



1000 Restaurants durables

Cadre d'engagement détaillé à l'usage des restaurants

Mars 2021

SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| CONTEXTE ET OBJECTIFS | 3 |
| 1. LE MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL | 5 |
| 2. L'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE | 6 |
| 3. LES MENUS ET RECETTES | 8 |
| 4. LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE | 10 |
| 5. LE NON ALIMENTAIRE (APPROVISIONNEMENT ET GESTION DES DECHETS) | 11 |
| 6. ENERGIE | 13 |
| 7. EAU | 14 |
| 8. SENSIBILISATION DES CONVIVES..... | 14 |
| 9. LA MOBILITE | 15 |
| 10. LES ESPACES EXTERIEURS (SI EXISTANTS)..... | 16 |

Contexte et objectifs

Pour une restauration commerciale durable

Dans un contexte de prise de conscience par le grand public comme par les professionnels des enjeux de durabilité de l'alimentation, de nombreuses démarches volontaires et « labels » émergent pour accompagner et valoriser des actions, engagements, démarches des restaurants commerciaux, notamment sur le volet environnemental. Comment s'y retrouver, que signifient les différentes allégations, quelles démarches/engagements sont réellement ambitieux ?

Si la loi EGALIM fixe un cadre et propose une voie pour la transition alimentaire en restauration collective, la restauration commerciale n'est pas aujourd'hui encadrée par de tels objectifs. Il y a beaucoup à faire, et en ce sens, chaque démarche, chaque engagement, constitue un premier pas vers une alimentation plus durable.

Dans le cadre du Plan de Relance, le Fonds Tourisme Durable accompagnera en 2021 et 2022, 1000 restaurants et traiteurs organisateurs de réception dans une démarche plus durable. Ce « coup de pouce » s'accompagnera d'un engagement de ces structures à atteindre les critères du « Cadre d'engagement 1000 restaurants durables », ambitieux sans être inaccessible, à la fin de leur contractualisation avec l'ADEME.

Il est évidemment possible d'aller encore plus loin, et le présent cadre d'engagement détaillé propose le chemin pour s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue !

En effet, un restaurant engagé sur une partie des leviers, ou ayant atteint uniquement les critères du cadre d'engagement, est sur la bonne voie... mais ne peut – selon nous – être qualifié de « restaurant durable », il doit aller plus loin et progresser !

La démarche d'engagement volontaire

Une démarche engagée comporte :

- Une étape de diagnostic quantifié, sur l'ensemble des leviers
- Des engagements chiffrés à 1 an et à 3 ans, sur l'ensemble des leviers
- Un plan d'actions précis et des indicateurs de suivi d'avancement de ces actions
- L'implication dans le projet et la formation si nécessaire, de l'ensemble de l'équipe du restaurant (direction, équipe administrative, équipe de cuisine, équipe de service, personnel d'entretien etc... le cas échéant).

Les principaux leviers d'actions sont les suivants :

- Le management environnemental
- L'approvisionnement agricole et alimentaire
- Les menus et recettes
- Les pertes et gaspillages alimentaires
- Les approvisionnements et déchets non alimentaires
- L'énergie
- L'eau
- La sensibilisation des convives
- Les espaces extérieurs
- La mobilité

Il est attendu des restaurants :

- qu'ils s'engagent sur l'ensemble des critères obligatoires (critères 0), dès la fin de son contrat avec l'ADEME
- qu'ils s'engagent à poursuivre une démarche d'amélioration continue pour atteindre des objectifs chiffrés un an après la fin du contrat avec l'ADEME (critères 1)
- et qu'ils poursuivent cette démarche dans la durée pour intégrer des critères plus ambitieux (critères 2).

