

3^{ème} édition de l'étude METRO « Mon restaurant passe au durable » : les professionnels des métiers de bouche de plus en plus concernés par le développement durable.

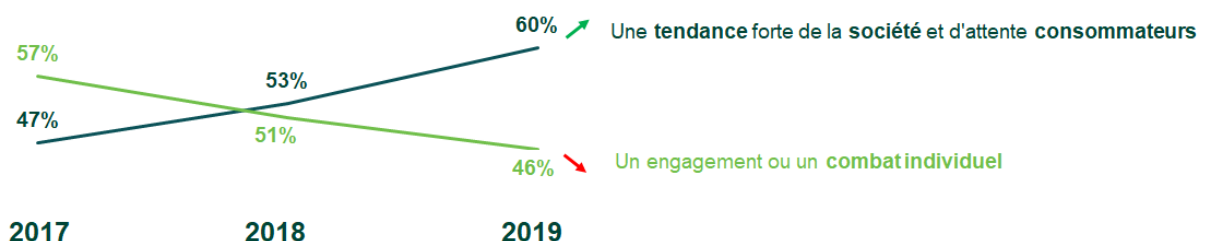
Ce 9 décembre se tient à Paris la 4^{ème} édition du colloque METRO sur les enjeux et les tendances de la restauration de demain. A cette occasion, METRO a dévoilé les résultats de son étude annuelle* portant sur la place du développement durable dans la restauration, qui a été réalisée auprès de 1 060 clients transformateurs (restauration rapide, restauration service à table, traiteurs, cafés-bars-pubs, boulangers/pâtisseries et bouchers).

Le développement durable : une tendance sociétale forte et devenue incontournable pour les restaurateurs

Lancée pour la première fois en 2017, l'étude METRO mettait en avant un constat : pour plus de la moitié des professionnels, le développement durable résultait avant tout d'un engagement personnel et moins d'une tendance sociétale.

L'année 2018 a vu s'amorcer une inversion de cette vision largement confortée pour cette nouvelle édition : ainsi **ils sont, en 2019, plus de 60% à considérer ce sujet comme une tendance forte de la société et des attentes des consommateurs**. Ces questions de développement durable prennent donc de plus en plus d'importance dans le quotidien des restaurateurs et commerçants et s'imposent comme une vraie tendance de fond qu'il est nécessaire de prendre en compte dans leur activité.

Dans cette logique d'évolution de la société, alors qu'en 2017, 25% des professionnels considéraient que leur implication dans le développement durable était une source de différenciation, en 2019 ils ne sont plus que 20% à le penser. Cette tendance devient donc un incontournable pour leur activité professionnelle. Ainsi **62% d'entre eux mettent en place des bonnes pratiques pour répondre aux attentes des clients** et **60% sont convaincus d'avoir une part de responsabilité dans le développement durable**.



*Etude quantitative avec recueil en ligne réalisée entre le 30 septembre et le 7 octobre 2019 auprès de 1 060 clients METRO Transformateurs

Une envie de s'impliquer ...

En 2018, les premières motivations pour un professionnel de s'engager dans le développement durable étaient, en premier lieu, de respecter l'environnement (75%), puis de rester fidèles à ses valeurs et convictions (72%). En 2019, l'étude METRO dévoile un léger changement qui met d'abord en avant **l'implication personnelle des professionnels**. En effet, la volonté de rester fidèles à leurs valeurs et leurs convictions est devenue la première motivation, suivie du respect de l'environnement. Puis ce sont la volonté de répondre aux attentes et à la demande du client (62%), de plus en plus soucieux également de ces pratiques ; vient ensuite la volonté de favoriser les producteurs locaux (61%). Enfin, l'implication des restaurateurs provient des aspects liés au développement de leurs activités (la volonté de se différencier de leurs concurrents, et d'augmenter leur chiffre d'affaires).

