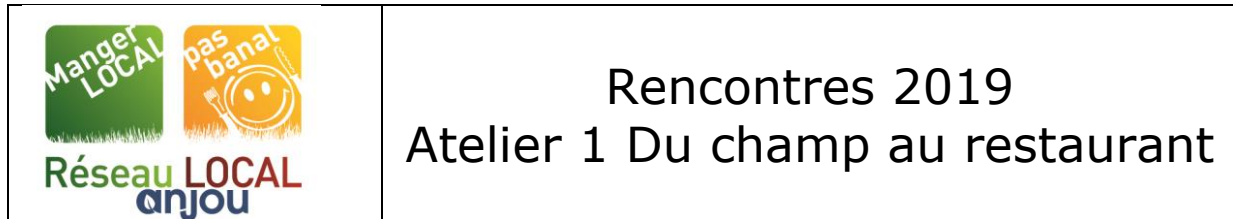


4 Ateliers, 4 espaces, 1 question commune : comment prenez-vous en compte les attentes des convives dans vos pratiques ? selon 4 angles d'approche

- ❶ DU CHAMP AU RESTAURANT (pour les fournisseurs)
- ❷ EN CUISINE (pour les cuisiniers et toutes les équipes)
- ❸ DU COTE DES DECIDEURS (pour les élus, directeurs d'établissement, gestionnaires)
- ❹ AUTOUR DE LA TABLE (pour le personnel de salle, ou animateurs sur le temps du repas)



Intervenants :

- William RIVET – La Crèmerie de l'Aubance
- Mats GABILLARD – SCEA Petit Gab
- Patrice GRENOUILLEAU – Force 5

Bien qu'il puisse être difficile de satisfaire les besoins individuels dans un espace collectif, nous pouvons retenir de cette intervention 4 idées principales.

L'adaptation du produit selon les besoins des convives

Les témoins ont choisi d'adapter leurs produits afin de satisfaire les convives. En effet, ils ont changé leurs processus de fabrication, les quantités, le goût ou encore les recettes tout en conservant la qualité du produit fini. Plusieurs exemples ont été donnés dont celui d'égoutter le fromage blanc plus longtemps pour le rendre plus ferme et plus agréable à manger pour les convives de l'EHPAD. Les taux de sucre ou la fermeté des pâtes sèches peuvent aussi être changés pour améliorer l'appréciation des enfants au produit sans pour autant mettre de côté l'authenticité des produits.

Une remarque a été faite sur la volonté des élèves d'avoir de la qualité et du local dans leurs repas. Les fournisseurs locaux répondent alors à leurs attentes.

La présentation du produit de façon attractive

Rendre le produit attractif fait aussi partie de la satisfaction des convives. Une belle présentation des desserts donne envie aux convives de le choisir et de le manger. A ce sujet, les témoins ont abordé leur changement de packaging et de logo : plus colorés et plus modernes, les produits peuvent réussir à faire concurrence aux grandes marques aux packagings attrayants, surtout auprès des enfants.

La proposition d'outils pour mettre en avant les produits

Pour rejoindre la bonne présentation des produits, les témoins ont proposé des outils auprès de leurs restaurants pour transmettre les informations sur le produit et éduquer les convives pour comprendre les différences avec les produits de marque habituelle. Ces outils sont principalement des affiches mais

l'idée d'une vidéo de présentation a été apportée dans les échanges. Le but est de démultiplier les supports pour communiquer sur les produits, sans perdre le convive dans les nombreux messages qui peuvent être véhiculés.

L'organisation autour du produit

Le dernier point concerne l'organisation autour du produit. Laisser la liberté aux convives, écoute, appréciation des produits. Ce sont les préconisations des cuisiniers en contact avec les convives qui vont aider les fournisseurs à les satisfaire. Le besoin de liberté des convives peut être pris en compte par les producteurs/fournisseurs pour adapter leur produit et leur communication. L'organisation de visite de ferme ou de visite chez les producteurs est aussi une façon de faire le lien entre le produit consommé et la personne qui le produit, ce qui est généralement très positif pour les convives.

Réduire les déchets avec la mise en place d'un système de consigne est une idée à mettre en place pour donner une bonne image de l'établissement.

Gros point logistique qui peut vite être chronophage pour les fournisseurs et difficile à gérer pour les établissements alors que chacun souhaite travailler avec l'autre.