



## Gourmet bag, « C'est si bon, je finis à la maison »

### La démarche

Gourmet Bag est une marque qui s'inscrit dans une démarche mise en place par le service public afin de participer à la limitation du gaspillage alimentaire en restauration commerciale.

L'objectif est de promouvoir une pratique peu répandue dans nos restaurants : demander à emporter ce qui n'est pas terminé dans l'assiette...

Dans ce contexte, le doggy bag à l'américaine devient le Gourmet bag à la française : une nouvelle appellation, plus valorisante et gourmande.

Gourmet bag est une marque\* créant un nom générique pour cette pratique en France.

Ainsi un ensemble de supports de communication est mis à disposition des restaurateurs comme de toute collectivité ou structure souhaitant développer une nouvelle action de prévention du gaspillage alimentaire.

Tous ces outils sont gratuits et libres de droits. Il est possible d'y associer son logo dans le cadre d'actions stratégiques ou commerciales. Des stickers et autres supports de communication permettent d'indiquer que le restaurant peut proposer d'emballer ce qui n'a pas été consommé dans l'assiette pour l'emporter.

La marque Gourmet bag n'est pas associée à la mise à disposition de contenants, les restaurateurs choisissent librement ceux qu'ils souhaitent utiliser.

*\* marque déposée à l'INPI par le Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt*

Plus d'infos sur la démarche <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Reduire-le-gaspillage-alimentaire>

### Sur le terrain

Tout le monde s'y retrouve !

Pour le restaurateur, le Gourmet bag est l'occasion d'afficher une démarche à la fois écologique, économique et éthique. En développant cette pratique novatrice, le restaurateur peut décider de partager son engagement antigaspi ou tout simplement de répondre à une forte attente de sa clientèle.

Pour le client, c'est l'occasion de ne plus se forcer à finir ou de laisser le reste de son assiette partir à contrecœur. Une assiette copieuse, un contretemps, une petite faim, ça arrive à tout le monde de ne pas pouvoir finir son repas. Grâce au Gourmet bag et à une signalétique indiquant la possibilité au client de demander à emporter, plus besoin de craindre un refus ou de se sentir embarrassé. La fin du plat ou le dessert peuvent désormais se finir plus tard à la maison.

Promouvoir la pratique passera par la banalisation de la demande par les clients. Il ressort nettement que la plupart des personnes n'osent pas demander, par crainte de passer pour un radin, un ringard, ou tout simplement qu'on les regarde bizarrement voire qu'on leur refuse ce service.

De plus, le démarchage individuel des restaurateurs prend du temps...

Donc la pratique se généralisera si de nombreux consommateurs osent demander !

*À ce propos, la plupart des restos lyonnais engagés dès le départ sont unanimes : les clients sont prêts à l'arrivée en force de la pratique Gourmet bag ! Mais encore faut-il qu'ils le sachent, et ainsi qu'ils osent demander.*

- ◆ **Si le client leur demande, et/ou s'ils le proposent déjà, les restaurateurs disent qu'ils ne rencontrent pas de difficulté pour emballer les restes :**

Certains restaurateurs s'inscrivent dans une démarche de territoire. Par exemple, Grand Avignon met à disposition des RestoBox ainsi que tout le kit de communication qui correspond. Le syndicat de traitement des déchets SICOVAD (Vosges) et la métropole de Nice Côte d'Azur proposent des boîtes à leurs restaurateurs. Récemment, L'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH) a signé un [partenariat](#) avec la [start-up](#) Take Away visant à promouvoir l'utilisation du [gourmet](#) bag en France.

Gourmet bag « Restos emballeurs, restos de valeur » mai 2015

<http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Gourmet-bag-le-doggy-bag-a-la,537>

A titre individuel, les restaurateurs ne rencontrent pas d'obstacles pour s'approvisionner en contenants classiques ou personnalisés. Les emballages alimentaires peuvent être multiples et commandés chez un fournisseur générique (Ex : Métro cash and Carry, Brake, etc.), chez un fournisseur d'emballages dédiés au gourmet bag (Ex : TakeAway, Rest'O resto, Trop Bon Pour Gaspiller®, etc.), auprès d'une association ayant une activité de promotion du gourmet bag (Ex : Récup et Gamelles, etc.)

#### ◆ Il ressort que certains restaurateurs peuvent encore hésiter :

- Pour des aspects de réglementation sanitaire sur lesquelles une note du ministère est disponible (voir en annexe).
- Parce qu'ils peuvent craindre un surcroît de travail : pour briffer les équipes, prévoir l'emplacement éventuel où le transfert des restes se fait dans le contenant, apprendre à proposer le service « délicatement » au client...

