FILIÈRE **AD-T**

PROJET INTERREG

Alimentation durable en France et en Belgique, vers des actions transfrontalières innovantes

FICHE N° 9

CONSTATS ET ANALYSES DES ACTIONS PILOTES RÉALISÉES EN ENTREPRISES

PHASE 1 : IMMERSION ET APPROPRIATION

	OBJET & INTENTION	OUTILS UTILISES	PERSONNES MOBILISEES
PHASE 1	Micro-analyse de l'espace social alimentaire : connaissance et compréhension des pratiques, des usages réels, des besoins et des envies des collaborateurs, en matière d'alimentation durable dans l'entreprise Définition de la problématique de l'entreprise et du besoin réel	Entretien et grille d'entretien Observation et immersion durant les temps de manger, grille d'observation Questionnaire entreprise Questionnaire collaborateur Actions expérimentales	1 dirigeant 1 personne dédiée Les collaborateurs y compris des managers Comité Social et Économique Santé au travail

CONSTATS ET ANALYSE :

> CE QUE NOUS AVONS APPRIS :

Le sujet de l'alimentation au travail touche à un certain nombre d'enjeux de l'entreprise. C'est une manière indirecte de rentrer dans l'intimité de l'entreprise, son organisation, ses modes de fonctionnement.

Il y a un réel intérêt des collaborateurs pour ce sujet à la fois au travail et au domicile

La question de l'accessibilité des produits de proximité est partagée par un grand nombre de salariés

> LES FACTEURS DE RÉUSSITE

- > Sensibilisation, engagement et validation dès le départ par le dirigeant
- > Relier cette action à l'un ou des enjeux de l'entreprise : RSE, QVT, RH, …
- > Mise à disposition d'une personne dédiée pour laquelle l'action s'inscrira dans sa mission et qui disposera d'un volume horaire dédié
- > Mobilisation, association et contribution d'un bon nombre de collaborateurs dans les différentes phases.
- > Mise en place rapidement d'actions de sensibilisation, concrètes et démonstratives
- > Participation d'un acteur interne ou externe ayant une bonne connaissance de l'écosystème alimentaire local

FILIÈRE **AD-T**

PROJET INTERREG

Alimentation durable en France et en Belgique, vers des actions transfrontalières innovantes

RÉSULTAT DE LA PHASE :

> LES PROBLÉMATIQUES QUI ONT ÉMERGÉ

- > Comment améliorer l'aménagement, l'équipement et le confort des salles à manger (réfectoire)
- > Augmenter la responsabilité et la vie en collectivité dans les salles à manger
- > Diversifier l'offre alimentaire sur les temps du manger en entreprise
- > Faire connaître, mettre en valeur et rendre accessible l'offre alimentaire de proximité aux collaborateurs
- > Informer les collaborateurs sur la disponibilité et les productions de saison
- > Informer sur l'alimentation et le bien manger : apprendre à transformer et à cuisiner les produits bruts
- > Améliorer l'hygiène autour de la prise du repas
- > Proposer des temps de convivialité, de détente et de ressourcement sur le temps du midi
- > Améliorer l'ambiance (les rapports humains) autour de la table du déjeuner

> ACTIONS OPÉRATIONNELLES

- > Distribution de fruits de producteurs locaux durant les temps de pause
- > Distribution de soupe durant le temps du déjeuner

PHASE 2 : INSPIRATION & IDEATION

	OBJET	OUTILS & MÉTHODES UTILISES	PERSONNES MOBILISEES
PHASE 2	Sensibilisation, mobilisation et implication des collaborateurs Emergence d'idées	Atelier de co-design Diaporama de présentation Outil de design et de créativité Action test	1 personne dédiée 1 groupe projet Les collaborateurs Comité Social et Économique Santé au travail

FILIÈRE **AD-T**

PROJET INTERREG

Alimentation durable en France et en Belgique, vers des actions transfrontalières innovantes

CONSTATS ET ANALYSE :

> CE QUE NOUS AVONS APPRIS :

Des actions ont souvent été engagées dans les entreprises dans ce sens mais abandonnées parce que dans la majorité des cas, animées par des volontaires en dehors ou en plus de leur travail

