



FICHE 5



Informer et sensibiliser la clientèle sur la démarche environnementale

DESCRIPTIF

Communiquer sur la démarche environnementale du restaurant :

- En amont de la venue au restaurant : sur le site internet et les réseaux sociaux du restaurant.
- Dans le restaurant, sur la carte, les ardoises du menu, sur un panneau d'affichage à proximité du bar ou du lieu de paiement, des toilettes, ou dans tout autre espace pertinent et visible par la clientèle.

Certains messages clés sont importants à transmettre :

- Les choix du restaurant concernant l'approvisionnement (circuits courts, agriculture biologique), avec un focus sur l'origine des ingrédients principaux (viande, poissons, fruits et légumes, produits laitiers, œufs), en précisant au minimum la région de provenance ou zone de pêche, et le producteur si possible.
- L'offre culinaire du restaurant et notamment l'importance accordée à la saisonnalité des produits et l'offre de plats végétariens.
- La politique environnementale du restaurant.
- Les actions d'économie d'énergie concernant l'éclairage, les systèmes de chauffage et de conditionnement d'air.
- Les actions d'économie d'eau.
- Les actions de réduction des déchets (dont les

biodéchets et le gaspillage alimentaire) et de suppression des articles jetables.

- La politique sociale mise en place par le restaurant, en interne pour ses employés et à destination de la clientèle.
- L'offre d'une mobilité responsable pour venir au restaurant : parking à vélos, arrêt de bus/métro à proximité, borne de recharge électrique, etc.
- Les actions en faveur de la préservation de la biodiversité.

Sensibiliser la clientèle :

- Sensibiliser la clientèle en proposant la réalisation d'écogestes d'économie d'énergie et d'eau, de réduction et tri des déchets.
- Prévenir le gaspillage alimentaire, en incitant la clientèle à demander une portion adaptée à son appétit.
- Sensibiliser la clientèle à des initiatives en lien avec le développement durable à travers l'organisation d'activités pour les client.e.s (semaine du goût, semaine du développement durable, accueil de producteurs locaux, lutte contre le gaspillage alimentaire, alimentation durable).
- Communiquer à la clientèle sur l'impact de leurs actions et les comportements responsables.



POINTS DE VIGILANCE

- Éviter la sur-communication qui peut être interprétée comme du greenwashing.
- Valoriser la démarche en affichant le signe de reconnaissance obtenu.



BÉNÉFICES ATTENDUS

- Capter une clientèle sensible au développement durable.
- Sensibiliser la clientèle.
- Se démarquer de la concurrence.



INVESTISSEMENT

- Coût salarial lié au temps passé.
- Coûts de développement du site internet.
- Coût de développement des supports de communication.



RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Immédiat.



GAINS

- Fidélisation de la clientèle.
- Nouvelle clientèle sensible à l'environnement.



AIDES

- ADEME : subventions aux investissements « tourisme durable ».
- Outils de communication : les Comités régionaux du Tourisme peuvent proposer des outils gratuitement.

Les sardines à la plage – Lancieux (22)

- Utiliser des produits bio et locaux.
- Choisir un fournisseur d'électricité dont l'origine est 100 % verte.
- Cuisiner des poissons bretons pêchés de manière durable.
- Trier les déchets d'emballages et composter les déchets végétaux.
- S'adapter aux habitudes alimentaires de la clientèle (options végétariennes, vegan, etc.).
- Utiliser des produits d'entretien éco-certifiés (Écolabel européen, label Eco-cert, etc.).

Auberge Ty An Heol – Nizon (29)

Extraits de la politique présente sur le site internet du restaurant :

« Membre de l'alliance Slowfood [...] nous nous engageons, chaque jour, à améliorer notre action pour une cuisine bonne, propre, équitable et saine.

- Bonne : c'est une cuisine véritablement « Fait Maison » à base de produits locaux autant que nous pouvons.
- Propre : nous travaillons avec des éleveurs, paysans, maraîchers, souffleur de verre, techniciens, etc. engagés à respecter l'environnement, l'animal, l'humain. [...]. »

RÉFÉRENCE RÉGLEMENTAIRE

Sans objet.

CRITÈRES RÉFÉRENTIEL « Exemplarité environnementale dans la restauration commerciale »

C 43 : information de la clientèle sur le choix des produits

C 65 : information de la clientèle

C 66 : informations sur la démarche environnementale

C 67 : activités développement durable



POUR ALLER PLUS LOIN

- ÉCOLABEL TOOLOX, outil dédié aux hébergements touristiques, mais ressources adaptables aux restaurants : fiches « solutions techniques » :
 - Information des clients.
 - Éducation/sensibilisation à l'environnement.
- Exemple d'enquête environnementale et posters sur le gaspillage alimentaire à télécharger sur l'ÉCOLABEL TOOLBOX.