Précisions :

- *le présent document concerne les restaurants et tables à la ferme ; un cadre adapté s'adresse aux traiteurs organisateurs de réception, également concernés par le programme.*
- *Les objectifs chiffrés de réductions peuvent ne pas être pertinents ou difficiles à atteindre, notamment pour les restaurants déjà très engagés sur certains volets ; il appartiendra à chaque structure en lien avec son partenaire, d'adapter dans ce cas l'objectif sur la base d'arguments vérifiables (par exemple, équipements énergivores et ampoules déjà remplacés, rénovation énergétique réalisée etc.).*
- *Compte tenu de la crise sanitaire en cours, certains objectifs pourront être adaptés en fonction d'éventuelles contraintes ponctuelles/locales et/ou en attente d'une situation pérenne (pour le suivi des indicateurs énergie ou gaspillage par exemple).*

1. Le management environnemental

| CRITERES | DESCRIPTIF / PRECISIONS | ENGAGEMENT | Critère |
|--|--|--|---------|
| DIAGNOSTIC | Outils à disposition : charte, Diagnostic T0 (Tableur de type Excel) | Un diagnostic couvrant l'ensemble des thématiques de la Charte a été réalisé et partagé avec les équipes | 0 |
| PLAN D' ACTIONS | Elaboré à partir du diagnostic, couvrant un « bouquet » d'actions dans différents domaines de la charte | Un Plan d'action précis a été mis en place et formalisé par écrit | 0 |
| | | Des indicateurs de suivi (quantitatifs ou qualitatifs) ont été définis et un suivi a minima annuel a été mis en place | 0 |
| | | Des objectifs chiffrés ont été fixés à 1 an et 3 ans | 0 |
| SENSIBILISATION ET FORMATION DES EQUIPES | Liste des formations réalisées ou prévues pour les équipes Temps d'échange / de sensibilisation pour les équipes | La politique environnementale a été présentée à tous les salariés, y compris les saisonniers et contrats temporaires | 0 |
| | | Un document écrit précise les mesures à respecter, pour l'ensemble des salariés | 0 |
| | | Des formations relatives à la restauration durable (éco-gestes, gaspillage, cuisson douce, cuisine alternative ou végétale...) ont été suivies par tout ou partie des salariés | 2 |

2. L'approvisionnement alimentaire

| CRITERES | DESCRIPTIF / PRECISIONS | ENGAGEMENT | Critère |
|--|---|---|---------|
| LOCAL <i>Objectifs : ancrage de l'alimentation dans le territoire (enjeu environnemental, économique et social) et valorisation des spécificités du territoire</i> | Lien avec les producteurs / transformateurs locaux et mise en valeur | Affichage sur la carte ou de manière visible au sein du restaurant, de la part de produits locaux et de produits origine France. | 0 |
| | | Mise en valeur des producteurs / transformateurs locaux par le biais : D'affichage ou de documentation (présentant le producteur, l'exploitation...) D'animations ponctuelles ou régulières (présence du producteur, proposition de visites de fermes ou d'entreprises de transformation...) De vente de produits locaux à emporter | 2 |
| | Proximité ¹ : distance du lieu de production agricole des fruits et légumes frais | 50% des fruits et légumes frais sont issus de circuits de proximité | 2 |
| | | <i>Pour la métropole</i> : 75% de produits sont d'origine France métropolitaine (produit en France). <i>Pour les DOM</i> : à adapter selon la zone géographique | 2 |
| | Proximité ² : Distance du lieu de production et première transformation, pour les produits transformés | <i>Pour la métropole</i> : 75% de produits sont d'origine France métropolitaine (produit <u>et</u> transformé en France). <i>Pour les DOM</i> : à adapter selon la zone géographique | 2 |
| DE SAISON | Connaissance de la saisonnalité des produits agricoles | 70% de fruits et légumes servis sont frais <u>et</u> de saison (saison métropole), ou issu d'une transformation de produits de saison réalisée par le restaurateur. | 1 |
| | Part de fruits et légumes frais et de saison | Il n'est pas proposé de fraise fraîche ni de tomate fraîche, a minima de décembre à mars inclus (France métropolitaine). | 0 |
| Produits durables et/ou de qualité : BIO + autres SIQO et mentions valorisantes | Approvisionnements en produits bio (ou certifié en conversion) | Minimum 20% de produits alimentaires bio ³ (ou certifié en conversion), en valeur d'achat | 1 |
| | | Minimum 20% de boissons bio (ou certifié en conversion), en valeur d'achat | |

¹ La « proximité » peut s'entendre comme une distance du lieu de production au restaurants inférieure à 150km ou en provenance d'un département limitrophe. Pour simplifier, les produits issus de la région administrative pourront également être intégrés.