Les entreprises et les collaborateurs ont un besoin rapide, de concret

La question de la santé n'est pas apparue comme préoccupation principale.
L'intérêt a davantage été porté sur l'ancrage territorial de l'alimentation, la Qualité de Vie au Travail et la Responsabilité Sociétale des Entreprises

Les conditions de travail et par conséquent les besoins entre les fonctions supports et les équipes de production sont assez différents

Les prestataires, producteurs et autres fournisseurs de solutions, sont très intéressés et répondent de manière positive aux sollicitations

Le point sensible semble se concentrer sur la logistique de la livraison

Les collaborateurs témoignent d'une ambiance particulière les jours de distribution :
le réfectoire est plus animé, le rythme est autre. Il y a la "cohue" à la cuisine.
Pour chaque distribution, il y a une véritable envie de goûter, de découvrir.
Les collaborateurs reconnaissent que c'est un vrai service et une chance d'en bénéficier.

> LES FACTEURS DE RÉUSSITE

Identification de l'écosystème des acteurs de l'alimentation au travail au sein de l'entreprise, les informer et les mobiliser autour de l'action

Composition du groupe projet représentative (notamment entre les fonctions support et les la production) de la composition du personnel

Proposition de différents modes d'intervention pour pouvoir capter et s'adapter au fonctionnement et aux contraintes de tous.

FILIÈRE **AD-T**

PROJET INTERREG

Alimentation durable en France et en Belgique, vers des actions transfrontalières innovantes

RÉSULTAT DE LA PHASE

> **ACTIONS OPÉRATIONNELLES:**

- Mise en place d'une action test : Distribution de fruits de producteurs locaux durant les temps de pause et de soupe durant le temps du déjeuner
- Organisation et animation d'une semaine de l'alimentation au travail
- Création d'un groupe projet : élargissement des personnes engagées et actrices dans l'action

DÉTAIL DE L'ACTION TEST : DISTRIBUTIONS DE FRUITS ET DE SOUPES EN ALTERNANCE

Une semaine soupe (sur le temps de midi) et une semaine fruits sur les temps de pauses

> **Intention**

- Faciliter l'accès des salariés, à une alimentation durable
- Développer l'ancrage territorial et l'économie locale
- Véhiculer une image de société qui porte attention à ses salariés, qui a une préoccupation écologique
- Créer des espaces de rencontres
- Informer et faire connaître les producteurs locaux

> **Qui**

Personnes concernées directement par les distributions : Les salariés
Personnes concernées par la mise en œuvre :

- Aspect opérationnel, les agents de service
- Aspect logistique, les personnes de l'accueil
- Aspect administratif (commande, règlement) : personnes des achats
- Observation et ajustement : équipe projet

> **Comment**

Phase test pendant 3 mois avant modélisation. Démarche pédagogique attendue de la part des producteurs et traiteurs qui peuvent, à terme proposer des animations. Mise à disposition de matériel (pour tenir au chaud la soupe) par le traiteur pour démarrer et par la suite acquisition par l'entreprise
Attention particulière à la gestion des restes

> **Combien**

L'entreprise a pris en charge les distributions proposées.

FILIÈRE **AD-T**

PROJET INTERREG

Alimentation durable en France et en Belgique, vers des actions transfrontalières innovantes

DÉTAIL DE L'ACTION TEST: SEMAINE DE L'ALIMENTATION AU TRAVAIL

> Intentions :

Sensibiliser et informer les chefs d'entreprises et les collaborateurs au sujet de l'alimentation au travail
Créer une dynamique commune sur le sujet de l'alimentation durable
Expérimenter de nouvelles pratiques alimentaires sur le temps de travail
Créer un premier contact entre entreprises et producteurs
Identifier des volontaires pour rejoindre le groupe projet
Collecter des besoins, des envies, des témoignages des collaborateurs
Communiquer auprès des partenaires et des parties prenantes des entreprises

> Résultats attendus

Un intérêt révélé pour le sujet
Un groupe projet élargi
Des besoins et attentes exprimés
Des pistes d'action ébauchées
Des nouvelles pratiques introduites

> Programme

Lundi et autres jours de la semaine : livraison par les producteurs des fruits locaux de saison et distribution des fruits aux salariés

