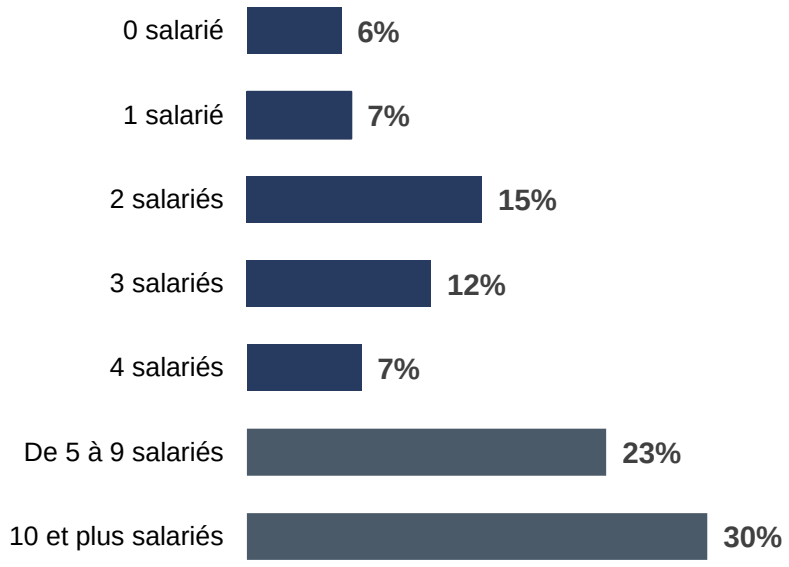


Ensemble des gérants d'établissements (106)

NOMBRE DE SALARIÉS ET CHIFFRE D'AFFAIRES

Les établissements interrogés comptent en moyenne 7 salariés. Le chiffre d'affaires moyen est estimé à 530 000€ toutes catégories confondues.

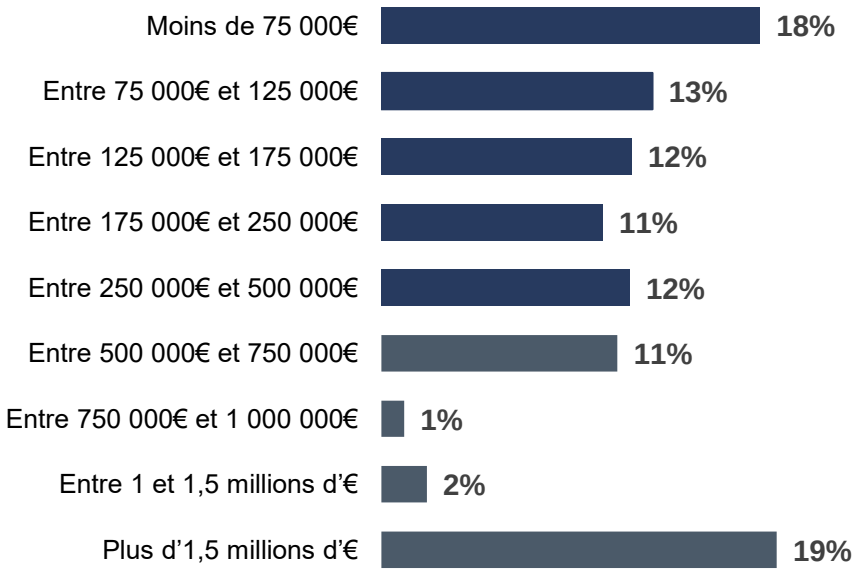
Combien de salariés compte votre établissement ?



Nombre de salariés en moyenne
7,1

Dont
Restauration traditionnelle : 6,0 salariés
Restauration rapide : 5,7 salariés

Pouvez-vous svp nous indiquer dans quelle grande tranche de chiffre d'affaires (TTC) se situe votre établissement ?



Base : gérants d'établissement qui se sont prononcés (65)

35% n'ont pas souhaité répondre

Estimation Chiffre d'affaires moyen
530 000€

Dont
Restauration traditionnelle : 438 000€
Restauration rapide : 249 000€

Ensemble des gérants d'établissements (106)

ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DE L'ÉTABLISSEMENT SELON LES TRIMESTRES

Un recul de la fréquentation qui est davantage ressenti au 1er trimestre par les restaurateurs. Une hausse observée au 2e et 3e trimestre de l'année (haute saison) par la moitié des gérants.

1/5 des gérants précisent ne pas connaitre de saisonnalité dans l'évolution de la fréquentation de leur établissement.

Concernant la fréquentation de votre établissement, quel est ou sont les trimestres où vous observez une fréquentation basse ? Et à l'inverse, une fréquentation haute ?

	Trimestre 1 (janvier-février-mars)	Trimestre 2 (avril-mai-juin)	Trimestre 3 (juillet-août-septembre)	Trimestre 4 (octobre-novembre-décembre)	Ne souhaite pas répondre	Pas de saisonnalité	TOTAL
Basse fréquentation	45%*	15%	29%	27%	5%	20%	**100%**
Haute fréquentation	19%	48%	52%	33%	4%		**100%**

* Guide de lecture : 45% des gérants déclarent connaitre une baisse de fréquentation au 1er trimestre (janvier-février-mars)

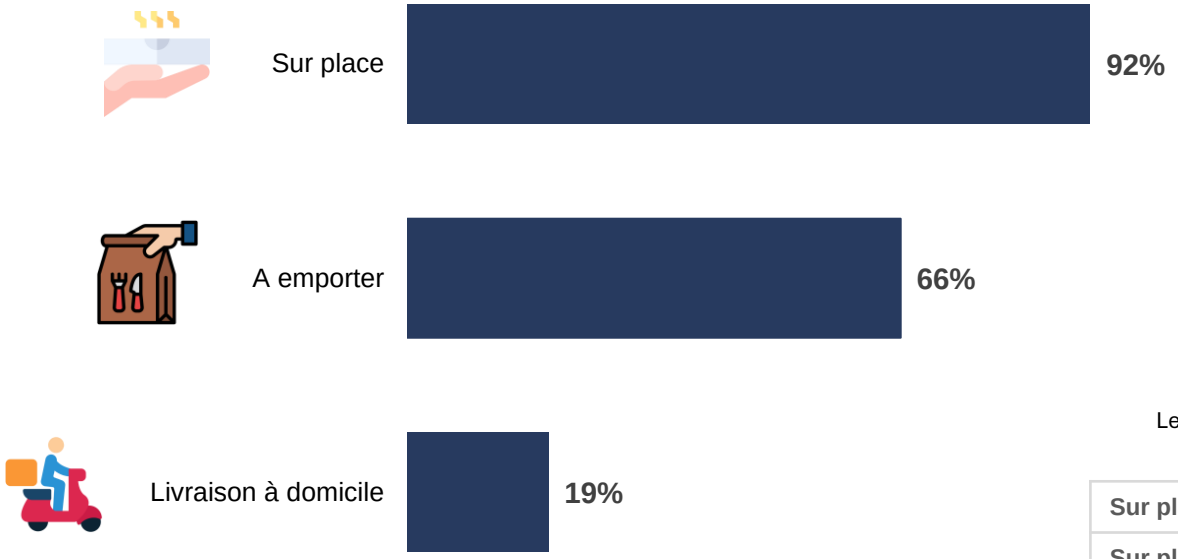
Base : ensemble des gérants d'établissements (106)

MODE DE DISTRIBUTION

Plus de 9 gérants d'établissements sur 10 proposent une restauration sur place dont près de 6 sur 10 à la fois une restauration sur place et à emporter.

2/3 proposent de la vente à emporter. 19% proposent à la fois une restauration sur place, à emporter et livrent à domicile.

Quel(s) mode(s) de distribution proposez-vous ?
(plusieurs réponses possibles)



Zoom sur la restauration traditionnelle et rapide

	Restauration traditionnelle		Restauration de type rapide	
	Effectif	%	Effectif	%
Sur place	35	100%	28	87%
A emporter	20	57%*	25	78%
Livraison à domicile	5	14%	13	41%
Total	**35**		**32**	

* Guide de lecture : 57% des établissements issus de la restauration traditionnelle font de la restauration à emporter.

