

Enquête de satisfaction sur les cafétérias 2019

1. Introduction

Des enquêtes de satisfaction sur les cafétérias de l'UniNE sont régulièrement menées par l'entreprise gérant les cafétérias. En 2018, les membres UniNE de la Commission de gestion de la Cité des Etudiantes et des Etudiants (CGCE) ont émis le souhait que l'édition 2019 de l'enquête soit pilotée à l'interne, afin que des questions portant sur les attentes de la communauté universitaire quant à une offre d'alimentation plus durable à l'UniNE puissent être posées. Le gérant a donné son accord pour que l'enquête soit élaborée par le Bureau qualité en collaboration avec la Coordination du développement durable, pour autant que les questions posées habituellement par l'entreprise soient intégrées au questionnaire.

Les questions du responsable régional de l'entreprise Compass Group sont transmises au Bureau qualité en février 2019. Une première version du questionnaire d'enquête est élaborée en mars et successivement mise en consultation auprès des membres UniNE de la CGCE, des associations étudiantes intéressées par la problématique de l'alimentation durable (AED, SDNE, Vega'Neuch) et du responsable régional de Compass Group entre fin mars et mi-avril. Le questionnaire est retravaillé sur la base des commentaires reçus.

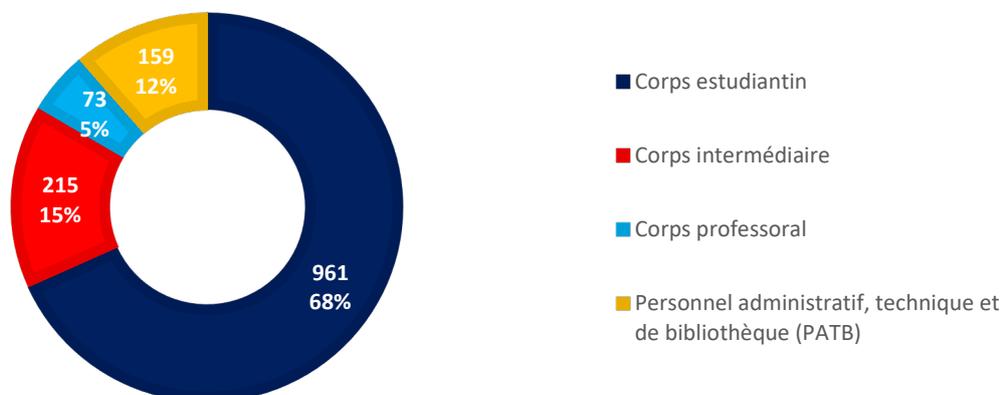
Le 8 mai 2019, une invitation à compléter le questionnaire en ligne est envoyée par e-mail à l'ensemble des membres de la communauté universitaire, soit 5'202 personnes. Des rappels sont envoyés les 15 et 20 mai. Du 10 au 22 mai, des questionnaires papier sont également disponibles dans les trois cafétérias de l'UniNE. L'enquête est close le 23 mai à 07h00.

1'270 personnes ont répondu à l'ensemble des questions 'obligatoires' (c'est-à-dire des questions à choix multiples auxquelles il fallait répondre pour pouvoir passer à la question suivante). **118 personnes** ont répondu à une partie des questions mais ne sont pas arrivées jusqu'au bout du questionnaire. En somme, c'est donc plus d'un quart de la communauté universitaire (**1'388 personnes, 26.7%**) qui a donné son avis sur les cafétérias.

2. Profil des personnes sondées

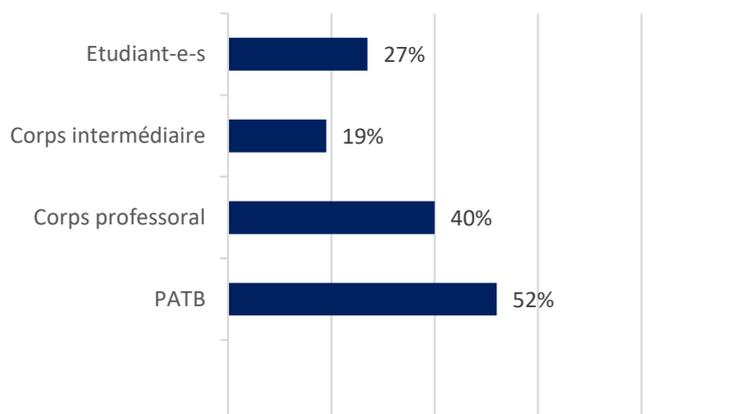
Les personnes sondées se répartissent de la façon suivante¹ :

1. Répartition des réponses par corps



Dans l'absolu, les réponses des étudiantes et étudiants sont plus nombreuses que celles des membres du personnel de l'UniNE. Toutes proportions gardées, ce sont néanmoins les membres du personnel administratif, technique et de bibliothèque et les membres du corps professoral qui ont été les plus nombreux à répondre (graphe 2).

2. Pourcentage de répondant-e-s par statut



3. Comportements durables

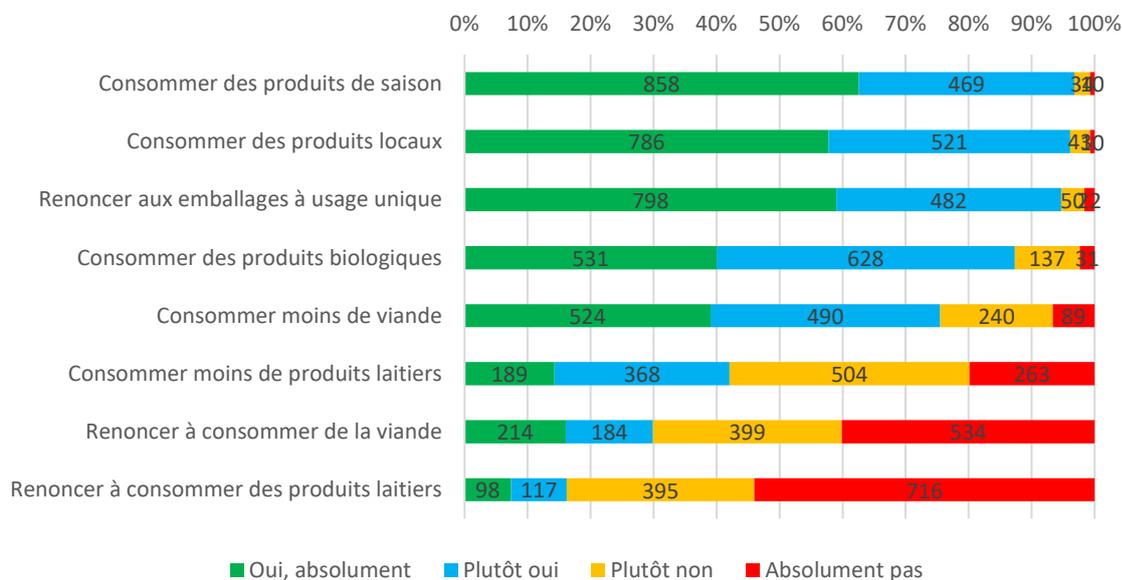
Les premières questions de l'enquête visent à sonder la volonté d'adopter des comportements plus durables chez la communauté universitaire. En réponse à la première question, « *quels comportements adoptez-vous dans votre vie quotidienne ou souhaiteriez-vous pouvoir adopter pour réduire l'impact environnemental de votre mode d'alimentation?* », une très grande majorité des personnes sondées²

¹ Note : le total (1'408) excède le nombre total de répondants (1'388) car certaines personnes sont membres de deux corps à la fois (20 personnes à la fois étudiantes et corps intermédiaire, 4 personnes à la fois étudiantes et PATB, 6 personnes à la fois corps intermédiaire et corps professoral).

² Selon l'affirmation, entre 0.8% et 3.6% des personnes sondées répondent 'Je ne sais pas' à cette question.

déclare consommer (ou souhaiter consommer) des **produits de saison, locaux et biologiques**, ainsi que **renoncer** (ou souhaiter renoncer) **aux emballages à usage unique**. Une part significative des personnes sondées souhaite en outre **réduire sa consommation de viande**, mais moins d'un tiers est prêt à y renoncer complètement. Seule une minorité envisage de réduire sa consommation de produits laitiers ou d'y renoncer (cf. graphe 3).