² La « proximité » peut s'entendre comme une distance du lieu de production et du lieu de transformation (meunerie, abattoir, cave...) inférieure à 150km ou en provenance d'un département limitrophe. Pour simplifier, les produits issus de la région administrative pourront également être intégrés.

³ Pourcentage de produits en € achetés.

| | | | |
|---|--|---|--------|
| <p><i>Objectifs : promouvoir une alimentation durable et de qualité et contribuer à la mise en place de filières durables, alignement sur les critères de la loi Egalim pour la restauration collective</i></p> | | | |
| | <p>Approvisionnement en produits sous SIQO (bio, Label rouge, AOP, IGP, STG) ou mention valorisante HVE (niveau 3) ou fermier avec cahier des charges officiel ou écolabel pêche durable ou RUP (la liste est identique à celle de la loi Egalim⁴)</p> | <p>Mimimum 50% de produits alimentaires de qualité et/ou durable⁵ (dont les 20% de bio), en valeur d'achat</p> | 1 |
| | | <p>Mimimum 50% de boissons de qualité et/ou durable (dont les 20% de bio), en valeur d'achat</p> | 1 |
| | <p>Bien être animal</p> | <p>Favoriser les produits intégrant des critères relatifs au bien être animal⁶</p> <p>A favoriser : élevages de plein air et à l'herbe Seront évités : les œufs issus de poules élevées en cage (code 3); les volailles élevées en cage; les produits issus d'animaux nourris au soja d'importation.</p> | 2 |
| | <p>Approvisionnement en produits issus du commerce équitable</p> | <p>100% du café et du thé issus du commerce équitable</p> <p>Favoriser les produits issus du commerce équitable, pour les produits pour lesquels ils sont disponibles</p> | 1 2 |
| | <p>Poisson sauvage : approvisionnements en poisson issu de la pêche durable⁷ Référence aux listes officielles d'espèces en danger⁸ Calendrier de saisonnalité selon zones de pêche⁹</p> | <p>Pêche : 70% de poisson issu de la pêche durable** ou de rivière Respecter la saisonnalité de la pêche pour le poisson frais Aucune espèce menacée servie</p> <p><i>Les poissons servis issus d'élevage, entrent dans les critères de qualité (SIQO)</i></p> | 1 |
| | <p>Mise en valeur et sensibilisation du consommateur</p> | <p>Affichage sur la carte ou de manière visible au sein du restaurant, de la part de produits répondant à ces différents critères d'approvisionnements.</p> <p><i>Les produits sous labels ancrés dans le territoire et permettant de le valoriser seront privilégiés.</i></p> | 1 |
| TRANSPORT | | <p>Eviter les produits transportés par avion</p> | 2 |
| | | <p>Limiter l'import de produits exotiques (fruits, chocolat, café, thé...) et privilégier un transport par bateau</p> | 2 |

⁴ Voir : Mesures de la loi Egalim pour la restauration collective, https://optigede.ademe.fr/sites/default/files/1109_mesures-loiegalim_bro_hd_0.pdf

⁵ Pourcentage de produits en € achetés.

⁶ Voir notamment : <http://www.etiquettebienetreanimal.fr/>

⁷ Se référer au label « pêche durable », label français public porté par FranceAgrimer ainsi qu'aux recommandations WWF et Bloom, ainsi. Le label MSC est également pris en compte.