#### ◆ La loi bio déchets encourage la pratique

A l'aube d'une réglementation contraignante sur la valorisation des biodéchets dès 2016, le gourmet bag fait partie des multiples solutions pour limiter le gaspillage alimentaire. En effet, avec la loi "biodéchets" les restaurants servant environ 180 repas par jour seront tenus de trier et de valoriser leurs déchets alimentaires. La mise en application de cette loi représentant un surcoût non négligeable, la diminution des déchets alimentaires devient alors un enjeu crucial pour les restaurateurs concernés.

## Le kit de communication du Gourmet bag

Le kit de communication est décrit sur les images en fin de réponse et peut être envoyé en zip par un lien de partage. Une note explicative présente tous ces supports de communication.

#### ◆ Pour les restaurants :

- Des stickers permettent d'indiquer que le restaurant propose la pratique : sticker vitrine, stickers boîte et stickers menu.

*NB : Le sticker boîte, invitant le client à conserver au froid et à consommer rapidement les restes emportés, peut être apposé sur un contenant neutre comme sur un emballage déjà estampillé de l'enseigne du restaurant, d'une entreprise proposant des emballages qualitatifs ou d'une collectivité qui les met à disposition. Il peut donc être associé à une proposition commerciale.*

- Une documentation spécifique sur la réglementation sanitaire en 8 points qui leur rappelle qu'ils sont dégagés de toute responsabilité quand le client emporte ses restes.
- Une communication sur comment éviter trop de restes dans les assiettes dans l'objectif de prévenir le gaspillage, avec des retours d'expérience de restaurateurs.  
<http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Retours-d-experiences-des>

#### ◆ Pour les clients :

- 3 visuels sous format carte postale

#### ◆ Un site grand public gourmetbag.fr

Il valorise la démarche et met en avant les restaurants, collectivités et structures qui s'engagent en faveur de la prévention du gaspillage.

#### ◆ Des vidéos existent :

- L'une tournée chez Thibault resto de Lyon <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Le-lancement-du-gourmet-bag-le-16>

- L'une tournée sur Toulouse <http://www.teletoulouse.fr/Mstr.php?lk=35dfrP554a9071&Id=768>
- Il y a aussi une vidéo de France 2 qui explique bien la démarche et identifie la pratique des propositions commerciales type TakeAway qui peuvent être faites par ailleurs [http://www.francetvinfo.fr/culture/cuisine/gourmet-bag-un-label-pour-eviter-les-gaspillages\\_843767.html](http://www.francetvinfo.fr/culture/cuisine/gourmet-bag-un-label-pour-eviter-les-gaspillages_843767.html).

*D'après nos retours terrain, les vidéos ne sont pas faciles à exploiter pour faire de la publicité. Ou alors il faut des vidéos très courtes et un peu originales, type décalées pour les faire circuler sur les réseaux sociaux (Exemple sur le doggy bag la vidéo "Chauds gourmets" <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/En-situation-une-video-decalee-qui>*

## Possibilités d'actions pour un ambassadeur...

... Collectivités territoriales, syndicats de traitement des déchets, parcs naturels, associations de consommateurs, syndicats professionnels, chambres de commerce et chambres des métiers, offices de tourisme, associations de préservation de l'environnement, associations de prévention du gaspillage alimentaire, etc.

### ◆ Utiliser les supports de communication

Les outils de communication Gourmet bag sont tous **libres de droit et gratuits**.

Tous les ambassadeurs **peuvent librement associer leur logo à celui de Gourmet bag, à condition de respecter la charte graphique ainsi que l'objectif de prévention du gaspillage alimentaire en restauration commerciale.**

*Ex : Le Grand Avignon a repris la note réglementaire présente dans le kit Gourmet bag afin de faire la promotion de la RestoBox et de rassurer les restaurateurs de façon claire et fiable.*

### ◆ Organiser une campagne d'information et de sensibilisation des citoyens-consommateurs-clients

#### Les messages

Les messages vers les consommateurs peuvent mettre en avant le bon sens, les économies, l'environnement, l'éthique, le plaisir et la gourmandise, la gastronomie...

Les messages peuvent par exemple :

- cibler une clientèle traditionnelle, attachée à des valeurs de finir son assiette pour ne pas gaspiller, si c'est bon.
- montrer à des touristes, anglo-saxons en particulier, qu'en France, « le doggy bag est un Gourmet bag ».
- valoriser collectivement les consommateurs d'un territoire, réunis autour de valeurs fortes.