3. Comportements durables adoptés ou souhaités



612 personnes répondent à la question facultative qui suit, « *Si vous souhaitez adopter certains de ces comportements mais que vous avez l'impression de ne pas y parvenir, quels sont les obstacles que vous rencontrez?* » Plus de la moitié des réponses (307, 50.2%) évoquent un **manque de disponibilité des produits souhaités**. Plus précisément, ces commentaires évoquent le problème de l'omniprésence du plastique à usage unique dans les commerces et du **suremballage**. 64 personnes pointent plus précisément un manque de disponibilité des produits souhaités dans les cafétérias de l'UniNE, notamment une **offre trop limitée en produits végétariens et véganes**, ou encore des salades et sandwiches qui **ne respectent pas le rythme des saisons** (tomates en hiver, etc.).

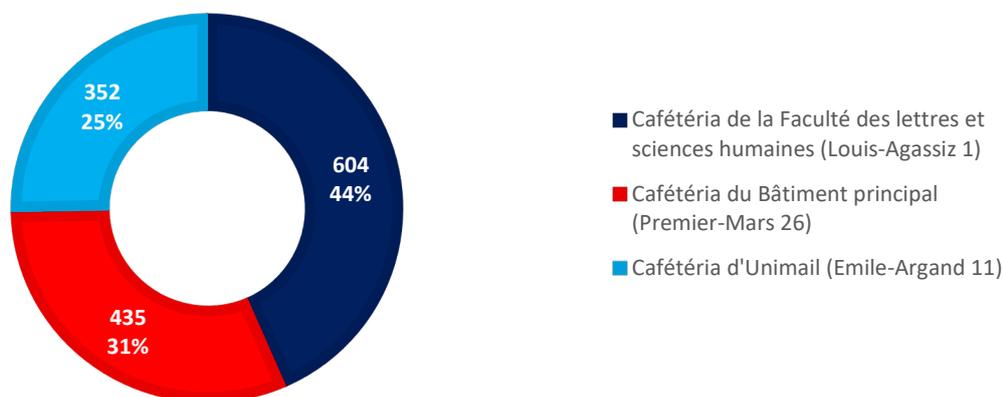
181 (30%) commentaires évoquent le **prix élevé des produits bio** comme un frein à la consommation de ces produits.

Parmi les commentaires restant, 81 (13%) évoquent un **manque de temps** (p.ex. pour se rendre au marché) ou des **difficultés d'organisation** (p.ex. pour se rendre dans des commerces qui proposent du vrac), 55 (9%) un **manque de volonté** ou de motivation (p.ex. le plaisir de manger de la viande qui rend difficile de réduire sa consommation), 28 (5%) la **pression de l'entourage** (p.ex. le fait que la famille ne partage pas les souhaits en matière d'alimentation durable), 25 (4%) le **manque d'informations fiables** (p.ex. sur la provenance des aliments) et 21 (3%) des **problèmes de santé ou d'hygiène** (p.ex. allergies, crainte que les produits non-emballés soient contaminés par des germes).

4. Fréquentation des cafétérias de l'UniNE

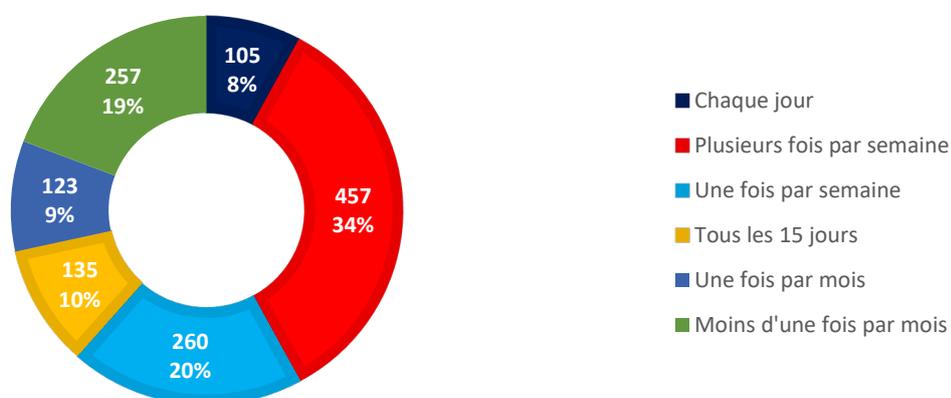
La cafétéria la plus fréquentée des personnes sondées est celle du bâtiment qui abrite la faculté regroupant le plus grand nombre d'étudiant-e-s, la FLSH. La cafétéria d'Unimail est la moins fréquentée, bien qu'elle soit la plus grande.

4. Fréquentation des cafétérias de l'UniNE - lieu



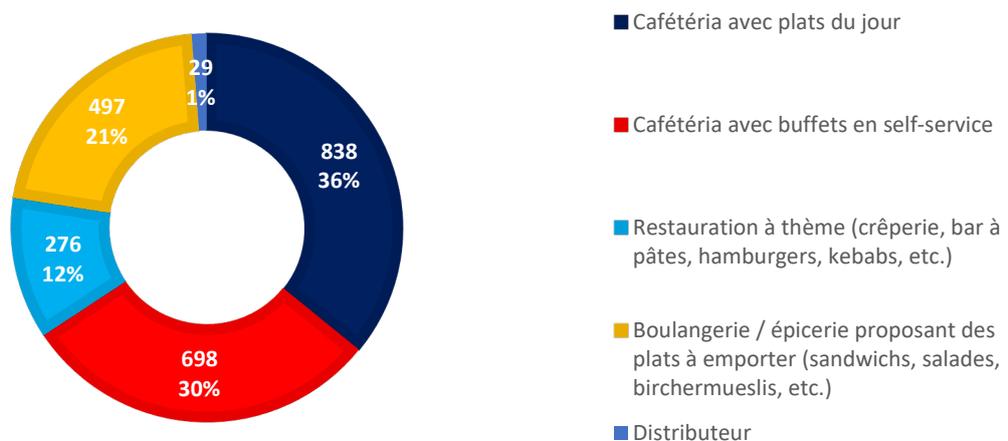
Plus de la moitié des personnes sondées consomment dans une des cafétérias de l'UniNE au moins une fois par semaine (62%) et 42% s'y rendent plusieurs fois par semaine voire tous les jours.

5. Fréquentation des cafétérias de l'UniNE - fréquence



Les personnes sondées étaient invitées à s'exprimer sur le modèle de restaurant souhaité à l'Université de Neuchâtel. Cette question vise principalement à contribuer à la réflexion autour du projet d'éventuel nouveau bâtiment universitaire (projet UniLac) qui permettrait d'envisager de nouvelles possibilités en termes de restauration. Il était possible de cocher plusieurs réponses à la question « *Si vous pouviez choisir un modèle de restaurant pour le bâtiment universitaire que vous fréquentez le plus, vous pencheriez pour...* ». Deux tiers des réponses sont en faveur d'une **cafétéria avec plats du jour et/ou buffets en self-service**. La restauration à thème séduit peu, de même que les distributeurs. Un cinquième des réponses sont en faveur du modèle 'boulangerie-épicerie'. En somme, une cafétéria comme celle d'Unimail, proposant plats du jour, buffet de salade, sandwiches et snacks à emporter semble convenir sur le principe à la grande majorité des sondé-e-s.