⁸ Voir les listes WWF, Bloom

⁹ Calendriers : recommandations Programme Mr.Goodfish, Ethic Ocean

| | | | |
|--|--|---|---|
| | Mode de transport des produits achetés | Favoriser les commandes groupées avec d'autres commerçants locaux | 2 |
| | | Privilégier des transports alternatifs pour les derniers km (vélo-cargo électrique) | 2 |

3. Les menus et recettes

| CRITERES | DIAGNOSTIC | ENGAGEMENT | critère |
|-------------------------------|---|--|------------|
| EQUILIBRE ALIMENTAIRE | | Porter une attention particulière à la composition de ses menus , afin de contribuer à une alimentation saine et équilibrée , répondant aux besoins nutritionnels des consommateurs. | 2 |
| MENU VEGETARIEN ¹⁰ | Existence d'une proposition végétarienne et/ou d'une proposition exclusivement végétale ? | Au moins une offre végétarienne attractive est proposée dans chaque composante (entrée/plat/dessert) Dans la catégorie « plats principaux » : au moins un plat principal végétarien complet est proposé (céréales + légumes + légumineuses ou œuf ou produit laitier) | 0 |
| | | <u>A la carte</u> : 20% de plats végétariens dans l'offre globale et/ou 20% dans chaque catégorie de plat. <u>Menu/menu du jour</u> : soit une alternative végétarienne est proposée, soit alternance d'un menu 100% végétarien une fois par semaine A éviter : le plat végétarien composé <u>uniquement</u> de « garniture » des autres plats de la carte | 1 |
| PROPORTIONS DANS L'ASSIETTE | Suivi de l'équilibre nutritionnel des plats ? (contenu et proportion) | La portion de viande/poisson ne dépasse pas 1/3 (en grammage) du plat, pour au moins la moitié de l'offre des plats principaux Respecter globalement un équilibre avec 1/3 protéines (viandes, poissons, œufs, fromage, légumes secs), 1/3 céréales (favoriser les céréales complètes), 1/3 légumes) | 1 2 |
| | Mention explicite de la part végétale du plat | La part végétale (céréales, légumes) des plats est valorisée à travers une dénomination de manière explicite et constitue plus qu'un simple « accompagnement » | 0 |
| CARTE ADAPTEE AUX SAISONS | Carte dont les menus évoluent en fonction des saisons ? | Menus et carte adaptés aux saisons | 0 |
| Boissons | Jus, Sodas, alcools, eaux | Proposer sur la carte des boissons sans alcool et sans sucre (eaux minérales, variétés de thé, jus de fruit fait maison sans sucres ajoutés) | 2 |

¹⁰ Végétarien : sans viande ni poisson, crustacés ou fruits de mer

| | | | |
|-------------|---|--|---|
| | Eau | L'eau « de ville » doit être proposée systématiquement par défaut | 0 |
| | | Fontaine à eau disponible | 2 |
| Fait maison | Combien de plats proposés à la carte chaque jour ? | Carte au nombre de plats ¹¹ limité (pour éviter les surgelés et produits transformés) | 2 |
| | % de plats « fait maison » ¹² par composante ? | 60% de l'offre globale est « fait maison » | 1 |

¹¹ Nombre de plat différent, par exemple : pâtes / burger-frites / pizzas, ou encore galettes bretonnes avec un nombre important d'ingrédients différents proposés

¹² https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/secteurs-d-activite/commerce-et-artisanat/dispositifs-et-labels/guide_du_fait_maison.pdf