Les différentes combinaisons des modes de distribution proposés par les gérants

Sur place ET à emporter	58%**
Sur place ET livraison à domicile	19%
A emporter ET livraison à domicile	19%
Les 3 modes de distribution	19%
Uniquement sur place	34%
Uniquement à emporter	8%
Uniquement livraison à domicile	0%

** Guide de lecture : 58% des établissements proposent à la fois de la restauration sur place et à emporter.

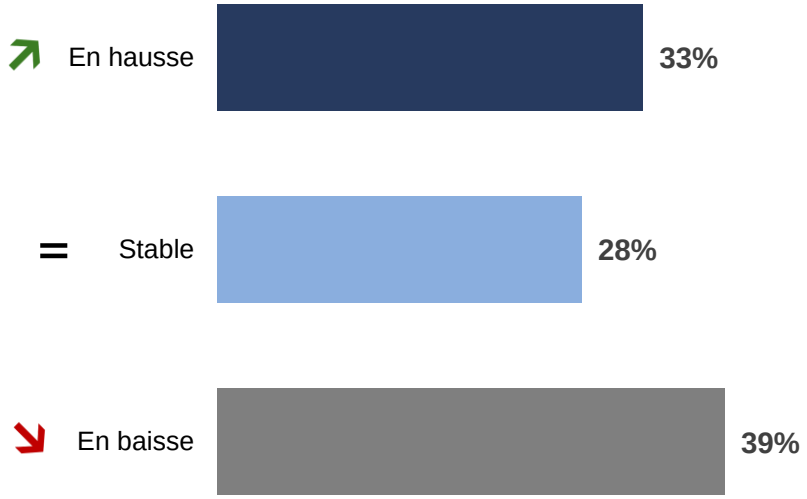
Ensemble des gérants d'établissements (106)

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE COUVERTS SERVIS

Depuis la période post-Covid, les gérants connaissent une situation assez variable d'un établissement à l'autre concernant l'évolution du nombre de couverts servis.
En effet, pour près de 4 gérants sur 10 le nombre de couverts servis est en recul tandis que pour 1/3 des gérants leur chiffre est à la hausse. Un peu plus d'1/4 constatent quant à eux un nombre de couverts servis stable.

Depuis la période post-Covid, vous diriez que le nombre de couverts servis dans votre établissement est :

Question posée aux gérants *dont l'établissement a été créé avant la* période COVID
et qui proposent de la restauration sur place



Base : Gérants d'établissements dont l'établissement a été créé avant la période COVID et qui proposent de la restauration sur place et hors non-réponse (79)

Parmi ceux qui proposent de la restauration sur place, 12% d'établissements créés après la période COVID.

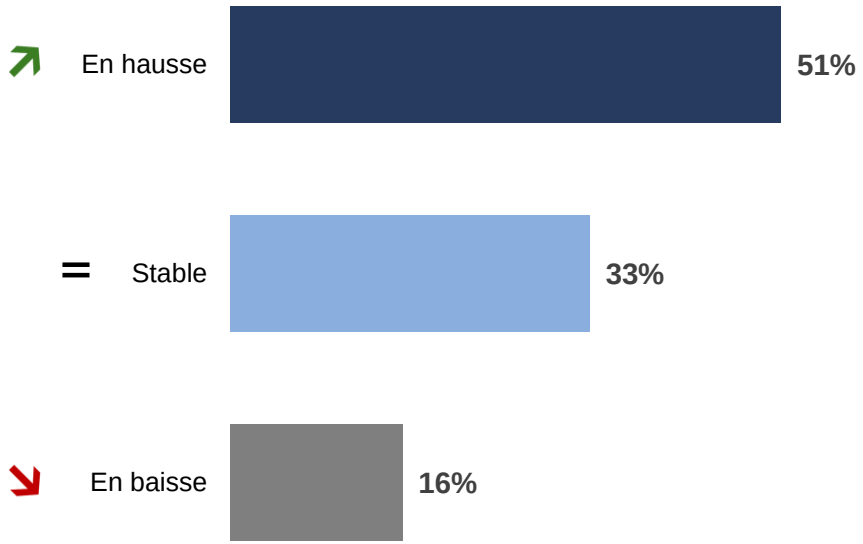
ÉVOLUTION DU TICKET MOYEN PAR CLIENT

Depuis la période post-Covid, l'évolution du ticket moyen par client est perçue à la hausse par la majorité des gérants d'établissements.

Ils sont 1/3 à n'avoir observé aucun changement. Enfin, 16% ont été confrontés à une baisse du ticket moyen.

Depuis la période post-Covid, vous diriez que le ticket moyen par client est :

Question posée aux gérants *dont l'établissement a été créé avant la* période COVID et qui proposent de la restauration sur place



Parmi ceux qui proposent de la restauration sur place, 12% d'établissements créés après la période COVID.

Base : Gérants d'établissements dont l'établissement a été créé avant la période COVID et qui proposent de la restauration sur place et hors non réponse (82)

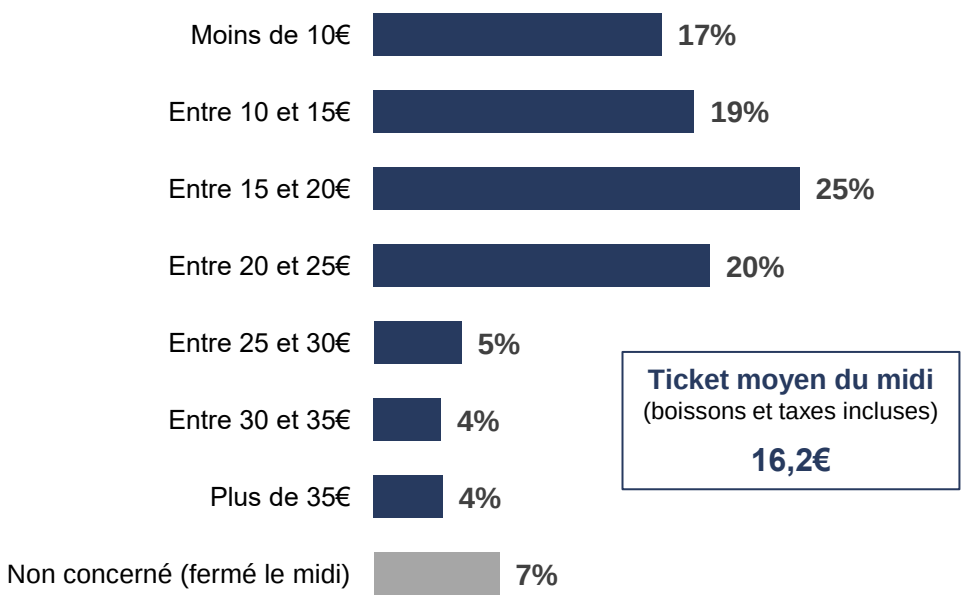
TICKET MOYEN PAR CLIENT (BOISSON ET TAXES INCLUSES)

Pour 2/3 des gérants, le ticket moyen du midi se situe entre 10 et 25€. Il est estimé en moyenne à 16,2€.

Le ticket moyen du soir est un peu plus élevé et se situe en moyenne à 20,6€.

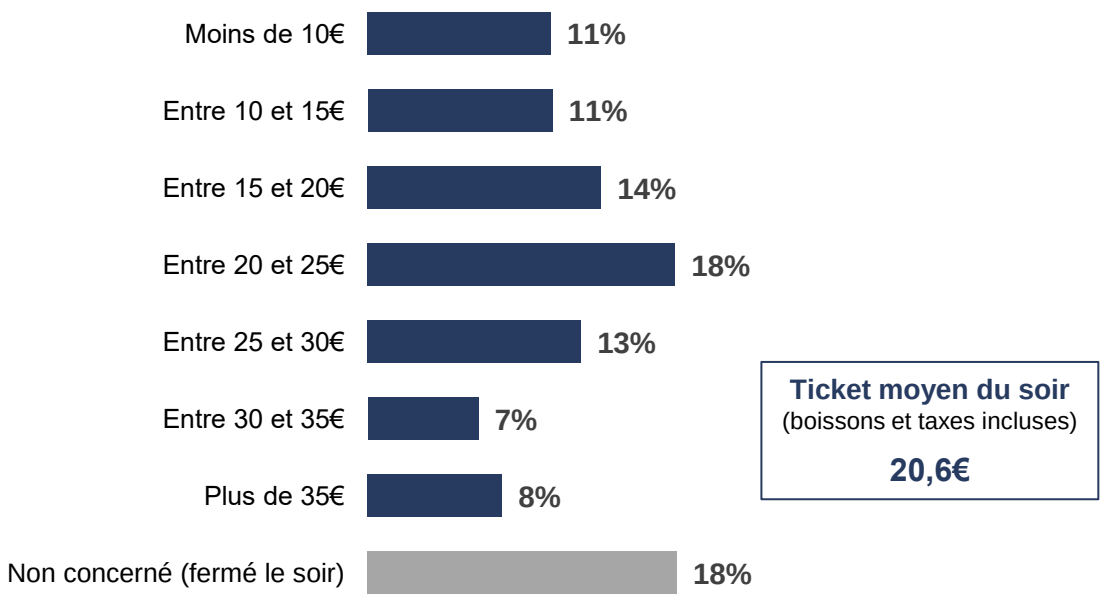
Quel est le ticket moyen par client (boisson et taxes incluses) ?