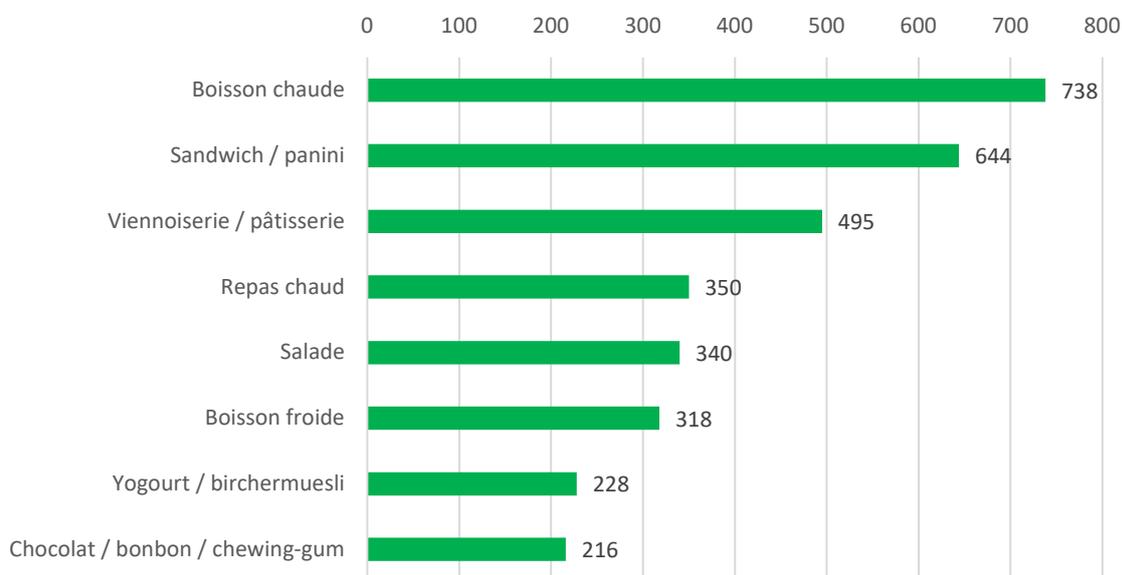
6. Modèles de restaurant souhaités



5. Habitudes de consommation

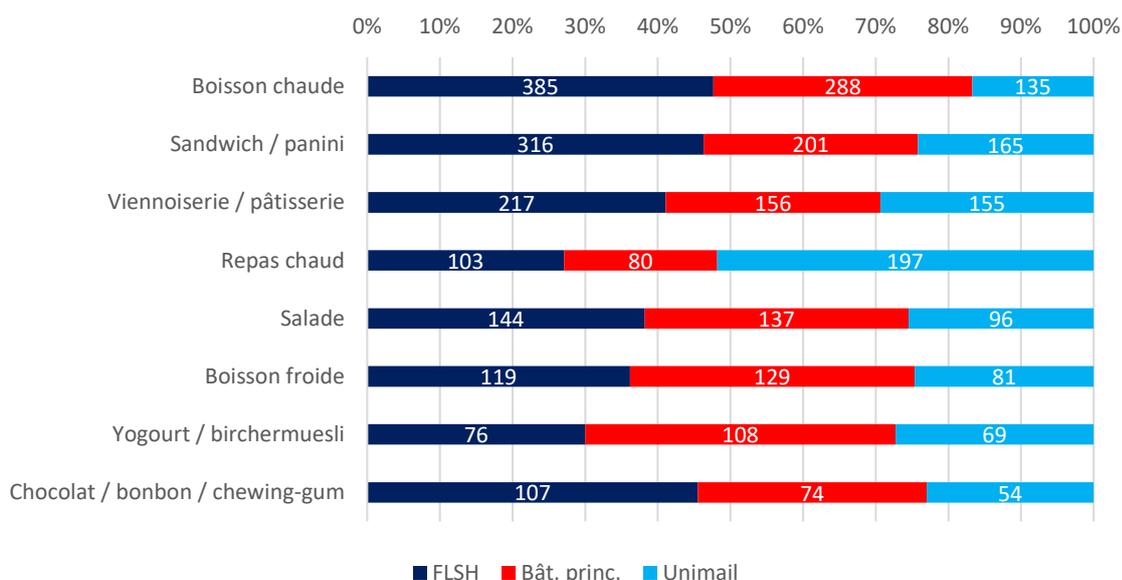
Invitées à indiquer le type de produit qu'elles achètent habituellement lorsqu'elles se rendent dans une des cafétérias de l'UniNE, les personnes sondées mentionnent principalement les **boissons chaudes**, **les sandwiches / panini** et **les viennoiseries**.

7. Types de produits consommés habituellement



Plus de 50% des plats chauds sont consommés à la cafétéria d'Unimail, la seule à proposer des plats du jour (les deux autres cafétérias ne proposent qu'un seul plat chaud, en self-service dans une soupière)³. Les autres produits sont principalement achetés à la cafétéria de la FLSH et à celle du bâtiment principal.

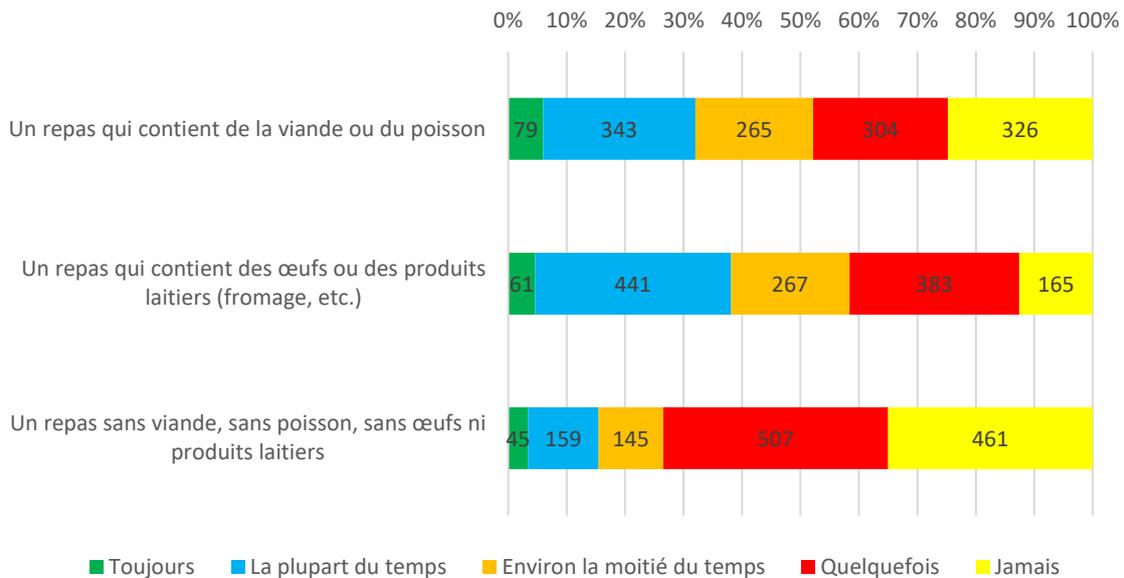
8. Types de produits consommés - par cafétéria



³ Les chiffres ne sont pas les mêmes dans les deux graphes. En effet, les personnes qui ont indiqué qu'elles fréquentaient habituellement deux ou trois cafétérias comptent à double ou à triple dans le graphe 8.

Moins de 10% des personnes sondées choisissent systématiquement un repas à base de viande ou de poisson, alors que 25% ne choisissent jamais de repas contenant de viande ou de poisson. **Les repas (ovo-lacto-)végétariens sont ceux qui rencontrent la plus grande adhésion**, puisque plus de 85% des personnes sondées en consomment au moins occasionnellement. Près d'un quart des personnes sondées indique ne jamais opter pour un repas végétalien. Il convient cependant de noter que l'offre de produits végétalien est très réduite dans les cafétérias, et qu'il est donc possible que ce soit moins par choix que par manque de possibilité que ces plats sont peu choisis.

9. Type de repas privilégié

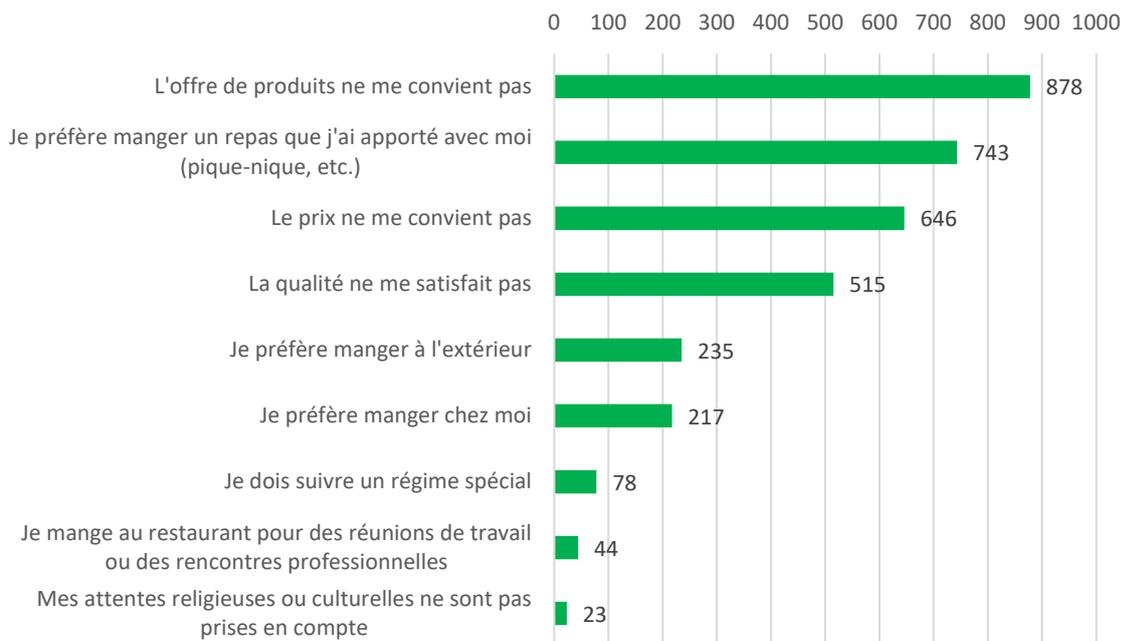


Après avoir commenté leurs habitudes de consommation, les personnes sondées étaient invitées à indiquer les raisons qui pouvaient les amener à ne pas acheter de produit à la cafétéria. Il était possible de cocher plusieurs réponses parmi les choix proposés. Le but de cette question était d'esquisser les leviers d'action qui permettraient d'augmenter la fréquentation des cafétérias.