Jeudi : organisation d'auberge espagnole dans les entreprises volontaires (les collaborateurs ont été invités à rapporter un plat de chez eux), en complément les entreprises ont offert un plateau de fromages locaux

Vendredi : animation d'un EcoDej, temps de convivialité, temps « festif », pour manger ensemble, être ensemble, se connaître, passer un bon moment et apprendre ou prendre des informations, à la « cantine » avec découverte et rencontre des acteurs locaux et questionnaires aux collaborateurs

> Les pistes d'actions qui ont émergé :

- > Proposer une offre alimentaire diversifiée (fruit, soupe, fruits secs…) sur les temps du manger de l'entreprise
- > Aménager les espaces du manger pour qu'ils soient confortables, pratiques et reposants
- > Mettre en place un système de commandes et de livraison de paniers de produits de proximité pour le domicile
- > Organiser des temps de rencontres entre collaborateurs ou entre entreprises, à l'occasion de ces livraisons
- > Organiser mensuellement un temps de rencontre autour d'un marché et d'un partage de saveurs, avec la mise en avant des porteurs de projets et des talents du territoire autour de l'entreprise ou du parc d'activités

FILIÈRE **AD-T**

PROJET INTERREG

Alimentation durable en France et en Belgique, vers des actions transfrontalières innovantes

PHASE 3 / IMPLEMENTATION

	OBJET	OUTILS UTILISES	PERSONNES MOBILISEES
PHASE 3	Coconstruire les solutions	Méthodologie de projet	1 personne dédiée 1 groupe projet Les collaborateurs Comité Social et Économique Santé au travail

CONSTATS ET ANALYSE

> CE QUE NOUS AVONS APPRIS :

Lorsque l'entreprise et les personnes dédiées sont motivées et ont perçu l'intérêt réel pour les collaborateurs et pour l'entreprise, de s'engager dans un projet autour de l'alimentation au travail, les freins qui semblaient être nombreux disparaissent rapidement. L'entreprise est alors très vite autonome dans la gestion de l'action et le lien avec les fournisseurs.

Les collaborateurs dans une grande majorité sont motivés pour manger plus durable.
Il reste à vérifier leur engagement dans la durée, en termes d'implication et de consommation.

La position des entreprises est elle plus mitigée. Il reste une action d'éveil et de sensibilisation à mettre en place pour que les organisations perçoivent l'intérêt direct de cette action et la relation avec les enjeux et la stratégie de l'entreprise

Le temps estimé pour coordonner les commandes et les livraisons hebdomadaires est de 30 minutes par semaine : passer les commandes, échanger avec le producteur, réceptionner les commandes et valider les factures.

Cette action nécessite la responsabilité de chacun, l'intention et les modalités de l'action doivent être co-écrites et partagées.

Il ressort un intérêt individuel fort pour cette thématique et dans le même temps,
peu d'envie de s'impliquer directement, dans le cadre du travail.
Il semble que cette problématique n'est pas habituellement traitée dans le contexte du travail et qu'il y a sans doute, un effort de sensibilisation et un travail pour inscrire ce programme d'intervention dans la stratégie globale de l'entreprise ; ceci pour éviter le sentiment d'action isolée et éphémère.

Il faut avancer et convaincre par la preuve et par la démonstration.

L'ingénierie proposée par le Parc est un réel atout pour lancer le sujet, pour initier et mettre en œuvre de nouvelles pratiques alimentaires et pour faciliter et accélérer les contact avec les producteurs

FILIÈRE **AD-T**

PROJET INTERREG

Alimentation durable en France et en Belgique, vers des actions transfrontalières innovantes

> LES FACTEURS DE RÉUSSITES :

Nomination d'une personne en charge du projet avec du temps dédié

Mobilisation de personnes des services "Achat" et Ressources Humaines

Attention particulière à porter au caractère durable de l'action afin qu'elle ne s'essouffle pas au bout de quelques mois : ce qui pourrait décourager par les suites les collaborateurs, à s'engager dans des actions nouvelles

Inscription de l'action dans la stratégie de l'entreprise : RH, QVT, RSE, …

Communication et valorisation de l'action

Qualité relationnelle entre l'entreprise et les "producteurs" (fournisseurs)

Porter une attention à la gestion des restes et la limitation du gaspillage

Favoriser la rencontre entre les collaborateurs et les producteurs

Respecter le plus possible le calendrier : Les plannings dans les entreprises bougent en fonction des réalités de l'activité et de l'actualité. Le pilote du projet doit être vigilant à faire respecter le plus possible le calendrier. L'action expérimentale doit avoir du rythme et se concentrer sur une période de 6 mois maximum.