MIDI



Base : ensemble des gérants d'établissements hors non réponse (102)

SOIR



Base : ensemble des gérants d'établissements hors non réponse (101)

Base : ensemble des gérants d'établissements qui ont accepté de répondre

PART DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE

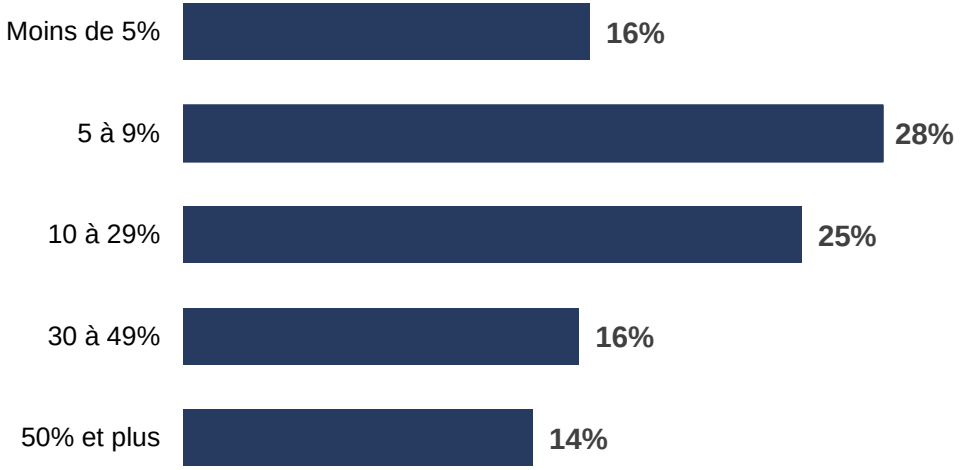
45% des gérants d'établissement accueillent moins 10% de touristes parmi leur clientèle

7 gérants sur 10 ont moins de 30% de touristes dans leur clientèle.

Parmi votre clientèle, et quelle est approximativement la part de touristes, en % ?

Part moyenne de touristes dans la clientèle

18%



Base : ensemble des gérants d'établissements hors non réponse (83)

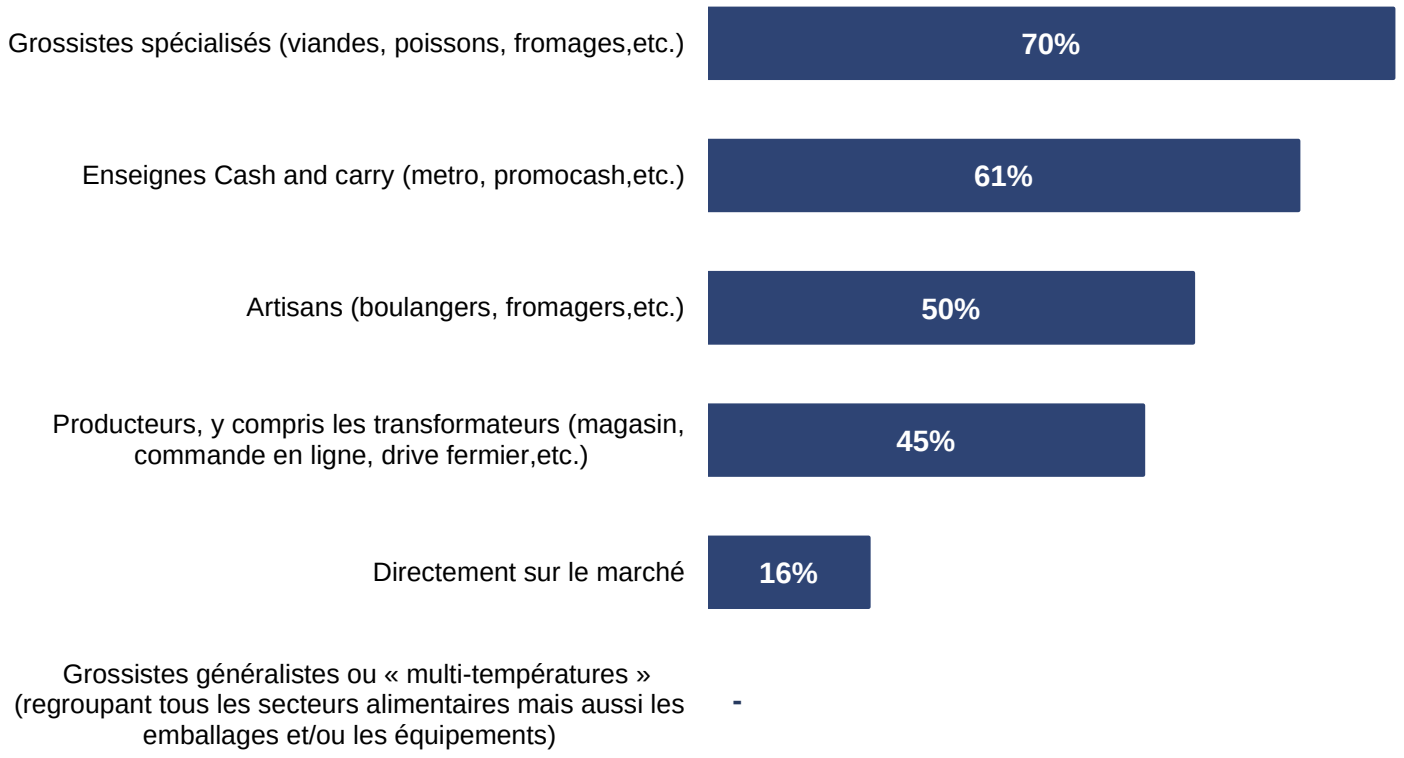
2.2 PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

TYPE DE FOURNISSEURS POUR L'APPROVISIONNEMENT EN DENRÉE ALIMENTAIRE (HORS VINS ET BOISSONS)

Les gérants d'établissement s'approvisionnent le plus souvent auprès de grossistes spécialisés (pour 70% d'entre eux), suivis par les enseignes de Cash and carry) (61%).

Les artisans (boulangers, fromagers…) arrivent en 3e position et sont choisis par la moitié des gérants d'établissements, suivis de près par les producteurs. L'approvisionnement directement sur le marché est limité.

Auprès de quel(s) type(s) de fournisseurs vous approvisionnez-vous pour vos produits alimentaires, en dehors des vins et des boissons :



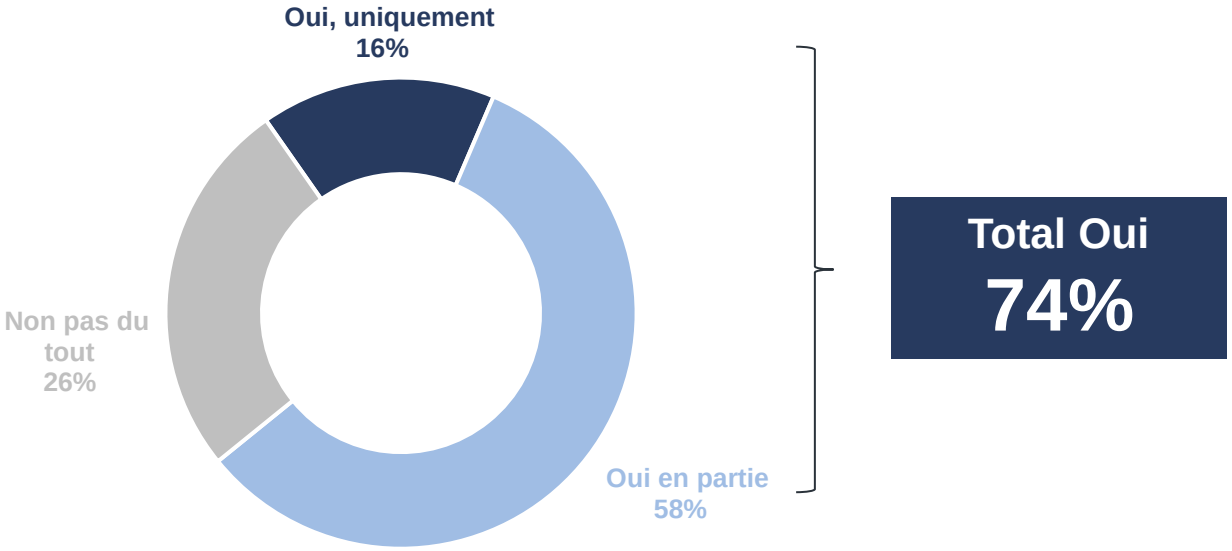
Base : ensemble des gérants d'établissements (106)

SOUHAIT D'ÊTRE APPROVISIONNÉ EN PRODUITS LOCAUX POUR L'ACHAT DE DENRÉES ALIMENTAIRES

3/4 des gérants d'établissement demandent ou cherchent à être approvisionnés en produits locaux pour l'achat de denrées alimentaires.