1'296 personnes répondent à cette question (graphe 10). Deux tiers des personnes sondées (878, 68%) invoquent une **offre de produits insatisfaisante**. Le **prix** constitue également une raison récurrente de ne rien acheter (646, soit 49.9% des personnes sondées). La deuxième raison invoquée, le fait de **préférer manger un repas apporté de la maison**, peut être mise en lien avec une offre de produits insatisfaisante ou des tarifs trop élevés, quoi qu'elle puisse également avoir une autre origine : en effet, dans l'espace réservé aux commentaires, de nombreuses personnes mentionnent qu'elles travaillent dans des 'petits' bâtiments décentrés, n'hébergeant pas de cafétéria, et que de ce fait elles privilégient les repas amenés de la maison ou achetés sur le chemin du travail.

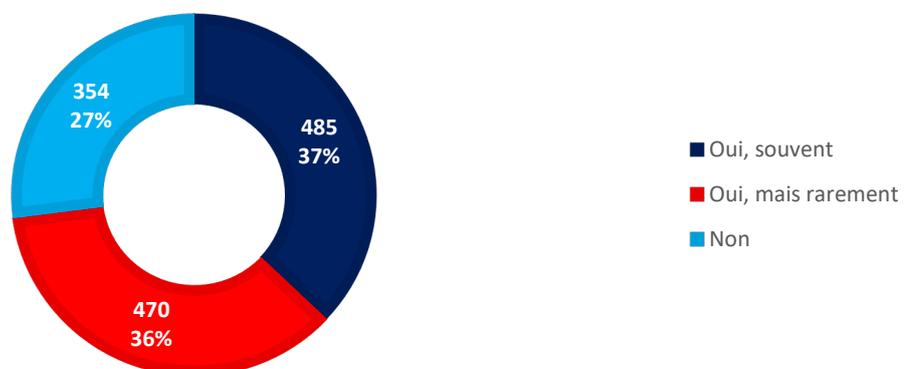
515 personnes (39.7%) évoquent la **qualité insatisfaisante** de la nourriture proposée. Les questions portant sur le degré de satisfaction qui apparaissent dans la suite de ce rapport permettent de mieux cerner les aspects liés à la qualité qui sont jugés insatisfaisants. En commentaire, certaines personnes sondées mentionnent encore d'autres raisons, relatives notamment à des allergies ou intolérances alimentaires ou au manque de places assises. Quelques personnes signalent qu'elles renoncent à consommer à la cafétéria pour des raisons idéologiques : elles préfèrent se rendre chez un commerçant ou un restaurateur local que dans un établissement géré par une multinationale.

10. Raisons de ne rien acheter à la cafétéria



L'impossibilité de payer par carte de débit ou de crédit est également une raison qui conduit de nombreuses personnes sondées à renoncer à consommer dans les cafétérias de l'UniNE : près de trois quart des personnes sondées (73%) ont déjà renoncé à acheter quelque chose car elles n'avaient **pas d'argent liquide** sur elles (graphe 11).

11. Vous est-il déjà arrivé de renoncer à acheter quelque chose car vous n'aviez pas d'argent liquide sur vous?

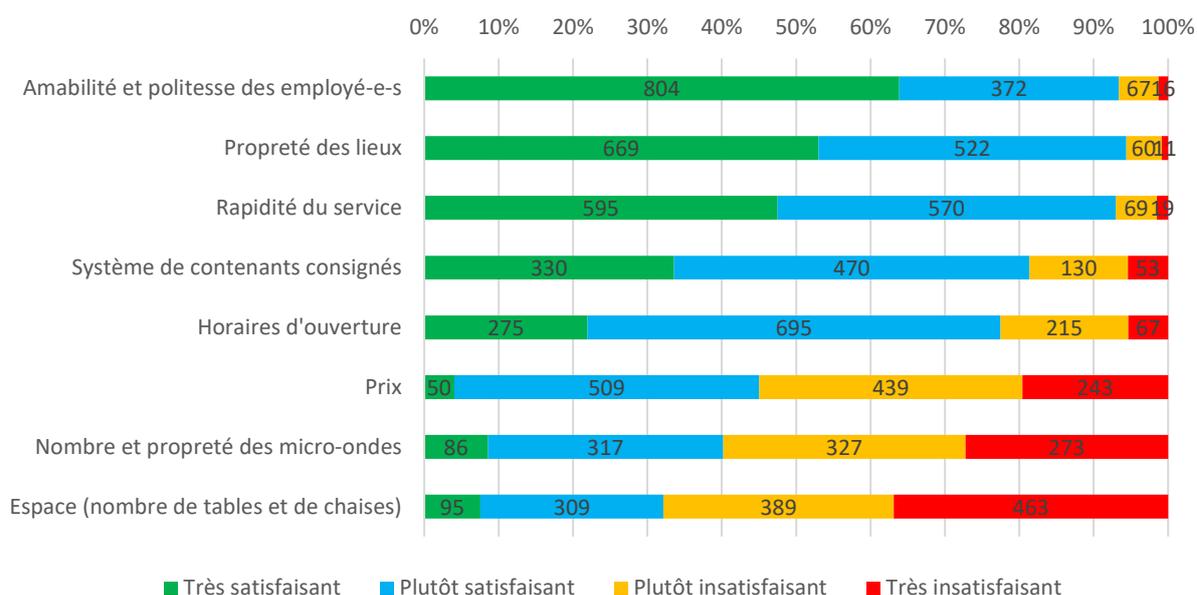


6. Degré de satisfaction

Deux questions à choix multiples permettent aux personnes sondées de donner leur avis sur des aspects relatifs tant au cadre et au fonctionnement des cafétérias qu'à la nourriture servie.

Concernant le cadre et le fonctionnement des cafétérias⁴, les personnes sondées se déclarent très majoritairement satisfaites de l'amabilité et de la politesse des employé-e-s, de la propreté des lieux et de la rapidité du service. Plus de trois quart des personnes sondées sont également plutôt satisfaites du système de contenants consignés mis en place en décembre 2018 et des horaires d'ouverture, bien qu'ils aient récemment été réduits. En revanche les prix, les micro-ondes et le nombre restreint de tables et de chaises sont des sources claires d'insatisfaction (graphe 12).