#### Exemples de messages clés...

- Gourmet bag « Restos emballeurs, restos de valeur »
- Gourmet bag, un réflexe responsable, ludique et épicurien.
- Savourer à la maison ou au bureau le plaisir des bons plats que je n'ai pu finir.
- Bien manger ne signifie pas gaspiller
- Gourmet bag, un geste anti gaspi naturel
- Gourmet bag, un enjeu collectif dans notre pays de gastronomes.
- Le gourmet bag donne le ton !
- Tous écogastronomes !
- Gourmet bag, une initiative responsable et astucieuse.
- Le Gourmet Bag, savoureux et responsable !
- Exit les inhibitions, le gourmet bag sera tendance et ludique !
- Le Gourmet bag, le doggy bag à la Française, joue la séduction, balaye les préjugés !

Gourmet bag « Restos emballeurs, restos de valeur » mai 2015

<http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Gourmet-bag-le-doggy-bag-a-la,537>

- Gourmet bag, un réflexe à la fois responsable et branché, épicurien et dans l'air du temps !
- Les yeux plus gros que le ventre, pas le temps de finir le dessert commandé... pas de panique, demandez un Gourmet bag !
- Le plaisir des papilles prend tout son sens, la chasse au gaspi alimentaire est de mise !
- Le Gourmet bag, le doggy bag à la Française, joue la séduction et revisite le geste pour dédramatiser sa perception
- À Avignon, l'utilisation de la Resto box est valorisée comme suis : « 1. Je commande ce qui me fait envie... 2. Je mange à ma faim... 3 Je repars avec mes restes ! »

### Les supports

Les visuels de la marque Gourmet bag peuvent être repris sur n'importe quel support :

- Dans le restaurant, sets de table, présentoirs à apposer sur les tables, stickers...
- Panneaux d'affichage
- Flyers
- L'utilisation des abribus,
- Le journal d'information de la ville, le journal pour les enfants
- L'information par la presse quotidienne régionale,
- L'information par le syndicat de traitement des déchets,
- L'information sur les panneaux des camions poubelles, des bus et des tramways...

*NB : Il semble que les messages passent mieux quand il n'y a pas beaucoup de texte à lire. L'info flyer à priori n'est pas très efficace au-delà des déjà convaincus ou militants, qui vont prendre la peine de lire.*

### Les temps forts de communication

Une campagne peut se situer sur la semaine de développement durable, la semaine de réduction des déchets, la fête de la gastronomie, un salon des métiers de bouche, une étape d'agenda 21 du territoire, un événement festif local, une période de congés et d'affluence touristique (en station de ski ou balnéaire). La promotion du Gourmet bag peut aussi s'inscrire dans une charte locale etc.

La campagne de sensibilisation peut aussi se coupler avec le démarchage des professionnels dans le cadre de la collecte des biodéchets et/ou de la mise en place de la redevance spéciale. Par exemple le Grand Avignon met à disposition des RestoBox auprès des restaurateurs qui s'engagent à mettre en place le tri sélectif.

#### ◆ Associer les restaurateurs du territoire

La campagne, dirigée en priorité vers les consommateurs n'a de sens que si les restaurateurs du territoire sont à minima informés préalablement de la campagne de sensibilisation.

Il apparaît également indispensable que les restaurants apposent le sticker Gourmet bag (ou autre signalétique de promotion du gourmet bag) sur leur vitrine afin que les clients repèrent d'emblée les professionnels qui proposent le service.

Les restaurateurs apprécient la mise à disposition des stickers boîtes rappelant les conseils de prudence sanitaire.

D'autres ambassadeurs mettent des contenants à disposition des restaurateurs sur leur territoire. Retour d'expérience par exemple auprès du SICOVAD des Vosges, de la métropole de Nice et du Grand Avignon. Contacts <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Dans-la-presse-et-sur-le-terrain>

## Collaboration avec la DRAAF Rhône-Alpes et/ou de votre région

### ◆ Aide à la communication sur votre action

- Insertion de vos logos sur les supports de communication. Si cela peut aider à la concrétisation de votre projet, vous pouvez transmettre vos logos en précisant sur quels documents du kit "Gourmet bag" vous souhaitez les apposer et la DRAAF Rhône-Alpes les retournera modifiés. Par contre, l'impression de ces documents restera à votre charge.
- Mise à disposition d'une présentation du Gourmet bag sous format powerpoint

### ◆ Valorisation de votre démarche

Chaque démarche peut être mise en avant sur le site de la DRAAF ainsi que sur le site gourmetbag.fr (mis à jour périodiquement).