Il s'agit le plus souvent d'une recherche d'approvisionnement sur une partie de leur achat (pour 58% des gérants).
16% des gérants déclarent chercher uniquement à s'approvisionner en locale pour la partie alimentaire.

Pour l'achat de vos denrées alimentaires (vins et boissons compris), demandez-vous ou cherchez-vous à être approvisionnés en produits locaux, c'est-à-dire des produits issus de la région Bourgogne-Franche-Comté ?



Zoom sur la restauration traditionnelle et rapide

	Restauration traditionnelle		Restauration de type rapide	
	Effectif	%	Effectif	%
TOTAL OUI	**26**	**76%***	**16**	**57%***
Oui, uniquement	3	8%	0	0%
Oui, en partie	23	67%	16	57%
Non pas du tout	9	25%	12	43%
Total	**35**		**28**	

* Guide de lecture : 76% des établissements issus de la restauration traditionnelle demandent ou cherchent à être approvisionnés en produits locaux. Ils sont 57% pour les établissements proposant de la restauration rapide.

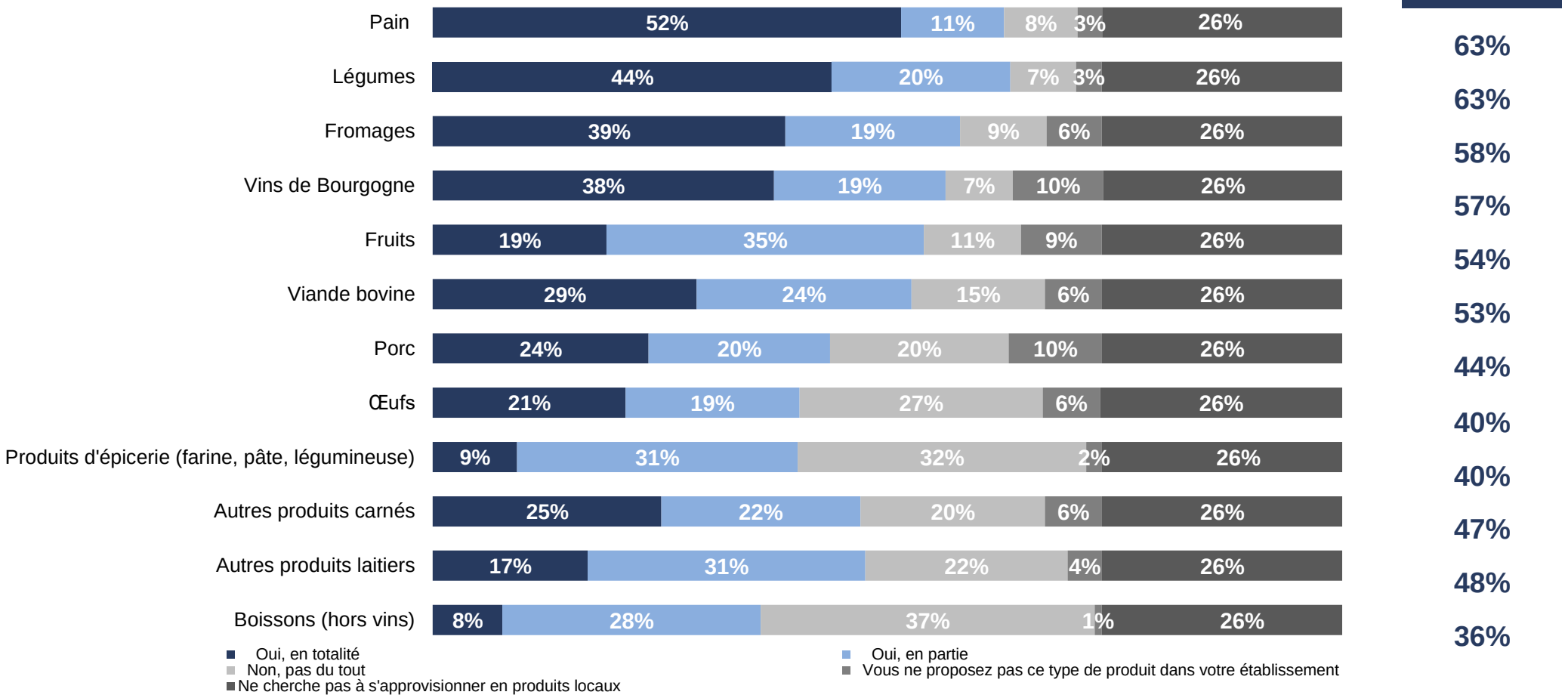
Base : ensemble des gérants d'établissements (106)

APPROVISIONNEMENT EN LOCAL SELON LE TYPE DE PRODUITS

Les approvisionnements en produits locaux concernent davantage le pain, les légumes, les fromages, le vin, les fruits et la viande bovine (plus de la moitié des gérants cherchent à s'approvisionner localement pour ces catégories de produits).

A l'inverse, les boissons (hors vins) sont les catégories de produits sur lesquelles les gérants ont un peu moins d'attente (et probablement moins la possibilité).

Pour quel(s) type(s) de produits cherchez-vous à vous approvisionner localement ?



Quelle part représente les vins de Bourgogne dans votre approvisionnement en vin (%) ?

71% en moyenne

6% ne souhaitent pas répondre

Base : ensemble des gérants hors non réponse

Base : ensemble des gérants hors non-réponse

APPROVISIONNEMENT EN LOCAL SELON LE TYPE DE PRODUITS ET LE TYPE DE FOURNISSEURS

Un type d'approvisionnement en local qui diffère selon la catégorie de produit.

Les artisans sont les premiers fournisseurs choisis en local en ce qui concerne l'approvisionnement en pain (pour 39% des gérants d'établissement). Pour les légumes locaux, les producteurs et les grossistes spécialisés sont privilégiés, quasiment au même niveau, de même que pour l'approvisionnement en fromages et pour la viande de porc. L'approvisionnement en fruits locaux se fait davantage auprès de grossistes spécialisés, un constat similaire pour la viande bovine, les produits d'épicerie ainsi que pour les autres produits carnés et les produits laitiers (hors fromage). Les producteurs sont privilégiés pour l'achat des œufs.

Quel(s) type(s) de produits locaux achetez-vous auprès de chacun des fournisseurs que vous aviez cité précédemment ?

Question filtrée sur le type de fournisseurs et les catégories de produits concernées par l'approvisionnement en local

	Producteurs (y compris les transformateurs)	Artisans (boulangers, fromagers,etc.)	Grossistes spécialisés (viandes, poissons, fromages,etc.)	Grossistes généralistes ou « multi-températures »	Enseignes Cash and carry (metro, promocash,etc.)	Directement sur le marché	Ne s'approvisionne pas en local en général ou pour ce type de produit	Ne propose pas le produit
Pain	10%	**39%***	10%	0%	3%	5%	36%	3%
Légumes	**32%**	3%	**28%**	0%	9%	5%	35%	3%
Fromages	**20%**	**21%**	**17%**	0%	6%	2%	38%	6%
Porc	**20%**	6%	**24%**	0%	4%	3%	48%	11%
Fruits	**20%**	4%	**28%**	0%	7%	4%	39%	9%
Œufs	**19%**	4%	9%	0%	4%	3%	56%	7%
Viande bovine	**23%**	6%	**32%**	0%	4%	2%	43%	7%
Produits d'épicerie (farine, pâte, légumineuse)	9%	5%	**21%**	0%	5%	4%	61%	2%
Autres produits carnés	17%	7%	**30%**	0%	6%	2%	48%	7%
Autres produits laitiers	10%	5%	**26%**	0%	5%	1%	51%	4%

* Guide de lecture : 39% des gérants d'établissement s'approvisionnent en pain au niveau local auprès des artisans