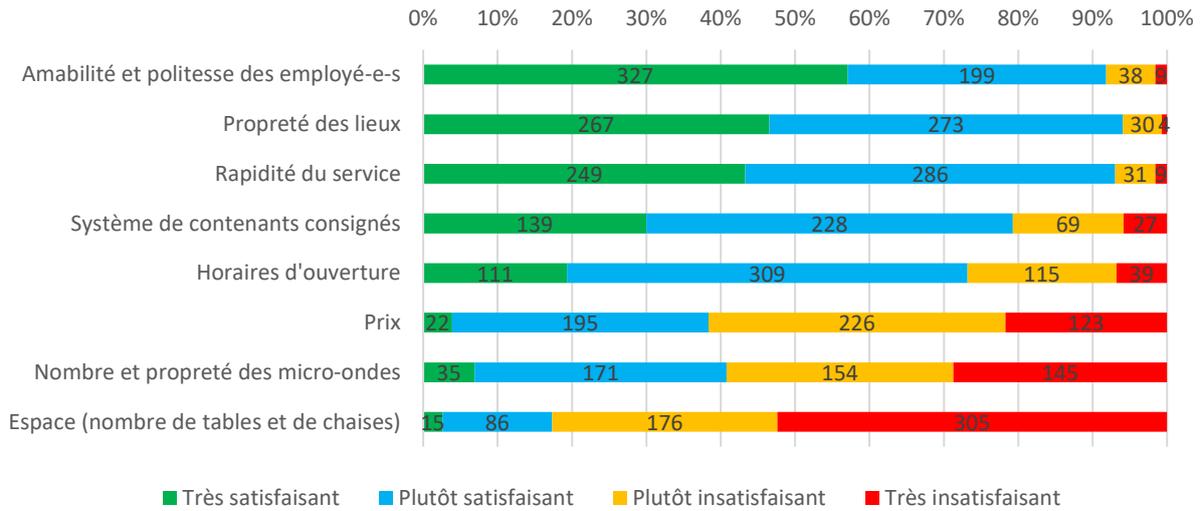
12. Quel est votre avis sur les points suivants? - cadre & fonctionnement



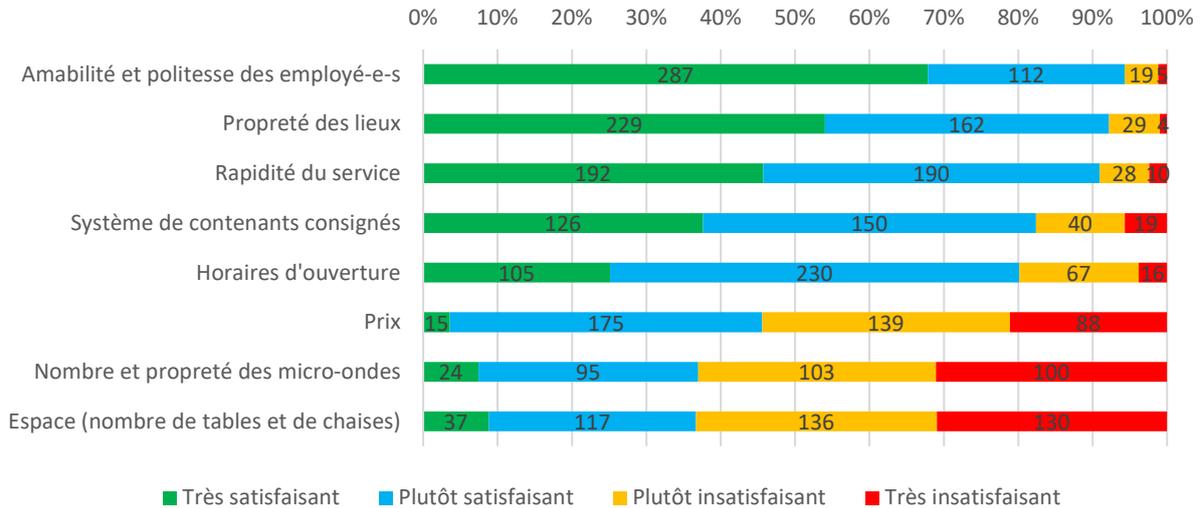
Si globalement les avis sont semblables chez les consommatrices et consommateurs des trois cafétérias, le niveau d'insatisfaction est particulièrement élevé en FLSH concernant l'espace à disposition pour manger. Les nombre de micro-ondes semble insuffisant surtout en FLSH et au bâtiment principal, où le choix de plats chauds est restreint (cf. graphes 13-15).

⁴ 1'301 personnes ont donné leur avis sur le cadre et le fonctionnement des cafétérias. Selon les affirmations, entre 3% et 4.6% d'entre elles ont répondu 'je ne sais pas', sauf pour la question portant sur les micro-ondes et celle sur les contenants consignés, où le taux de 'je ne sais pas' monte respectivement à 22.9% et 24.4%. Cela s'explique par le fait que les personnes qui consomment des boissons chaudes, des viennoiseries ou des sandwiches par exemple (cf. p.6 *supra*) n'utilisent pas de contenants consignés et n'ont pas recours au micro-onde.

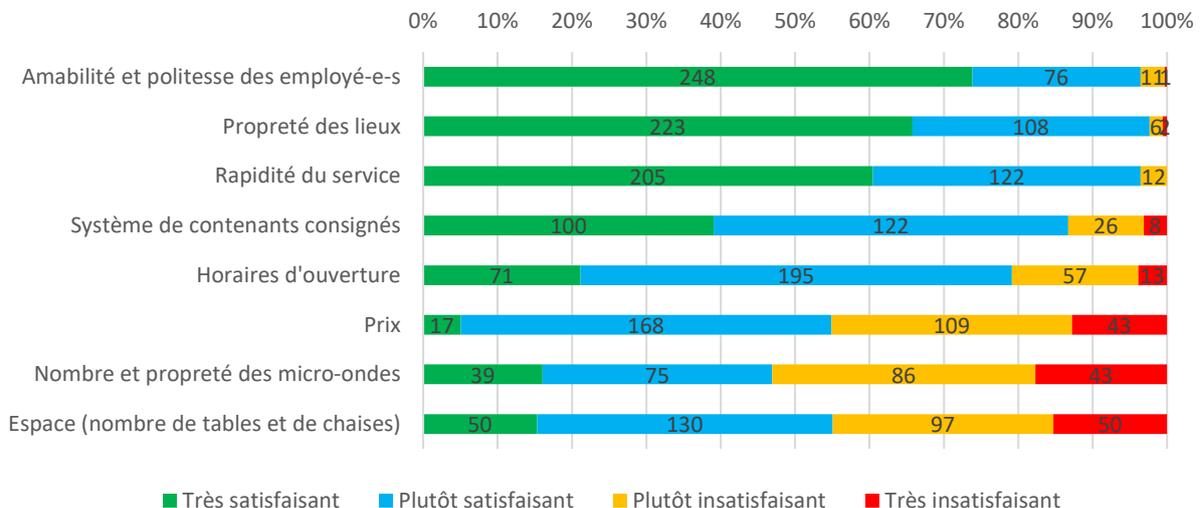
13. Quel est votre avis sur les points suivants? - cafétéria FLSH



14. Quel est votre avis sur les points suivants? - cafétéria bâtiment principal

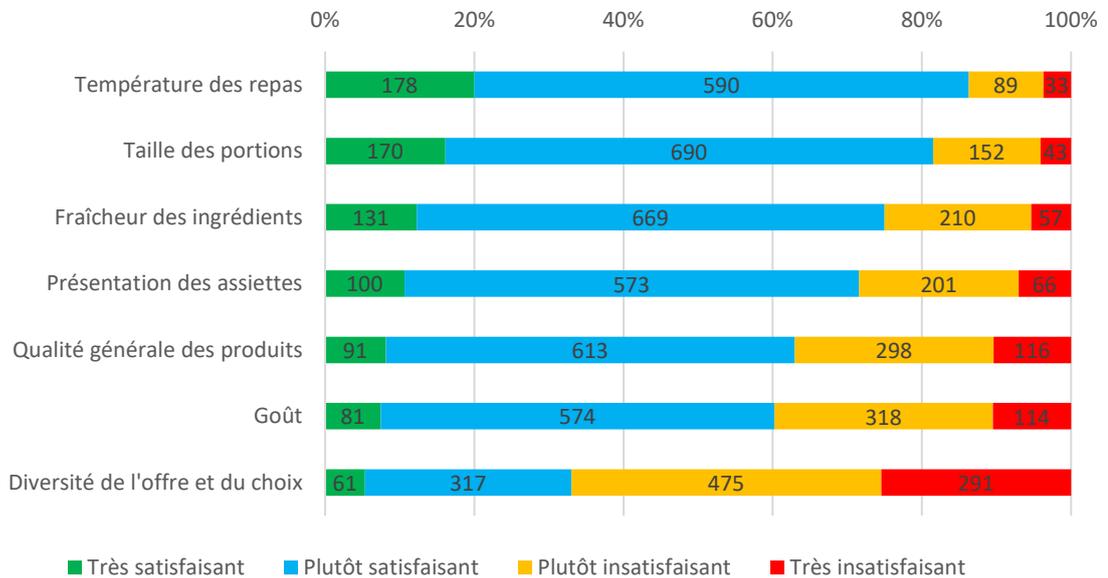


15. Quel est votre avis sur les points suivants? - cafétéria Unimail



Concernant les plats proposés⁵, ils sont globalement considérés plutôt satisfaisants en soi, mais la diversité de l'offre et du choix est considérée insuffisante par deux tiers des personnes sondées (graphe 16).