### ◆ En Rhône-Alpes

Nous mettons des supports de communication « papier » à disposition des territoires ambassadeurs.

## CONTACTS

- Votre contact en Rhône-Alpes [sral.draaf-rhone-alpes@agriculture.gouv.fr](mailto:sral.draaf-rhone-alpes@agriculture.gouv.fr)
- Autres régions [sral.draaf-nomdevotrerégion@agriculture.gouv.fr](mailto:sral.draaf-nomdevotrerégion@agriculture.gouv.fr)

## Annexes

### Un logo et son slogan déclinable en trois couleurs



vitrine : 11 cm



boîte : 5 cm



menu : 3 cm

### Trois stickers

### Visuels consommateurs



Gourmet bag « Restos emballeurs, restos de valeur » mai 2015

<http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Gourmet-bag-le-doggy-bag-a-la,537>



## Le cadre réglementaire sanitaire en restauration commerciale

**Cadre réglementaire :** « le paquet hygiène »

La restauration commerciale est soumise à des règles d'hygiène regroupées dans des textes dénommés «paquet hygiène» consultables sur le site <http://agriculture.gouv.fr> rubrique Espace Pro, Alimentation et IAA, Sécurité sanitaire, Le paquet hygiène.

■ Règlement (CE) n°178/2002 du 28 janvier 2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire.

■ Règlement (CE) n°852/2004 du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires.

■ Arrêté du 21 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits d'origine animale et denrées alimentaires en contenant.

■ Arrêté du 8 octobre 2013 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits et denrées alimentaires autres que les produits d'origine animale et les denrées alimentaires en contenant. Ces règles doivent être respectées obligatoirement, sous peine de fermeture de l'établissement.

**Formation spécifique obligatoire en hygiène alimentaire**

Depuis le 1er octobre 2012, les établissements de restauration commerciale relevant de certains secteurs d'activités sont tenus d'avoir dans leur effectif au moins une personne pouvant justifier d'une formation en matière d'hygiène alimentaire adaptée à leur activité. Cette obligation s'applique aux établissements suivants : la restauration traditionnelle, les cafétérias et autres libres-services, la restauration

de type rapide et la vente à emporter.

■ Décret n° 2001-731 du 24 juin 2011 relatif à l'obligation de formation en matière d'hygiène alimentaire de certains établissements de restauration commerciale (articles D233-11 à D233-13 du code rural et de la pêche maritime).

■ Arrêté du 5 octobre 2011 relatif au cahier des charges de la formation spécifique en matière d'hygiène alimentaire.

■ Arrêté du 25 novembre 2011 relatif à la liste des diplômes et titres à finalité professionnelle dont les détenteurs sont réputés satisfaire à l'obligation de formation spécifique en matière d'hygiène alimentaire adaptée à l'activité des établissements de restauration commerciale.

### La déclaration d'ouverture

Tout établissement préparant, traitant, transformant, manipulant ou entreposant des denrées animales ou d'origine animale doit faire l'objet d'une déclaration d'ouverture : avant l'ouverture et en cas de changement de propriétaire (renouvellement de déclaration). Cette déclaration doit être effectuée auprès de la DDPP à l'aide du formulaire CERFA 13984.

### Des guides de bonnes pratiques d'hygiène en restauration à disposition

Ils sont disponibles par commande à : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr> sous le numéro 5905 (Restauration, en cours de révision) et 5911 (cafétéria).

Les guides de bonnes pratiques d'hygiène valides sont consultables sur le site du ministère : <http://agriculture.gouv.fr/Guides-bonnes-pratiques-d-hygiene-valides-en-ligne>

**Pour toute information sur les normes d'hygiène alimentaire à respecter,** s'adresser à la DDCSPP ou à la DDPP selon les départements.

# proposer un gourmet bag [doggy bag]

## Note réglementaire

## Réduire par deux le gaspillage alimentaire d'ici à 2025 ?

C'est l'objectif du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire signé en Juin 2013. Les représentants de la restauration commerciale se sont engagés dans ce pacte à développer l'usage de la boîte à emporter.

### Les consommateurs français l'attendent

Selon les résultats d'une enquête menée au niveau national, 90 % sont favorables à une promotion de cette pratique, 78 % l'estiment compatible avec notre gastronomie et enfin 75 % sont prêts à l'utiliser.