Légende :
X% : résultat qui ressort le plus

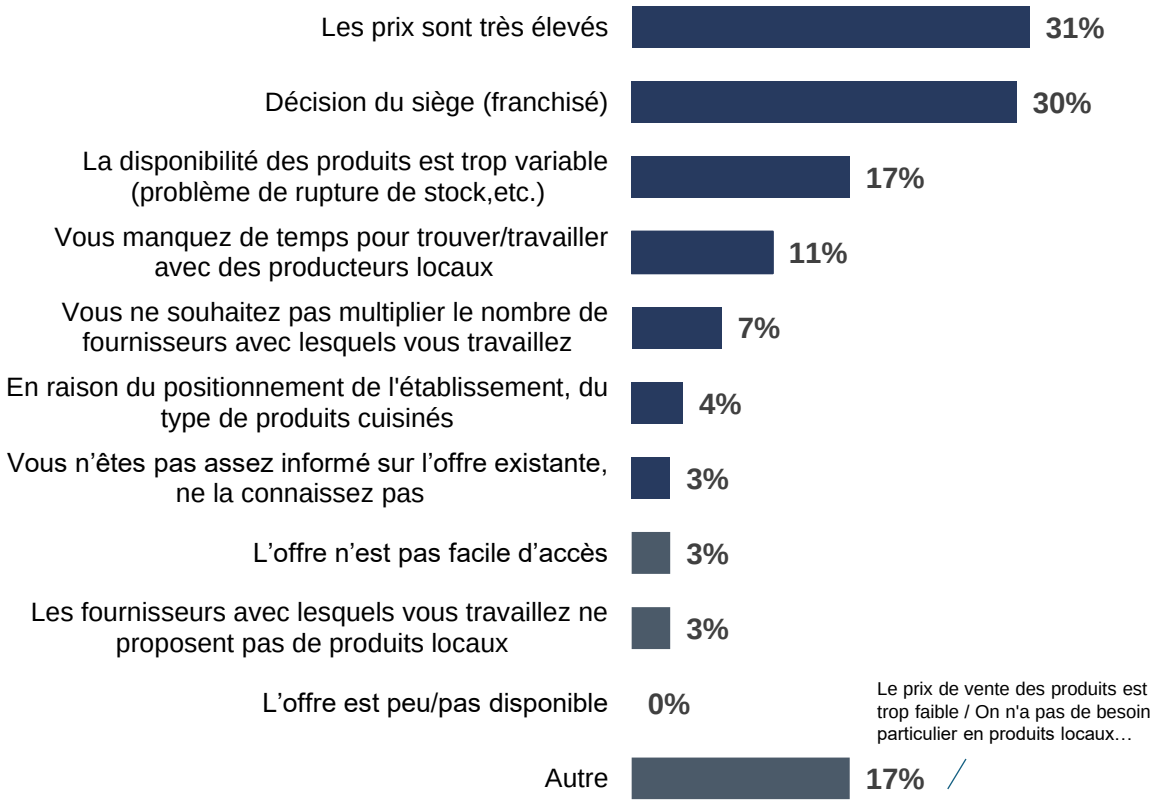
Base : ensemble des gérants hors non-réponse

FREINS À L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS LOCAUX

Des freins à l'approvisionnement en produits locaux qui sont surtout liés aux prix perçus comme très élevés (mais aussi à la décision du siège pour les franchisés).

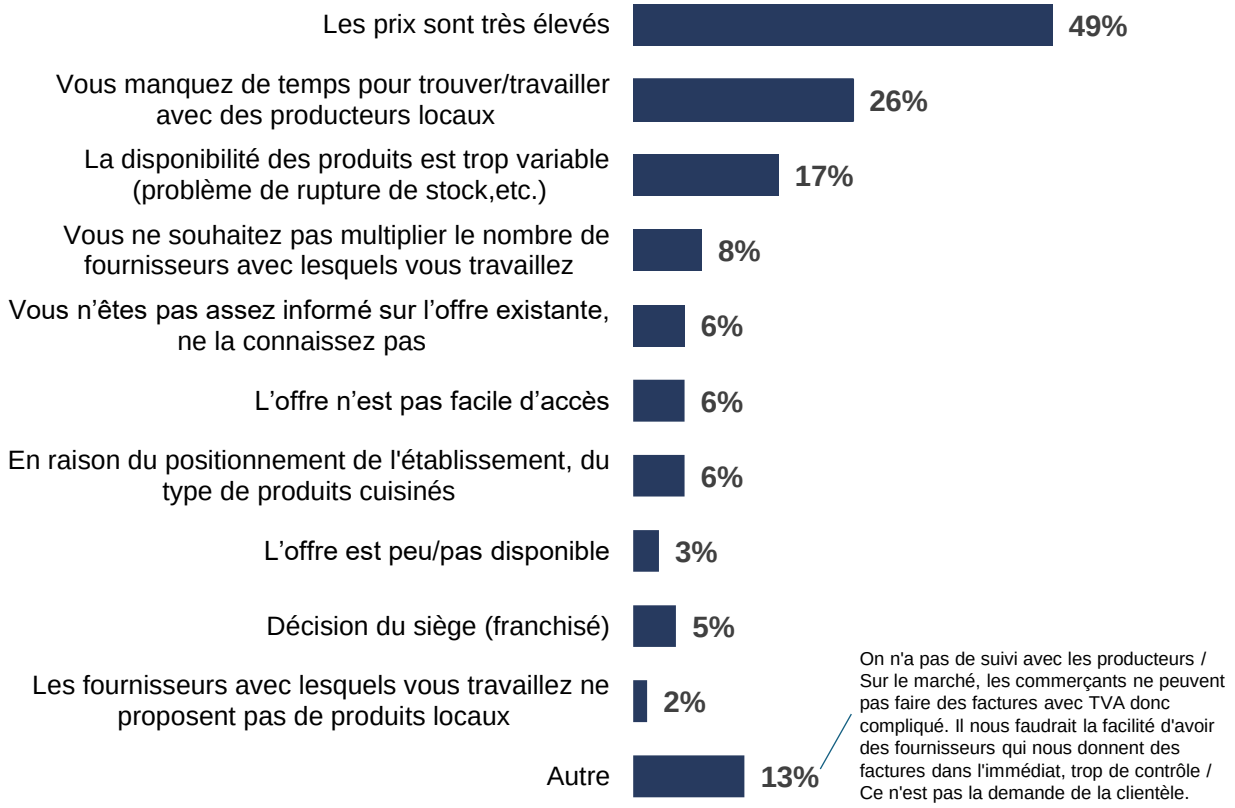
Auprès des restaurateurs qui ne s'approvisionnent pas du tout en produits locaux (base : 29)

Qu'est-ce qui vous freine à vous approvisionner en produits locaux ?



Auprès des restaurateurs qui s'approvisionnent en partie en produits locaux (pas en totalité) (base : 62)

Qu'est-ce qui vous freine à peu vous approvisionner en produits locaux ?

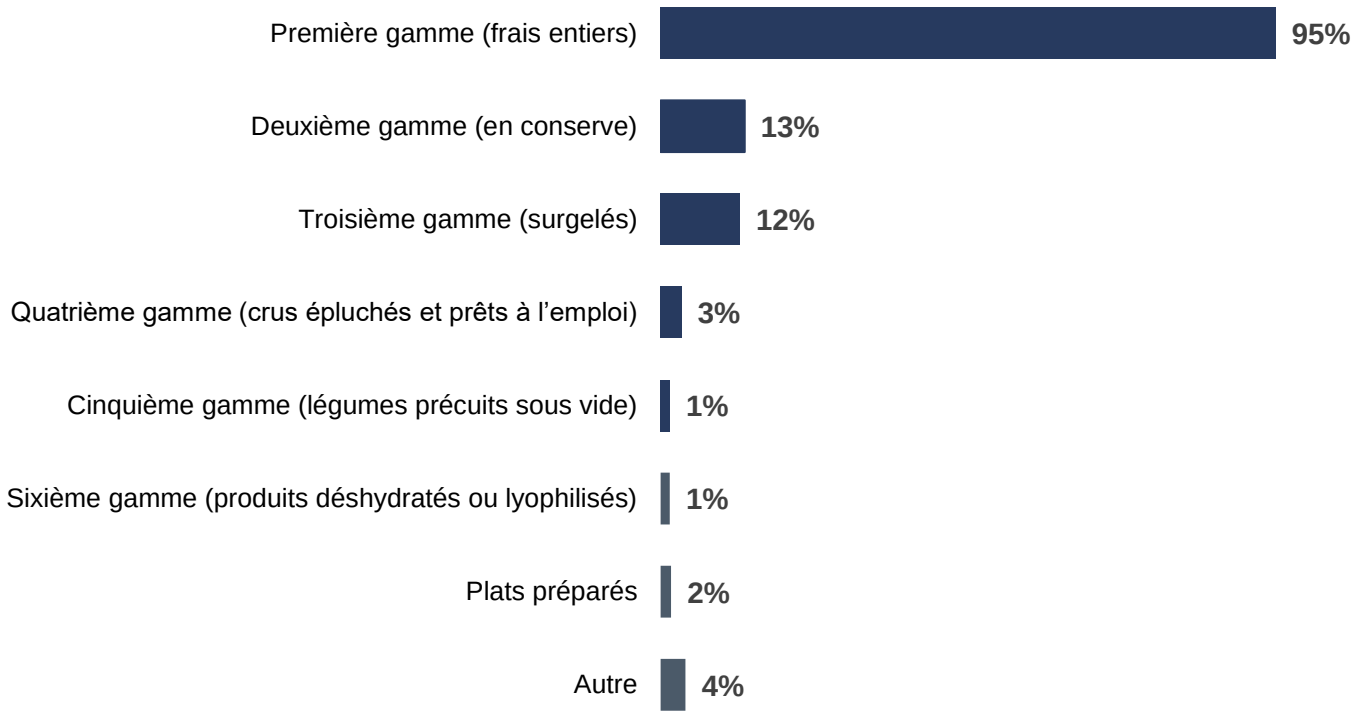


Base : Gérants d'établissements qui s'approvisionnent peu ou pas en produits locaux

NIVEAU DE TRANSFORMATION DES FRUITS ET LÉGUMES ACHETÉS

Concernant le niveau de transformation des fruits et légumes, la quasi-totalité des gérants d'établissements achètent des produits frais (95%).