Cela se ressent dans le nombre de pratiques mises en place au sein de leur établissement, **en moyenne 6,5 pratiques** sur les 10 plus courantes. Parmi elles on retrouve :

- La réduction, le tri et le recyclage des déchets pour 89% des professionnels
- La réduction de l'empreinte carbone avec l'utilisation de produits locaux et de saison pour 83% d'entre eux
- La réduction de la consommation d'eau (80%)
- La mise en place d'une carte courte pour optimiser les achats et utiliser des produits frais (80%)

... Malgré des freins croissants

Signe peut-être d'un intérêt et d'une volonté croissante de mettre en place des pratiques responsables, l'étude METRO révèle que les professionnels se trouvent confrontés à des freins plus importants dans le déploiement de ces pratiques au sein de leur activité.

Ainsi **le premier frein**, en augmentation par rapport à l'année dernière, est **le manque de moyens financiers avec plus de la moitié des professionnels** qui estiment que mettre en place des pratiques de développement durable coûte cher. Le manque de temps au quotidien est également pour 41% d'entre eux un frein important.

Les nouvelles réglementations sont également vues comme des freins importants ; parmi celles-ci, l'arrêt du plastique prévu pour janvier 2020 apparaît comme étant le sujet le plus impactant **pour 38% des professionnels des métiers de bouche**.

D'après l'étude METRO, les professionnels s'inquiètent également de l'impact :

- A 27% des nouvelles attentes des consommateurs qui veulent notamment plus de transparence et plus de produits locaux
- A 14% de l'obligation de recycler les déchets
- A 13% de la gestion des bio-déchets

Par ailleurs, les professionnels expriment le souhait d'être mieux accompagnés pour répondre à ces nouvelles réglementations. Ainsi **ils sont 40% à indiquer manquer d'informations sur les démarches, les subventions ou les aides existantes**. Les $\frac{3}{4}$ des professionnels considèrent par ailleurs que les collectivités locales et l'Etat sont les meilleurs partenaires pour proposer des offres et des services concernant le développement durable. Viennent ensuite les fournisseurs pour 66% d'entre eux.

En tant que premier fournisseur des restaurateurs et commerçants indépendants, METRO a justement mis en place le programme « Mon restaurant passe au durable » pour accompagner leurs clients professionnels à trouver et mettre en place des pratiques respectueuses de l'environnement dans leur établissement avec :

- « Ma carte passe au durable » pour concevoir un menu de saison, local et respectueux de l'environnement

- « Mon établissement passe au durable » pour (re)penser l'établissement des professionnels et réduire son impact écologique avec par exemple la gestion des déchets ou la gamme METRO d'équipement écoresponsable Up Green

Une perception du développement durable différente selon les âges et les métiers

Enfin la 3^{ème} édition de l'étude METRO met en lumière que le développement durable est perçu de différentes manières en fonction de l'âge, mais également du métier exercé.

De manière générale **les plus jeunes – entre 18 et 35 ans – se sentent plus concernés et s'investissent plus dans le déploiement de pratiques écoresponsables**. Ils sont également plus en demande d'aides et d'accompagnement, notamment de la part des services de l'Etat. A contrario, les professionnels de plus de 50 ans perçoivent cette tendance davantage comme une contrainte dans leur activité.

Concernant les métiers, **les traiteurs sont plus nombreux à considérer avoir une vraie part de responsabilité dans le développement durable**. Cela peut s'expliquer par la grande utilisation **par** cette catégorie de professionnels de produits à usage unique (serviettes, gobelets, couverts ...). La mise en place de pratiques écoresponsables est alors une vraie source de différenciation pour eux : arrêt du plastique, utilisation de produits locaux, repas fait maison ... A l'opposé, la restauration rapide se sent moins impliquée par cette tendance, même si elle considère l'arrêt du plastique comme un vrai impact sur leur activité.

Enfin la restauration traditionnelle est celle qui soutient le plus les producteurs locaux et qui met le plus grand nombre de pratiques écoresponsables au sein de ses établissements.