4. Le Gaspillage alimentaire

| CRITERES | DIAGNOSTIC | ENGAGEMENT | critère |
|--|---|---|---------|
| LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE Objectifs : prise de conscience et évolution des pratiques | Pesée : Quel est le gaspillage alimentaire moyen par couvert par repas (en g) ? Le diagnostic intègre les restes de préparation, les restes assiette et les quantités non servies. Définition du gaspillage alimentaire et méthodologie / voir ressources ADEME (voir outils, formations et prestataires privés dédiés) | 1 diagnostic initial 2 pesées annuelles, sur 3j minimum. | 0 2 |
| | | Mise en place d'actions de lutte contre le gaspillage (adaptation des portions, gestion des stocks...) | 0 |
| | | Atteindre -30% par rapport à la pesée initiale ou -50% par rapport à la moyenne du secteur concerné, un an après le diagnostic initial => en restauration commerciale, objectif max 80g/convive | 1 |
| | | Gourmet bag proposé (réglementaire, contenants réutilisables ou recyclables à disposition des clients pour emporter les restes) obligatoire à partir du 1 ^{er} juillet 2021, avec information et incitation des clients via un affichage visible en restaurant ou une mention sur la carte | 0 |
| DON ALIMENTAIRE | Mise en place d'un dispositif de don des invendus alimentaires | Avoir une solution de don, en priorité, (banque alimentaire via l'outil proxidon, HopHopFood ...) ou de revente promotionnelle des invendus (Phénix, TooGoodToGo...) | 2 |
| VALORISATION BIODECHETS | Mise en place d'un dispositif de tri et de valorisation des biodéchets ? | Dispositif de tri, collecte et/ou valorisation via compostage ou méthanisation opérationnel | 1 |
| | Collecte séparée des huiles alimentaires (conformément à la réglementation, dès 60L/an) | (rappel réglementation) | 0 |

5. Le non alimentaire (approvisionnement et gestion des déchets)

| CRITERES | DIAGNOSTIC | ENGAGEMENT | critère |
|-------------------------|--|--|---------|
| Achats non alimentaires | Quels produits d'entretiens sont utilisés ? | 90% de produits d'entretiens écolabélisés ou à base de produits naturels (vinaigre blanc, bicarbonate...), pour l'ensemble des catégories pour lesquels ces produits sont disponibles. | 1 |
| REDUCTION | Quel type de déchets produits et quelle quantité ? (kg/mois) | <u>En restauration à table :</u> - vaisselle et couverts réutilisables uniquement - serviettes en tissu lavables <i>Des serviettes biodégradables peuvent éventuellement être proposées, dès lors qu'un tri adéquat permettant leur compostage est réalisé.</i> | 0 |
| | | <u>En restauration à emporter :</u> Encourager l'usage de contenants réutilisables (consignes ou contenants apportés par le client : tarification adaptée) | 0 |
| | | <u>En restauration à emporter :</u> Mise en place d'un dispositif de consignes avec des contenants à emporter, au moins pour une partie de l'offre. <i>Ce dispositif pourra être mutualisé avec d'autres acteurs partenaires.</i> | 1 |
| | | <u>En restauration à emporter :</u> Limiter les emballages à usage unique (jetables), quelle que soit leur composition (matières issues du pétrole ou non (biosourcés)), qu'ils soient compostables ou non, et en particulier ceux en plastique en vue d'anticiper la réglementation (fin de la mise sur le marché des emballages en plastique à usage unique d'ici 2040) | 1 |
| | | <u>En restauration à emporter :</u> dispositif de tri des déchets à disposition des clients | 1 |
| | Quels dispositifs de réduction des déchets? | Condiments en vrac (sel, poivre, sauces, confitures, beurre, sucre...) et non en format individuel (<i>souplesse à prévoir de manière temporaire si incompatible avec le protocole sanitaire</i>) | 0 |
| | | Aucune bouteille d'eau jetable en service à table. | 0 |
| | | Toutes les offres groupées (menus sur place ou à emporter) comportent une version sans boisson | 0 |

| | | | |
|---------------|--|---|---|
| | | Mise en place d'un système de filtration de l'eau pour servir de l'eau en carafe | 2 |
| | | Utilisation des produits de protections lavables (charlottes, masques ou gants) | 2 |
| | | Pailles et touillettes en inox, serviette en tissu ou sèche main aux toilettes... | 2 |
| | | Utilisation des lavettes lavables et réutilisables plutôt que du papier essuie-tout ou lavettes à usage unique | 2 |
| REUTILISATION | Mise en place d'un ou plusieurs dispositifs de réutilisation/consigne auprès des fournisseurs? | Prioriser les fournisseurs aux emballages consignés (cagette, bouteilles, bidon, pots...), notamment avec les acteurs du territoire | 2 |
| RECYCLAGE | Mise en place d'un dispositif de tri et de collecte des déchets ? | Tri des 5 flux (verre, carton, plastique, papier, métal, biodéchets) à adapter selon les consignes locales et valorisation | 1 |
| | | Mise en place de dispositifs communs de gestion des déchets avec des acteurs du tourisme ou entrepreneurs du territoire | 2 |