A quel niveau de transformation achetez-vous habituellement vos fruits et légumes ?



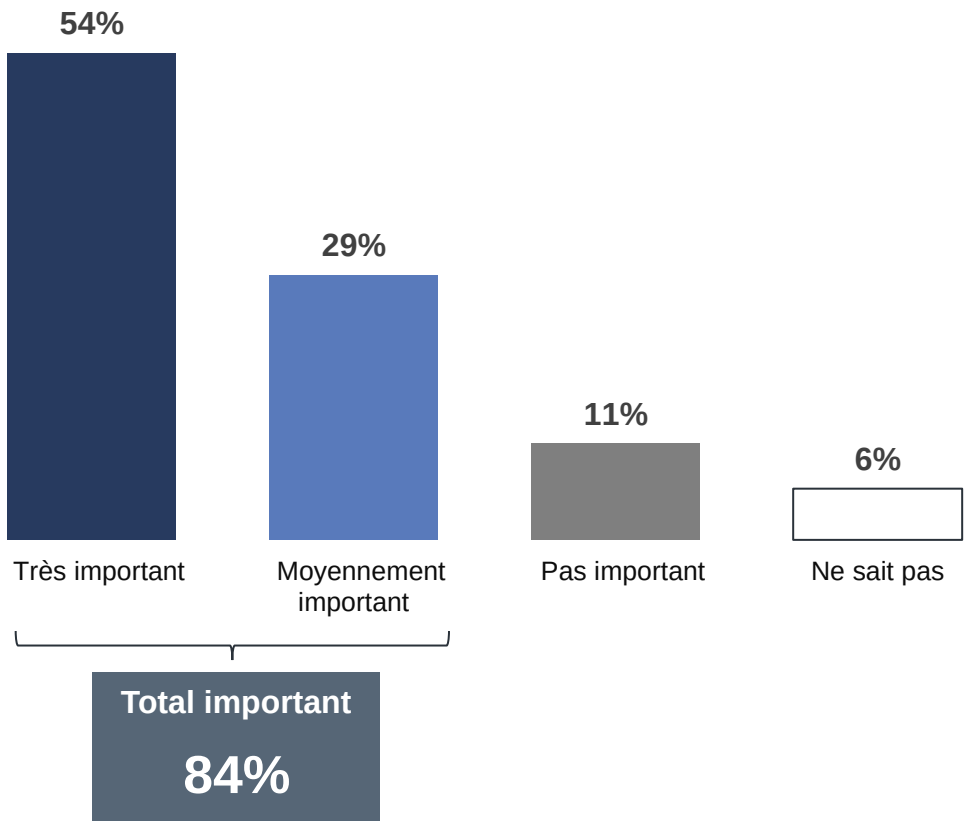
Base : Gérants d'établissements qui proposent des fruits et légumes dans leurs plats (103)

IMPORTANCE DE LA PROPOSITION DE PRODUITS D'ORIGINE LOCALE POUR LA CLIENTÈLE ET POUR LE RESTAURATEUR

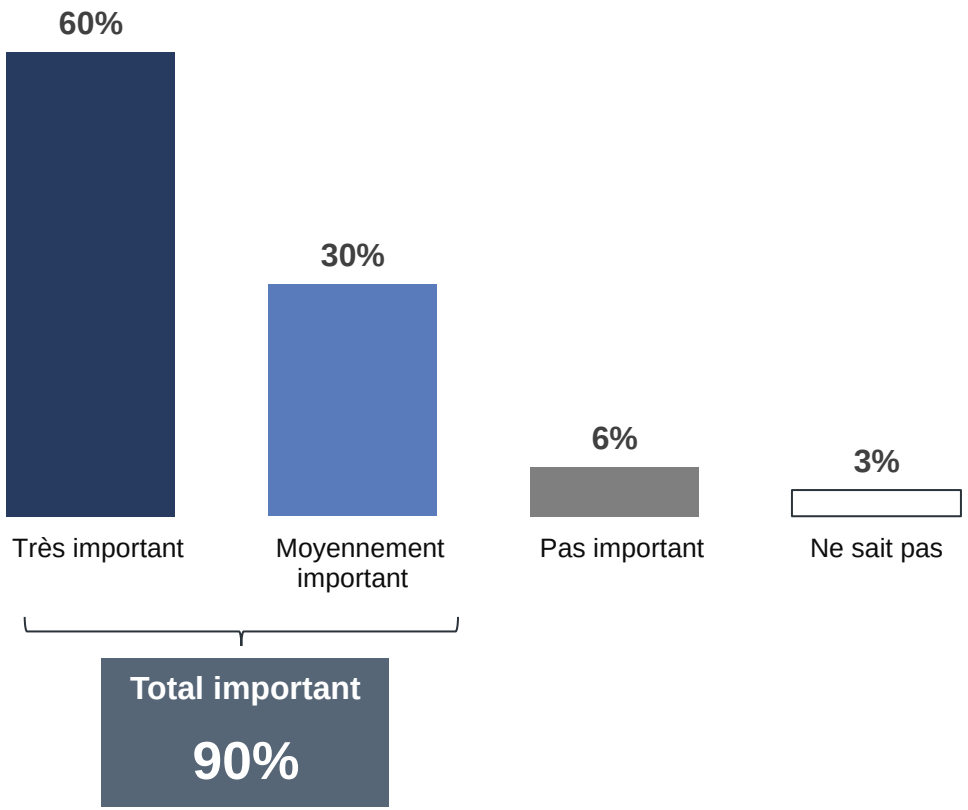
Des gérants qui sont en phase avec les attentes assez fortes de leur clientèle sur l'importance de proposer des produits d'origine locale.

Selon 84% des gérants, proposer des produits d'origine locale est important pour votre clientèle dont plus de la moitié que c'est très important. Un avis qu'ils partagent : en effet, pour 90% des gérants proposer à leurs clients des produits d'origine locale est important dont 60% très important.

Selon vous, est-ce que proposer des produits d'origine locale est important pour votre clientèle... ?



Et pour vous, proposer à vos clients des produits d'origine locale, c'est :



Ensemble des gérants d'établissements (106)

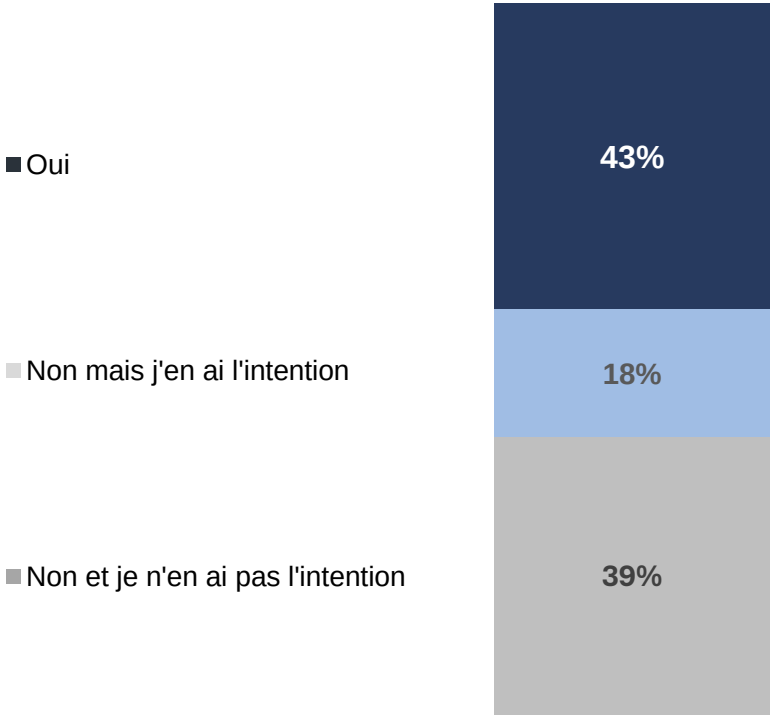
2.2 SENSIBILITÉ RSE ET ACTIONS MISES EN PLACE

MISE EN PLACE D'UNE DÉMARCHE OU D'ACTIONS RSE AU SEIN DE L'ÉTABLISSEMENT

Un peu plus de 6 gérants d'établissement sur 10 déclarent avoir mis ou l'intention de mettre en place une démarche de type RSE ou des actions en vue d'améliorer l'impact social et environnemental de leur établissement.
43% déclarent l'avoir fait et 18% en avoir l'avoir l'intention.