Présentation de l'action comme un service supplémentaire et volontaire de l'entreprise et non pas une obligation de l'entreprise.

Développement et maintien de la coresponsabilité des collaborateurs dans la mise en place de ces améliorations de qualité de vie au travail.

Nécessité de faire des ajustements pour que les différents services (administratif et production) bénéficient d'une même accessibilité et information.

RÉSULTAT DE LA PHASE :

> ACTIONS OPÉRATIONNELLES :

Distribution de fruits et de soupe, une semaine sur deux, sur le lieu de travail, de manière pérenne
Commandes et livraisons groupées de paniers de produits de proximités (fruits, miel, viande, légumes...)

> LES PISTES D'ACTIONS À CREUSER:

Aménagement paysager des abords de l'entreprise avec des essences et les variétés locales d'arbres fruitiers et ornementaux
Développement d'une offre commerciale de produits nouveaux, de proximité et positionnement comme un "producteur local"
Appropriation d'un outil du Parc naturel régional Scarpe Escaut, la plateforme Food Troc du Parc
Réduction des contenants plastiques liés aux différents temps et espaces du manger dans l'entreprise
Diffusion des information sur l'offre des producteurs de proximité
Echange avec d'autres entreprises qui ont mis en place des actions dans ces sens

BILAN DE L'ACCOMPAGNEMENT

Au terme des deux années qui viennent de s'écouler et des actions menées au sein des entreprises dans le cadre du projet AD-T, nous avons constaté que l'alimentation durable au travail n'est pas un sujet aujourd'hui dans les entreprises. Ça reste anecdotique et lié à l'intérêt d'une personne pour cette question. Les dirigeants et managers ne voient pas spontanément les enjeux, les opportunités et les valeurs que l'on peut créer autour des temps, des espaces et de l'offre alimentaire au travail. Il y a un travail d'acculturation à produire pour présenter et promouvoir cette idée dans un langage spécifique qui va toucher l'entreprise.

On a pu constater par ailleurs qu'une fois le contact établi et les ressources partagées, l'entreprise peut piloter elle-même l'action. Elle est très autonome et gère facilement la coordination, la logistique, la gestion et le suivi de la solution alimentaire décidée.

Il s'agit donc bien, avant tout d'interpeller, de légitimer une action autour de l'alimentation durable dans les entreprises. En effet, les Parcs naturels Régionaux (PNR) ne sont pas naturellement légitimes auprès des entreprises même si ce rapprochement entre PNR et entreprises est tout à fait pertinent et a sans aucun doute de l'avenir, dans le cadre de la Responsabilité Sociétale des Entreprises, de la Qualité de Vie au Travail et des politiques RH des entreprises.

Un travail de lobbying est à entreprendre auprès des décideurs, des influenceurs, des structures qui gravitent autour des entreprises pour les éveiller sur le sujet et s'appuyer sur eux comme relais auprès des entreprises.

> CE QU'IL RESTE À FAIRE

Rendre visible les contours, le contexte et les enjeux de l'alimentation au travail du point de vue entreprise et du point de vue fournisseurs

- > En quoi les questions d'alimentation durable rencontrent les enjeux et les stratégies des entreprises ?
- > Quels sont les freins, les points de blocages pour les entreprises et les fournisseurs ?
- > Identifier les pistes à activer pour accélérer l'appropriation de ce sujet par les acteurs de l'écosystème

Répertorier et faciliter la construction des solutions pour répondre aux besoins des entreprises en tenant compte des freins et des contraintes des acteurs de l'écosystème

- > Créer un contact et une rencontre entre les entreprises et les prestataires, offreurs de solutions
- > Quels sont les besoins auxquels il est possible de répondre dans l'immédiat et quels sont les besoins pour lesquels la solution est à co-construire?

Communiquer et acculturer les structures d'accompagnement et de soutien des entreprises