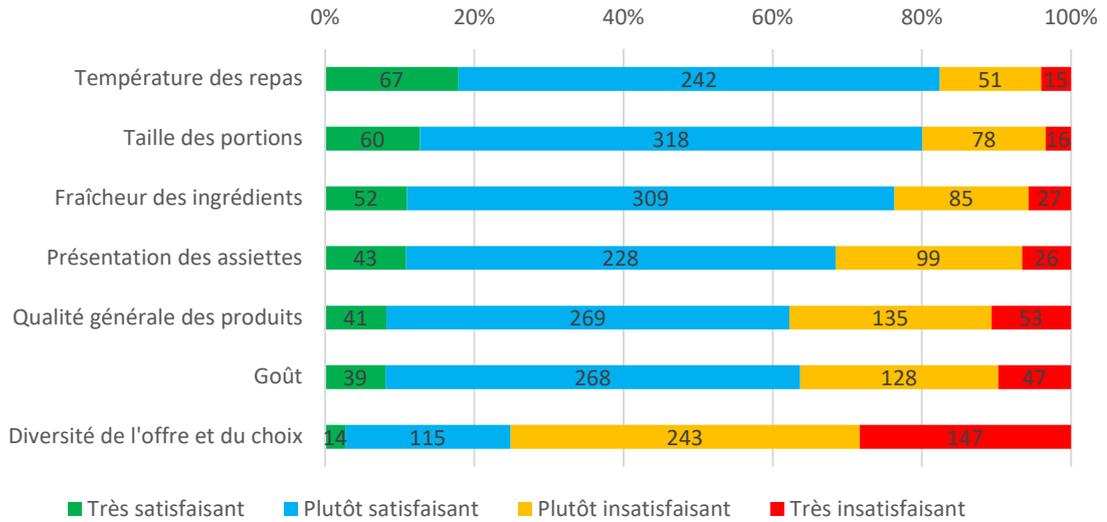
16. Quel est votre avis sur les points suivants? - plats proposés



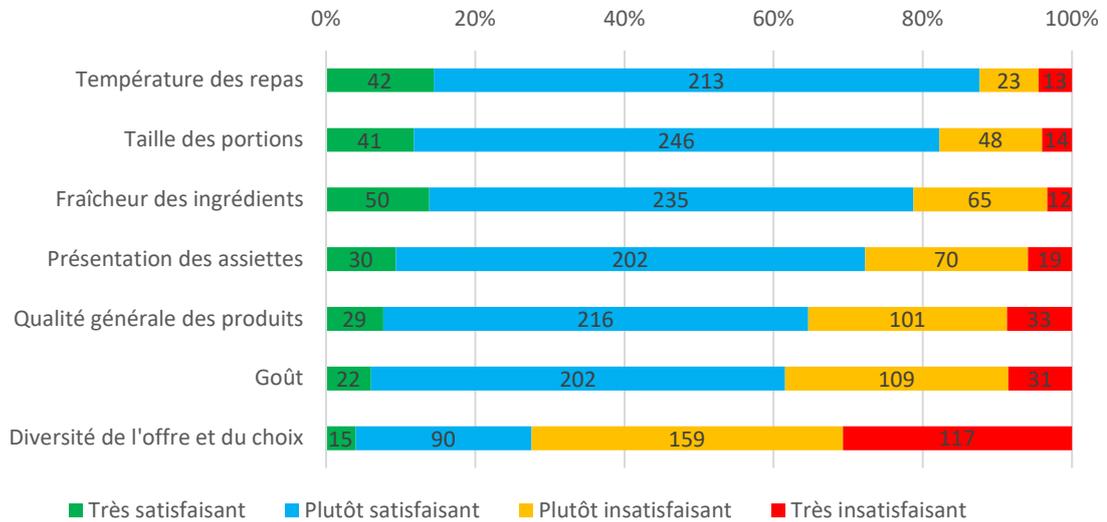
Les avis convergent quelle que soit la cafétéria fréquentée. Néanmoins, la diversité de l'offre et du choix est jugée particulièrement insatisfaisante à la cafétéria de la FLSH et à celle du bâtiment principal, l'insatisfaction étant moindre à Unimail (graphes 17-19).

⁵ 1'291 personnes ont donné leur avis sur les plats proposés. Le taux de réponse 'je ne sais pas' varie de 11.3% (pour la diversité de l'offre) à 31.1% (pour la température des repas). Cela s'explique notamment par le fait que les personnes qui consomment des boissons chaudes, des sandwiches ou des viennoiseries peuvent difficilement s'exprimer sur la température des repas, la présentation des assiettes ou la taille des portions.

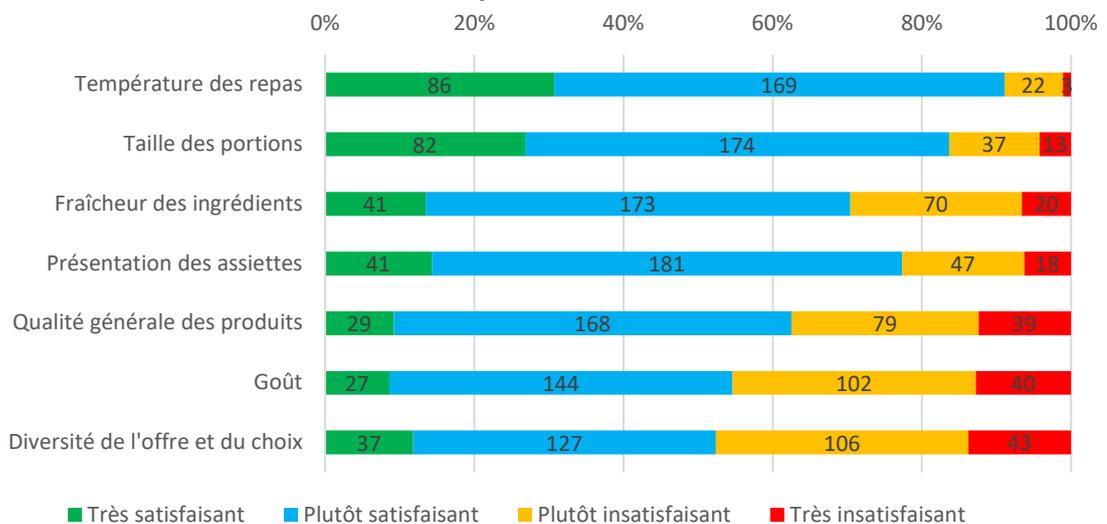
17. Quel est votre avis sur les points suivants? - cafétéria FLSH