Mais lorsqu'on leur liste une série d'actions ou de démarches concrètes et qu'on les interroge, ce sont finalement 100% des gérants qui sont concernés ➔ une part non négligeable de gérants n'a pas conscience de sa démarche RSE dans ses actes quotidiens.

Avez-vous mis en place une démarche de type RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) au sein de votre établissement ou des actions en vue d'améliorer l'impact social et environnemental de votre établissement ?



61%
déclarent avoir mis ou l'intention de mettre en place une démarche ou des actions RSE

Parmi les actions, démarches suivantes, quelles sont celles que vous avez ou comptez-vous mettre en place au sein de votre établissement ?

Lorsqu'on leur énumère une série d'actions ou démarches RSE concrètes et qu'on les interroge *(liste page 31)* , ce sont finalement :

100%
ont mis ou l'intention de mettre en place au moins une démarche ou action RSE

➔ Une part non négligeable de gérants n'a pas conscience de la présence de la RSE dans ses actes du quotidien

Ensemble des gérants d'établissements (106)

RAISONS DE LA MISE EN PLACE D'UNE DÉMARCHE OU D'ACTIONS RSE

Les principales raisons expliquant la mise en place d'une démarche ou d'actions RSE sont avant tout de répondre à des obligations (lois, décision du siège) et ensuite par conviction personnelle, raisons éthiques et de positionnement de l'établissement.

A l'inverse, les gérants n'ayant pas mis en place de démarche ou d'actions RSE le justifient par un manque de connaissance ou d'information, un manque de temps ou de ressources au sein de leur établissement, un manque d'intérêt ou d'importance perçue (à mettre en lien avec un manque d'information) et de manière plus mineure par le fait qu'ils soient franchisés et n'ont pas la main sur cette prise de décision.

RAPPEL DES RÉSULTATS

Avez-vous mis en place une démarche de type RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) au sein de votre établissement ou des actions en vue d'améliorer l'impact social et environnemental de votre établissement ?

43% Oui

18% Non mais j'en ai l'intention

39% Non et j'en ai l'intention

Pour quelle(s) raison(s) ? Extraits de verbatim

Mise en œuvre par une autre entité ou obligatoire

"C'est devenu une obligation"

"En raison du tri sélectif"

"On est en train d'installer un composteur mais c'est compliqué…"

"On n'a pas le choix, le tri sélectif est une obligation"

"La démarche a été mise en place par le siège "

Actions spécifiques liées à l'environnement

"On a mis en place de l'éclairage LED partout, on fait appel à des producteurs de miel, on a un petit potager ave des herbes aromatiques…"

Raisons éthiques ou morales

"On fait attention à ce qu'on laisse plus tard à nos enfants, même si c'est à une petite échelle dans la restauration "

"On est très sensible à cela "

Raisons commerciales ou de positionnement

"C'est dans notre politique, notre philosophie"

"Pour des raisons marketing"

"On est un restaurant végétarien"

"On est en 100 % végétal et maximum bio local";

"J'aimerais mais je n'ai pas encore eu le temps" *"Manque de temps."* *"La démarche n'a pas encore été mise en place par le siège."*

"J'essaie de la mettre en place."

Manque de connaissance ou d'information

"Je ne connais pas." (9%)

- *"On n'est pas assez informé sur le sujet."*

"Je ne suis pas spécialement au courant de cela..."

Manque de temps ou de ressources

"On a assez de choses à faire comme cela."

"Ce n'est pas dans nos projets."

"Notre établissement est trop petit pour faire la démarche."

"On manque de dispositifs"

Pas d'intérêt ou d'importance perçue

"Ce n'est pas spécialement important" *"Ca ne marche pas..."*

"Je n'en vois pas l'intérêt" *"Car cela a un coût."*

Géré par une autre entité

"C'est géré par le siège"

Ensemble des gérants d'établissements (106)

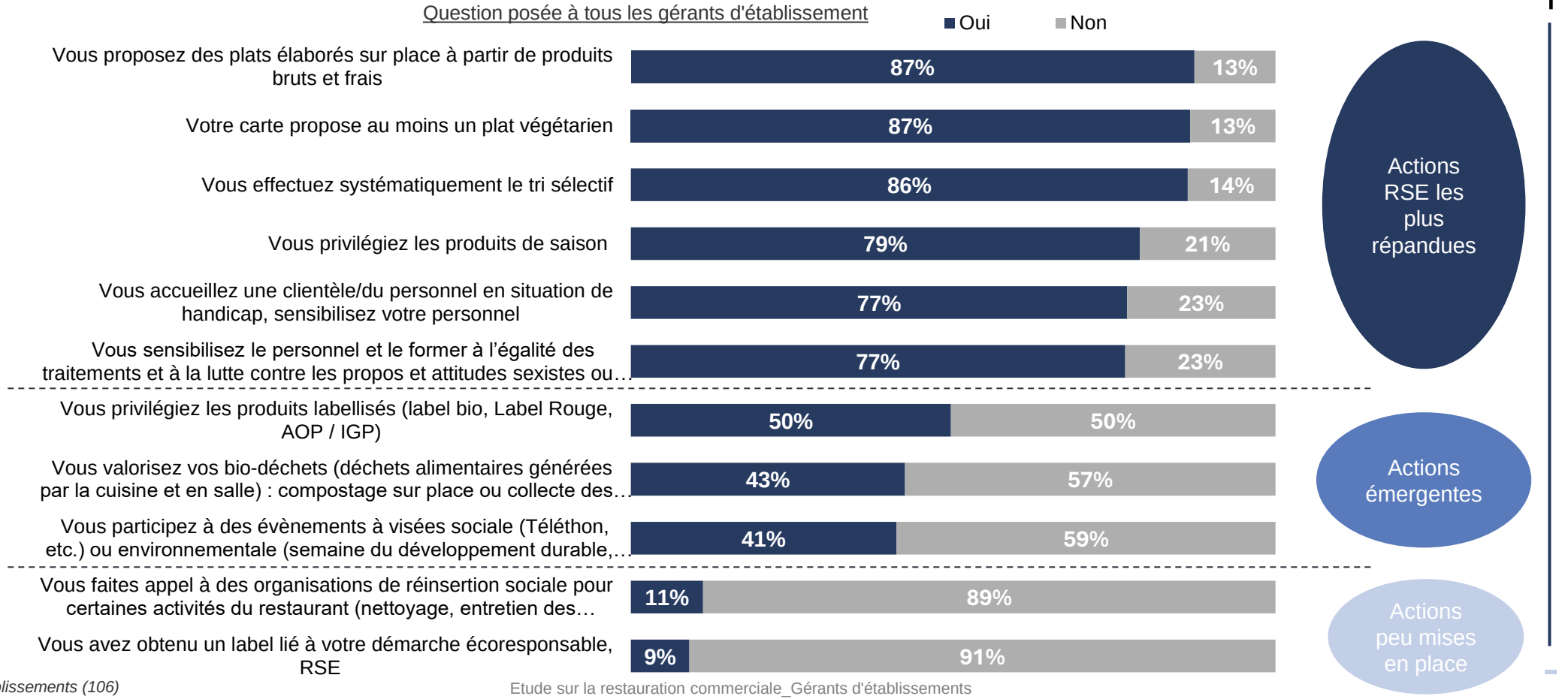
ACTIONS "RSE" MISES EN PLACE

Parmi les pratiques RSE les plus répandues (au moins ¾ des gérants), on retrouve, d'un point de vue environnemental et cuisine, l'usage de produits bruts et frais, la présence d'un plat végétarien dans la carte, le fait de privilégier les produits de saison mais aussi la réalisation systématique du tri sélectif ou encore, d'un point de vue social, l'accueil de personnes en situation d'handicap ou la sensibilisation du personnel à l'égalité des traitements, lutte contre les propos diffamatoires.