6. Energie

| CRITERES | DIAGNOSTIC | ENGAGEMENT | |
|--|--|---|---|
| DEPENSES ENERGETIQUES | Quelle consommation d'électricité et/ou de gaz annuelle ? (kW et/ou m ³ + budget€ associé) | Mise en place d'un suivi annuel de la consommation d'énergie (toutes énergies confondues, y compris essence/gasoil) | 0 |
| | | Mise en place d'actions de réduction des consommations d'énergie, Objectif -10% au bout d'un an | 1 |
| Eclairage | Classe énergétique de l'éclairage ? Dispositifs d'extinction automatique ? Gestion de l'éclairage nocturne ? | Au moins 40% de l'éclairage en classe A Arrêt automatique de la lumière dans les toilettes ou affichage dédié | 1 |
| | | 90% de l'éclairage est éteint au maximum une heure après la fin du service | 1 |
| | | Eviter les consommations fantômes (lumière allumée en plein jour ou pièce vide) | 2 |
| Chauffage et climatisation | Quelle température de consigne pour le chauffage / la climatisation ? Présence d'une climatisation ? | Disposer d'une régulation de la température (notamment pour l'espace commun et les autres pièces) et température de l'espace commun chauffé, inférieure ou égale à 22°C | 1 |
| | | Absence de terrasse extérieure chauffée ou climatisée. | 0 |
| Appareils consommateurs d'énergie | | Lors des renouvellements des appareils les plus consommateurs (frigos, congélateurs, fours) : choisir des équipements peu consommateurs (« classe A » ou équivalent) | 2 |
| | | Eviter les consommations fantômes (veilles) | 2 |
| | | Suivre une formation et appliquer les principes des cuissons lentes alternatives | 2 |
| RENOVATION DES LOCAUX (si restaurant propriétaire) | Quel(s) dispositif(s) de réduction de la consommation énergétique ? | Réalisation d'un diagnostic énergétique du restaurant | 2 |
| | | Isolation d'une majorité des fenêtres avec du double vitrage ou équivalent | 2 |
| Sources d'énergie | Quel fournisseur d'énergie ? Existe-t-il sur le site, une unité de production d'énergie renouvelable ? | Avoir un contrat avec un fournisseur d'énergies renouvelables | 2 |
| | | Avoir sur le site un dispositif de production d'énergie et/ou de chaleur à partir d'énergies renouvelables | 2 |

7. Eau

| CRITERES | DIAGNOSTIC | ENGAGEMENT | critère |
|--------------------|--------------------------------------|---|---------|
| Consommation d'eau | Quelle consommation d'eau annuelle ? | Mise en place d'un suivi annuel de la consommation d'eau | 0 |
| | | Mise en place d'actions de réduction des consommations, Objectif -10% au bout d'un an <i>Cet objectif pourra être adapté si l'atteinte d'autres objectifs (par exemple, la mise en place d'un dispositif de lavage des emballages consignés) sont susceptibles d'augmenter la consommation d'eau de référence.</i> | 1 |
| | Equipement des sanitaires | Equipement en toilettes double-flux (alternative : toilettes sèches) | 1 |
| | | Equipement des sanitaires en réducteurs de débit | 1 |