18. Quel est votre avis sur les points suivants? - cafétéria bat. principal



19. Quel est votre avis sur les points suivants? - cafétéria Unimail



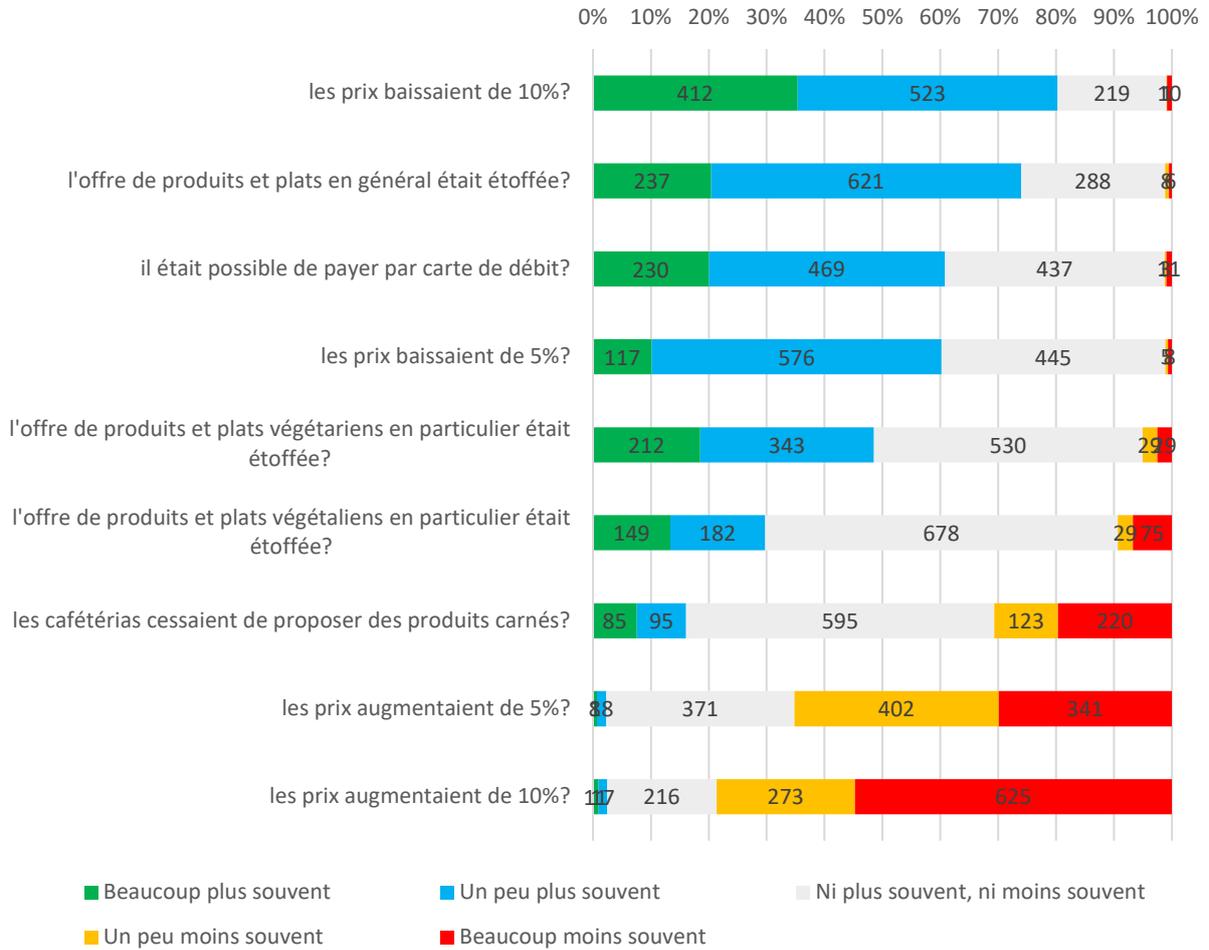
223 personnes commentent leurs réponses concernant le cadre et le fonctionnement des cafétérias et 120 commentent leurs réponses concernant les plats proposés. Les commentaires récurrents sont les suivants :

- Le nombre de micro-ondes est insuffisant sur les trois sites, d'autant plus que les modèles ne sont pas récents et chauffent lentement. Il n'est pas rare d'attendre son tour plus de 20 minutes (certaines personnes parlent de 30 voire 45 minutes). Les étudiant-e-s qui n'ont que 30 minutes de pause à midi doivent parfois renoncer à manger, faute d'avoir pu réchauffer leur repas.
- Le nombre de places assises est insuffisant sur les trois sites, contraignant certaines personnes à manger assises par terre dans les couloirs. Les courants d'air sont nombreux et il fait froid en hiver.
- La fermeture des cafétérias entre 11h00 et 11h30 engorge les cafétérias à midi (et renforce donc le problème du manque de places assises). De même, le fait que les étalages sont presque vides dès 12h45 ou 13h00 ne permet pas une bonne répartition de la clientèle, tout le monde se précipitant à midi dans l'espoir de trouver le produit de son choix.
- Les personnes qui souhaitent manger des repas sans viande (qu'elles soient végétariennes ou qu'elles souhaitent simplement ne pas manger de viande tous les jours) sont désavantagées sur plusieurs plans : les produits végétariens sont les premiers épuisés (p.ex. sandwiches au gruyère, panini tomates-mozarella, salades sans jambon etc.) et donc manquent souvent ; les plats chauds végétariens ou végétaliens (cafétéria FS) ne sont pas équilibrés, les sources de protéines végétales manquent (légumineuses, tofu etc.) ; prendre de la salade au buffet (cafétéria FS) revient souvent plus cher que de prendre un plat du jour carné ; les plats chauds en FLSH et au bâtiment principal sont rarement végétariens.
- En FLSH et au bâtiment principal, il n'y a qu'un seul repas chaud par jour, qui est le même chaque semaine. Ainsi une personne qui se rend à la cafétéria un seul jour par semaine (p.ex. en raison d'un poste à temps partiel) se verra proposer le même repas chaque semaine. Les sandwiches et salades ne varient pas en fonction des saisons (p.ex. tomates en hiver).
- L'introduction du système de contenants consignés est appréciée, mais il reste encore trop de plastique jetable (sandwichs, pièces sèches, etc.). La consigne élevée est problématique, d'autant plus que seul l'argent liquide est accepté.
- Il manque de containers pour le compost des restes de repas⁶. Les gobelets biodégradables ne sont pas recyclés.

La question suivante vise à déterminer les leviers d'amélioration qui permettraient d'attirer davantage de clientèle dans les cafétérias. Il en ressort qu'une baisse des prix de 10%, s'accompagnant d'une diversification de l'offre et de la possibilité de payer par carte de débit aurait une influence très positive sur la fréquentation des cafétérias. Concernant la diversification de l'offre, accorder une large place à des produits et plats végétariens et végétaliens aurait un impact positif. En revanche, éliminer complètement l'offre de produits carnés aurait un impact négatif sur la fréquentation. Une augmentation des prix se traduirait par une baisse importante de la fréquentation.

⁶ En réalité, les restes de repas consommés dans les cafétérias (« lavures ») sont compostés par Compass grâce à un partenariat avec Retripa. Il n'existe en revanche pas de poubelles destinées à accueillir les restes de pique-niques.

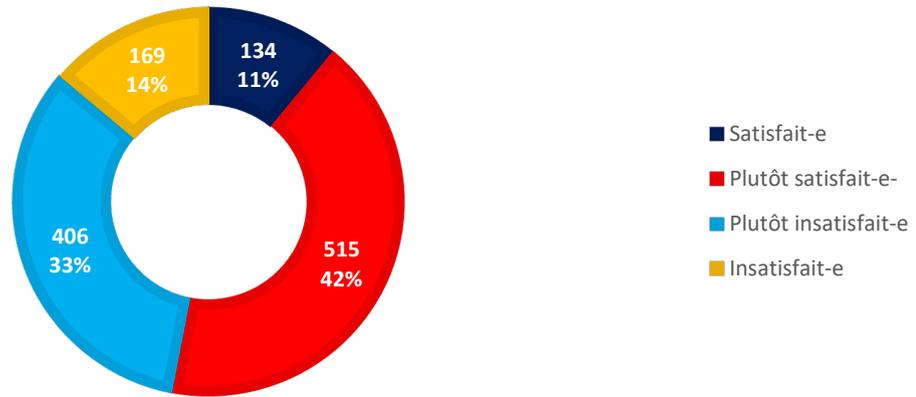
20. Viendriez-vous à la cafétéria plus souvent, aussi souvent, moins souvent si...



Pour terminer, les personnes sondées étaient invitées à donner leur niveau de satisfaction général des cafétérias, ainsi qu'à commenter leur réponse et à émettre d'éventuelles suggestions d'amélioration. 1'271 personnes donnent leur niveau de satisfaction⁷, 272 commentent leur réponse et 232 émettent des suggestions. Un peu plus de la moitié des personnes sondées (53%) s'estiment satisfaites ou plutôt satisfaites. Un tiers (33%) sont plutôt insatisfaites et 14% sont insatisfaites (graphe 21).

⁷ 47 personnes sur 1'271 (3.7%) répondent 'je ne sais pas' à cette question.

21. Satisfaction générale



Deux tiers des utilisatrices et utilisateurs de la cafétéria du bâtiment Unimail (66%) se déclarent satisfait-e-s ou plutôt satisfait-e-s de leur cafétéria. Le taux de satisfaction est moindre à la cafétéria du bâtiment principal (56%). A la cafétéria de la FLSH, seule une minorité de personnes se déclarent satisfaites (43%).

22. Satisfaction générale



De nombreux commentaires soulignent la compétence et la gentillesse du personnel des cafétérias. Les critiques portent sur des points déjà évoqués : manque de choix, plats du jour qui sont les mêmes chaque semaine, prix trop élevés, manque de places assises, horaires inadéquats, utilisation d'emballages en plastique jetable.