3 actions RSE sont qualifiées d'émergentes (mises en place par un peu moins de la moitié des gérants) : privilégier les produits labellisés, valoriser les biodéchets (obligation avec la loi anti-gaspillage désormais pour les restaurants de plus de 20 couverts depuis 2024) et la participation à des évènements à visée sociale ou environnementale.
Enfin, 2 pratiques sont encore limitées (moins d'1 gérant sur 10) : faire appel à des organismes de réinsertion sociale et l'obtention d'un label lié à la démarche éco-responsable, RSE.

Parmi les actions, démarches suivantes, quelles sont celles que vous avez ou comptez-vous mettre en place au sein de votre établissement ?

Question posée à tous les gérants d'établissement



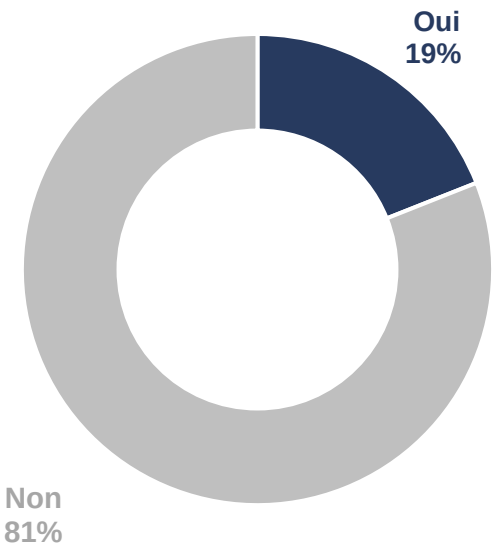
Ensemble des gérants d'établissements (106)

LABELLISATION OU CERTIFICATION DES ÉTABLISSEMENTS

1/5e des établissements sont labellisés ou certifiés.

Parmi les labels/certifications obtenus ou en cours d'obtention : Label Maître Restaurateur (2 citations), Label Restaurant Qualité, Label Bio, Label Ecotable, Label Euro-Toques, Label Fait maison, Label Vignobles et Découvertes, Certification VegoResto, Certification japonaise (sans précision)

Votre établissement est-il labellisé ou certifié ?



Quel label/certification votre établissement a-t-il obtenu ou va-t-il obtenir ?

11 établissements concernés

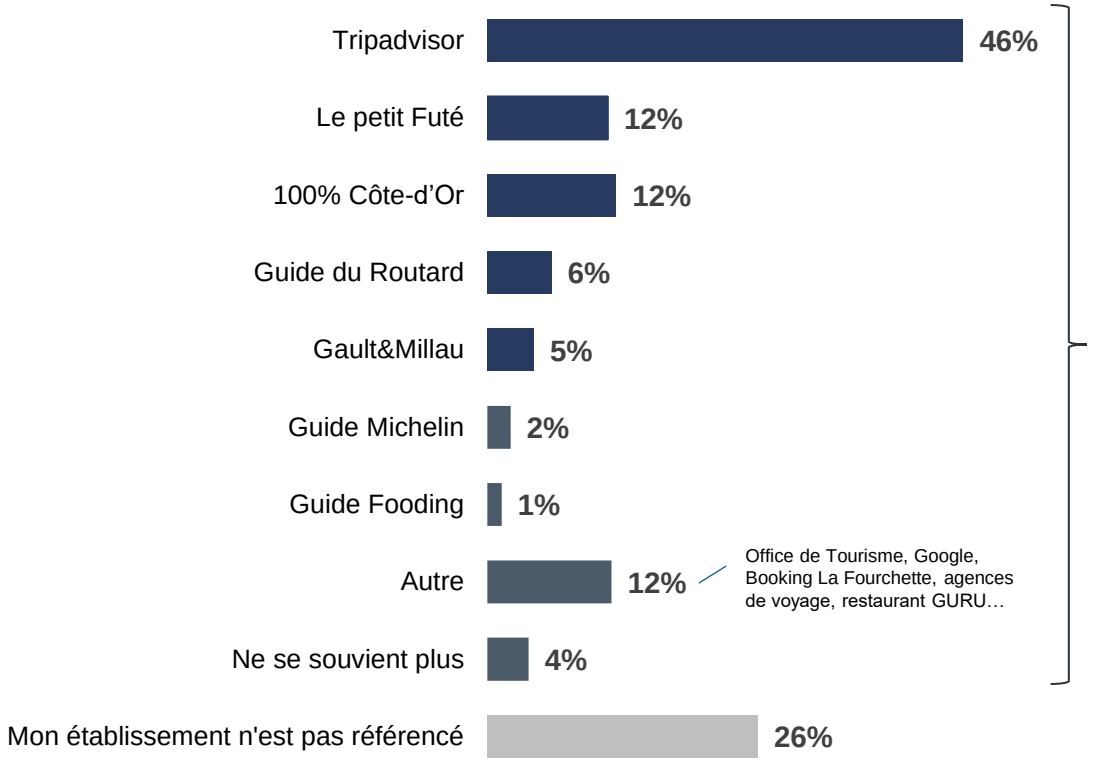
Label Maître Restaurateur (2 citations), Label Restaurant Qualité, Label Bio, Label Ecotable, Label Euro-Toques, Label Fait maison, Label Vignobles et Découvertes, Certification VegoResto, Certification japonaise (sans précision)…

Ensemble des gérants d'établissements (106)

RÉFÉRENCEMENT DES ÉTABLISSEMENTS

3/4 des établissements sont référencés, le plus souvent sur TripAdvisor (près de la moitié des gérants concernés).

Votre établissement est-il référencé :



74%
des établissements sont référencés

Ensemble des gérants d'établissements (106)

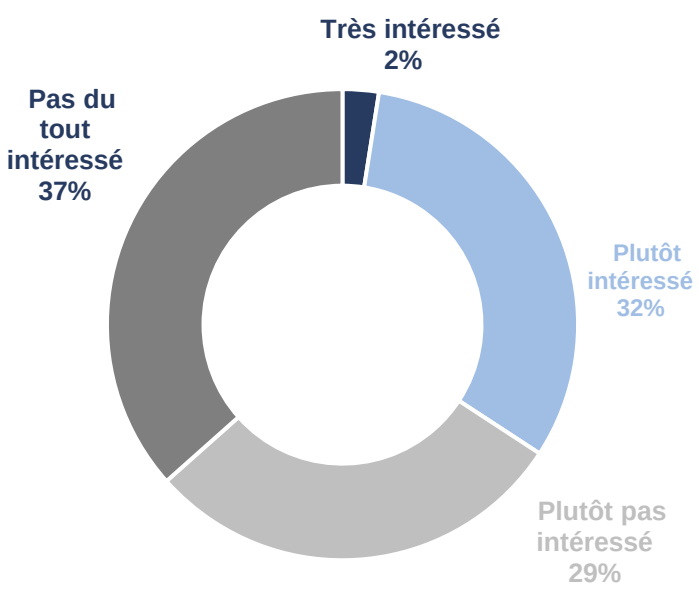
INTÉRÊT POUR L'ACCOMPAGNEMENT À L'OBTENTION D'UN LABEL ÉCO-RESPONSABLE

1/3 des gérants d'établissement se montrent intéressés par l'accompagnement de Dijon Métropole pour obtenir un label éco-responsable.

Et 1/3 souhaitent avoir de plus amples informations sur le sujet.

Dans le cadre de sa stratégie de transition alimentaire, Dijon métropole souhaite proposer un accompagnement aux restaurateurs pour obtenir un des labels éco-responsables (Ecotable, Mon restau responsable, Food for Soul, Clé verte, Etiquettable, ...) afin d'être référencé comme destination durable pour les touristes. Cette labellisation inclue aussi des critères de responsabilité sociale qui renforcent l'attractivité des restaurants pour le recrutement de personnel.

Etes-vous intéressé par cet accompagnement ?



Total intéressé
34%

Souhaiteriez-vous avoir plus d'informations sur cet accompagnement ?

Oui
35%

Ensemble des gérants d'établissements (106)

Institut d’études et de sondages

29 rue de Lorient, 35000 Rennes

02 23 30 77 32

contact@gece.fr

www.gece.fr

Suivez-nous sur les réseaux sociaux !

Vos contacts

Olivier ALLOUARD
Fondateur et Directeur
olivier.allouard@gece.fr

Arnaud DE LA VILLARMOIS
Responsable d’études
arnaud.delavillarmois@gece.fr

Harmony DEVILLE
Responsable d’études
harmony.deville@gece.fr