METRO s'est également associé avec le cabinet d'études Utopies pour la réalisation d'une étude dédiée à la restauration responsable. Dévoilée à l'occasion du colloque RSE, cette étude met en avant 8 grands principes pour aider la restauration à passer au durable :

- 1/ l'engagement dans des filières alimentaires courtes et locales, voire ultra locales ;
- 2/ la nécessité de repenser le modèle de l'emballage à usage unique ;
- 3/ l'engagement dans des démarches circulaires ;
- 4/ la lutte contre les inégalités et les discriminations ;
- 5/ la préservation et la transmission des savoirs culinaires ;
- 6/ l'expérimentation dans les restaurants au-delà de l'alimentation ;
- 7/ la prescription des modes d'alimentation plus sains ou plus épicuriens
- 8/ la transparence et la traçabilité

Les engagements de la restauration dans le développement durable doivent être plus radicaux, se généraliser et changer d'échelle.

« En tant que premier fournisseur des restaurants et commerces indépendants, il est important que METRO soit un moteur pour ses clients dans la recherche et la mise en place de nouvelles pratiques écoresponsables qui répondent tant aux enjeux sociétaux qu'aux attentes des consommateurs. » a déclaré Marie Garnier Directrice Qualité et Développement durable chez METRO France.



6/10

professionnels de la restauration sont convaincus d'avoir une part de responsabilité dans le développement durable

Développement durable



Estiment que c'est une tendance forte de la société



C'est un engagement individuel

6,5

pratiques mises en place : tri/recyclage des déchets, produits locaux, de saison, réduction consommation d'eau, carte courtoise

6,2 en 2017

Les motivations

74%



par conviction
+1pt vs 2018

73%



pour respecter l'environnement
-2pts vs 2018

62%



pour répondre à la demande du client
+5pts vs 2018

Les freins

54%



Manque de moyens financiers
+7pts vs 2018

41%



Manque de temps
+3pts vs 2018

40%



Manque d'informations
+8pts vs 2018

Le sujet d'actualité le plus impactant dans leur activité :
l'arrêt du plastique à usage unique



Les partenaires attendus

pour proposer des offres ou des services concernant le développement durable

71%



Les collectivités locales / l'Etat

66%



Les fournisseurs

Des perceptions différentes selon les métiers

Les plus impliqués

Les traiteurs se sentent plus responsables (72% vs total 60%)



Ils perçoivent le développement durable comme une source de différenciation (29% vs total 20%)

La restauration traditionnelle soutient les producteurs locaux (65% vs total 61%)



Les moins impliqués

La restauration rapide (52% ont tout à fait l'impression d'avoir une part de responsabilité vs total 60%)



...et selon les générations

Les 18-35 ans



sont plus investis et sont plus en attente d'accompagnement, notamment de la part de l'Etat.



Les 50 ans et plus voient davantage le développement durable comme une contrainte

CONTACTS PRESSE



METRO France

Isabelle Baahmed – isabelle.baahmed@metro.fr - 01 47 86 64 75



Emmanuelle Tienvrot – emmanuelle.tienvrot@gram3.com - 01 82 28 73 05

Charlotte Oules – charlotte.oules@gram3.com - 01 82 28 73 03

A propos de METRO France

METRO est le premier fournisseur de la restauration indépendante en France. Avec 98 entrepôts répartis sur l'ensemble du territoire, METRO France propose à tous les restaurateurs et commerçants indépendants une offre globale alliant l'approvisionnement en produits alimentaires allant de l'ultra frais au sec, et leurs compléments en équipements et en services. Ses 9 000 collaborateurs mettent chaque jour leur expertise au service de 400 000 professionnels.

Avec 50 000 références, dont 10 000 en produits locaux et régionaux, et plus de 100 000 sur metro.fr, l'enseigne est la seule à proposer tous les jours la plus grande offre sur le marché, et s'engage auprès des professionnels, qu'ils soient producteurs, restaurateurs ou artisans. METRO soutient également les grands événements de la profession tels que le Bocuse d'Or, les Jeunes Talents Gault&Millau, la Cuillère d'Or, le Trophée du Maître d'Hôtel ou le lancement du guide Michelin.

www.metro.fr