Les suggestions recueillies se résument de la façon suivante :

- **Repas :**

- Diminuer l'offre carnée (sans l'éliminer complètement) et augmenter l'offre de produits végétariens ; pour la viande, privilégier la qualité à la quantité.
- Offrir au moins un plat (ou sandwich) végétalien et un sans gluten.
- Proposer des plats sains et équilibrés sur le plan nutritif ; cela implique notamment de proposer des plats végétariens et végétaliens qui incluent des protéines (légumineuses etc., pas de simples pâtes à la sauce tomate).
- Varier la carte en fonction des saisons afin de ne pas servir toujours les mêmes plats / sandwiches et de privilégier les produits de saison (p.ex. pas de tomates en hiver dans les salades et sandwiches).
- Privilégier les produits et les fournisseurs locaux ; cela concerne notamment les produits de boulangerie, qui selon les personnes sondées proviennent à l'heure actuelle de Genève et sont acheminés par camion. Il conviendrait d'avoir recours à une entreprise neuchâteloise pour ces produits.
- Privilégier les produits bio chaque fois que c'est possible.
- Afficher la liste des ingrédients et leur provenance sur chaque plat et sur les menus.
- Augmenter la variété de thés et tisanes proposées, en choisissant une marque bio.

- **Emballages, conditionnement :**

- Renoncer à vendre des boissons en PET et en 'briques' (Tetrapack). Proposer des boissons au 'robinet' à payer au décilitre (jus de fruit, thé froid maison, sirop local). Faciliter le remplissage de gourdes (par exemple en mettant à disposition des pichets gradués que les personnes peuvent utiliser pour se servir et payer, avant de transvaser la boisson dans leur gourde).
- Mettre à disposition de l'eau du robinet (gratuite).
- Renoncer aux sauces à salade et condiments conditionnés en sachets individuels. Mettre à disposition salière, poivrière, bouteille d'huile et de vinaigre. Mettre à disposition un bocal de sucre en poudre au lieu de sachets, ainsi qu'un pichet de crème pour le café plutôt que des godets en plastique.
- Utiliser des emballages en papier (si possible recyclé) sans fenêtre en plastique pour les sandwiches.
- Privilégier les buffets 'au poids' et accepter que les client-e-s utilisent leurs propres contenants pour se servir. Dans ce but, mettre à disposition une balance qui permette aux client-e-s de faire la tare de leur propre contenant (sur le modèle des magasins en vrac).
- Permettre aux client-e-s de se servir de boissons chaudes dans leur propre tasse, mug ou thermos (à présenter sans couvercle à la caisse pour que le contenu soit visible par l'employé-e chargé-e d'encaisser). Valoriser ce comportement en offrant une réduction de prix aux personnes qui utilisent leur propre contenant.

- **Prix :**

- Aligner les prix sur ceux pratiqués dans les cafétérias des autres universités suisses.
- Pratiquer une différence de prix entre étudiant-e-s (sur présentation de la carte Capucine) et employé-e-s.

- **Locaux :**

- Augmenter le nombre de micro-ondes sur les trois sites.
- Mettre à disposition un bac avec des pattes et torchons afin que chacun-e puisse nettoyer sa table après utilisation.
- FLSH : ajouter des tables dans les étages, permettre aux client-e-s de manger à tous les étages, voire dans des salles de cours ; améliorer l'isolation pour limiter au maximum les courants d'air.

- FS : remplacer les chaises (actuellement en métal) ou augmenter le chauffage en hiver, afin d'éviter les 'chaises froides' et d'améliorer le confort de la clientèle.
- Bâtiment principal : Les réservations de tables devraient se faire dans d'autres locaux que la salle principale, étant donné le problème du manque de place général.
- Envisager de mettre en place une seule cafétéria, grande et fonctionnelle, pour les personnes qui fréquentent le bâtiment principal, la FLSH et Breguet 1 et 2.
- **Déchets :**
 - Renoncer à jeter les invendus ; vendre à bas prix les produits en fin de journée (p.ex. via l'App *Too good to go*) ou les offrir gratuitement à l'AED ou à une autre association.
- **Divers :**
 - Permettre le paiement par carte Capucine, carte de débit (sans contact) ou Twint. Ou alors, installer des distributeurs (Bancomat) dans les locaux de l'Université.
 - Ouvrir à 07h45 le matin, renoncer à la fermeture entre 11h00 et 11h30 pour 'fluidifier' la clientèle durant la pause de midi, prévoir suffisamment de produits pour que l'offre soit variée jusqu'à 14h00.
 - Permettre aux client-e-s de laisser leur carte Capucine en dépôt d'un contenant consigné plutôt que de payer 10.- de consigne, ou alors permettre de payer la consigne avec la carte Capucine. Une autre solution serait d'accepter que les client-e-s transfèrent le contenu des boîtes Recircle dans leur propre contenant avant paiement, afin d'éviter de devoir payer une consigne (cafétérias FLSH et bâtiment principal).
 - Retirer la gérance de la multinationale Compass Group au profit d'une entreprise locale.

7. Synthèse et propositions d'amélioration

Sur l'ensemble des 1'388 personnes sondées, l'appréciation générale montre que 53% sont satisfaites ou plutôt satisfaites, tandis que 47% sont insatisfaites ou plutôt insatisfaites des cafétérias de l'Université de Neuchâtel. Les principaux motifs d'insatisfaction sont liés aux infrastructures – manque de place pour s'asseoir, nombre insuffisant de micro-ondes – et à l'offre. En ce qui concerne l'offre de restauration, une grande majorité des personnes sondées souhaite avoir accès à une alimentation de saison, locale, biologique et sans suremballage, ainsi que réduire sa consommation de viande. Le principal obstacle qui empêche les personnes sondées d'adopter ces comportements durables est le manque de disponibilité des produits souhaités.

S'il est impossible d'augmenter la taille des cafétérias dans les bâtiments existants, des mesures ciblées pourraient permettre une amélioration significative du degré de satisfaction de la clientèle :

- 1) Varier l'assortiment des plats chauds, sandwiches et salades en fonction des saisons : cela permettrait de réduire l'impression que ce sont toujours les mêmes plats qui sont proposés sans devoir augmenter la variété de l'offre dans l'absolu, tout en valorisant les produits de saison.
- 2) Augmenter l'offre de produits et plats végétariens et végétaliens en réduisant l'offre de produits carnés (sans la supprimer). Par exemple, dans les cafétérias du Premier-Mars et de la FLSH, le plat chaud pourrait être végétarien, l'offre de produits carnés se limitant aux sandwiches. Pour que ce changement soit fructueux, il est capital de proposer des produits végétariens ou végétaliens de haute qualité nutritive⁸.
- 3) Mettre en place, dans les trois cafétérias, un système de paiement sans contact (cartes de débit / crédit et/ou Twint). Prendre connaissance des prix moyens proposés dans les autres

⁸ Par exemple en s'inspirant des plats type 'buddha bowl', qui rencontrent un succès croissant justement en raison de leurs qualités nutritives, mais également de la facilité de préparation, de la possibilité de jouer sur les saveurs et de leur présentation visuellement attractive.

cafétérias universitaires romandes et aligner les prix. Diminuer la quantité de viande et de poisson dans l'offre devrait permettre de maintenir des prix bas. Envisager un tarif distinct pour les étudiant-e-s et pour les membres du personnel, afin que les prix restent les plus bas possibles pour les étudiant-e-s.

- 4) Offrir aux client-e-s de laisser en dépôt leur carte Capucine contre un contenant consignés plutôt que de payer 10.-, afin de valoriser le système. Renoncer aux emballages en plastique à usage unique pour l'ensemble des produits, de même qu'au PET et aux gobelets biodégradables non-recyclables. Encourager les client-e-s à utiliser leur propre contenants (gourdes, tasses, mugs) pour les boissons, par exemple en offrant une réduction de 10-20 centimes à chaque passage.
- 5) Augmenter le nombre de micro-ondes sur les trois sites et trouver le moyen, partout où c'est possible, d'offrir de petits 'espaces pique-nique' avec micro-ondes afin de réserver les places actuellement disponibles pour les clientes et les clients des cafétérias. Mettre à disposition des chiffons permettant aux utilisatrices et utilisateurs de nettoyer les lieux après leur passage.
- 6) Mettre en place un moyen de distribuer les invendus plutôt que de les jeter.
- 7) Communiquer clairement sur les changements et leurs raisons et d'une manière générale viser la transparence, aussi sur les fournisseurs, les ingrédients et l'origine des produits, ainsi que les qualités nutritionnelles des plats.

Pour le Bureau qualité, VFL, juin 2019