8. Sensibilisation des convives

| CRITERES | DIAGNOSTIC | ENGAGEMENT | critère |
|------------------------------|--|---|---------|
| LES PRATIQUES | Quelle information communiquée sur la qualité des produits, l'engagement éco-responsable ? | Informier le client sur la provenance et la qualité des produits, les plats végétariens et à base de végétaux, la lutte contre le gaspillage, la réduction des déchets... | 0 |
| | | Quantifier l'empreinte carbone et/ou environnementale de différents menus et/ou plats et l'afficher | 2 |
| | | Réaliser et afficher l'empreinte carbone du restaurant. | 2 |
| LA SENSIBILISATION | Quel(s) dispositif(s) en salle pour la sensibilisation des convives à l'impact de notre alimentation ? | Partager sur la carte/ardoise, un panneau d'affichage au niveau du bar, aux toilettes ainsi que sur le site internet ou sur les réseaux sociaux des informations sur la démarche environnementale menée. | 0 |
| | | Afficher des panneaux de sensibilisation à une alimentation durable (Achat des produits locaux, de saison et biologiques, plat végétarien, réduction des déchets alimentaires...) | 1 |
| L'ANCRAGE DANS LE TERRITOIRE | Quels partenaires sur le territoire ? | Mettre en place des partenariats avec d'autres acteurs du territoire pour la promotion d'un tourisme durable : <ul style="list-style-type: none"> - Promotion d'autres restaurateurs ou hébergements engagés dans la démarche - Promotion de visites / prestations touristiques durables proposées par d'autres acteurs du territoire (activités sportives, culturelles) | 2 |

| | | | |
|------------------------|---|--|---|
| Les + : L'animation | Mise en place d'animation complémentaire autour de l'alimentation durable ? | Communiquer sur des évènements nationaux rattachés à l'alimentation durable (SERD...) | 2 |
| | | Organiser des animations autour de l'alimentation durables (menus spéciaux, semaines défis, lien avec producteurs locaux etc...) | 2 |
| | | Communiquer par voie orale la recette du jour, la provenance des produits... | 2 |

9. La mobilité

| CRITERES | DIAGNOSTIC | ENGAGEMENT | critères |
|-------------------------------------|--|--|----------|
| TRANSPORTS / MOBILITE DURABLE | Quels accès possibles en transport en commun ou modes alternatifs pour les employés et les clients | Indiquer sur le site/page internet ou tout autre moyen de communication en priorité les modes de transport alternatifs (selon disponibilité) | 0 |
| | | Pour les salariés : participation aux abonnements de transports en commun (si offre disponible) ou mise en place forfait mobilité durable et/ou mise en place plan de déplacement et incitation au covoiturage | 1 |
| | | Si véhicule de société : choix des motorisations les moins polluantes. Si pertinent, achat de vélo-cargo électrique | 2 |
| Les + : transport | | Mise en place de stationnements pour des vélos (local, abri, râtelier sécurisé) Places réservées au covoiturage Mise en place de bornes de recharge de véhicules électriques | 2 |

10. Les espaces extérieurs (si existants)

| CRITERES | DIAGNOSTIC | ENGAGEMENT | critères |
|------------------------------|--|--|----------|
| Entretien espaces extérieurs | Critères de référence : produits autorisés / interdits pour l'entretien des espaces verts des collectivités locales / article 253-7 du code rural et de la pêche | Absence de produits phytosanitaires chimiques / de synthèse (hormis biocontrôle, produits autorisés en agriculture biologique) pour l'entretien des espaces extérieurs | 1 |
| | | Usage de plantes locales En cas d'espaces verts, privilégiez les essences limitant les déchets verts et la consommation d'eau | 2 |

L'ADEME EN BREF

À l'ADEME - l'Agence de la transition écologique - nous sommes résolument engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation des ressources.

Sur tous les fronts, nous mobilisons les citoyens, les acteurs économiques et les territoires, leur donnons les moyens de progresser vers une société économe en ressources, plus sobre en carbone, plus juste et harmonieuse.

Dans tous les domaines - énergie, air, économie circulaire, alimentation, déchets, sols, etc., nous conseillons, facilitons et aidons au financement de nombreux projets, de la recherche jusqu'au partage des solutions.

À tous les niveaux, nous mettons nos capacités d'expertise et de prospective au service des politiques publiques.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et solidaire et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

LES COLLECTIONS DE L'ADEME



FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.



CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.



ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.



EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.



HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir propose une vision prospective et réaliste de l'énergie et du climat, pour un futur désirable à construire ensemble.

00000



128