Sept.2014 - G. Maklief - C.Guillan/DRAAF Rhône-Alpes - Images : freepik



[www.draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr](http://www.draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr)

## Les 8 infos à retenir

[pour une bonne utilisation du gourmet bag]



Les clients des restaurants achètent des plats qui, en conséquence, leur appartiennent ; ils peuvent donc demander à emporter leurs restes.



La responsabilité du professionnel s'arrête au moment où le repas est remis au consommateur. Le restaurateur n'est pas responsable des conditions dans lesquelles la partie non consommée du repas sera ensuite conservée et consommée.



D'un point de vue réglementaire, rien ne s'oppose à donner à emporter ce qui n'a pas été consommé d'un plat ou d'un menu au restaurant. Cette pratique relève du secteur domestique privé, pour lequel le Paquet Hygiène ne s'applique pas.



Même si la réglementation ne l'interdit pas, il est recommandé de ne pas proposer à emporter les produits dits « sensibles » : tartares, préparations contenant des œufs crus (mousse au chocolat, tiramisu, plats avec mayonnaise « maison »...).



Il apparaît toutefois nécessaire que les professionnels fassent passer les bons messages à leurs clients, a minima en leur rappelant les règles générales de conservation (transport, température, délai de consommation...).



Afin d'éviter toute contamination croisée, un plat déjà servi au client ne doit jamais être renvoyé en cuisine. L'espace de remplissage des contenants doit être défini et formalisé au même titre que les flux et traitement de la vaisselle sale, flux et traitement des restes non servis aux clients, flux des déchets et reliefs de repas servis.



Si le restaurateur fournit les contenants, ceux-ci doivent être adaptés (aptitude au contact alimentaire, étanchéité...). Des recommandations pourraient être apposées sur le conditionnement (via un étiquetage ou impression directe de quelques mesures d'hygiène de base, par exemple par la mention « à conserver au réfrigérateur et à consommer très rapidement »).



Aucun étiquetage de traçabilité n'est obligatoire sur le contenant (exemples : informations sur la nature du produit, la date de préparation, de déconditionnement, de décongélation, de limite de consommation...).

www.gourmetbag.fr

### Information restaurateurs

L'objectif premier n'est pas bien sûr de produire pour jeter ou emporter ; mais si l'assiette n'est pas terminée, le consommateur souhaite pouvoir emporter ses restes.

Proposer un « gourmet bag » permet au consommateur de terminer sa dégustation, et contribue, comme de nombreux petits gestes du quotidien, à la limitation du gaspillage et du volume des biodéchets !

*l'essayer, c'est l'adopter !*

### Ils le proposent déjà, ils vous disent pourquoi

Le client a payé, il est libre d'emporter ses restes.

- Proposer un gourmet bag est parfaitement autorisé par la réglementation sanitaire.
- Un gâchis signifie une perte à disposition plutôt que de jeter.
- Il souhaite proposer un maximum de services à ses clients.
- Cette pratique valorise l'image de son restaurant.

LES PREJUS SINGES

- C'est normal car ce sont pas des déchets.
- Ça permet à certains clients de prendre un dessert.
- C'est moins beau réchauffé, mais tellement apprécié.
- Ça est au milieu du repas, ça peut arriver !
- C'est un bon geste environnemental et éthique.

### Des pistes d'actions

Proposées par les restaurateurs pour éviter les restes dans l'assiette !

- Avant le commande, donner au client des informations sur les plats, les quantités, les portions... au menu ou à la carte. Donner le choix des quantités au client.
- Calculer au mieux les portions en fonction du nombre d'assiettes, sensibiliser les personnes en cuisine sur ces restes. Adapter la taille des assiettes.
- Des petits appétits ? Offrir la possibilité de commander une plus petite portion et bien le conseiller pour la commande et l'assiette.

### Des outils à votre disposition

Afin de vous accompagner au mieux, la DRAAF vous propose un kit d'outils visant à développer l'usage du Gourmet bag au sein de votre établissement.

http://www.gourmetbag.fr

La promotion du doggy bag a été inscrite par l'UMIH en 2013 dans le cadre du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire.

Plus d'infos sur <http://www.alimentation.gouv.fr/UMIH/05/05013-Pacte-national-de-lutte-contre-le-gaspillage-alimentaire>.

Ce projet a été initié en Rhône-Alpes dans le cadre de la promotion de la pratique est nationale grâce à la mise à disposition d'outils auprès de chaque structure territoriale pour promouvoir le gaspillage alimentaire sur son territoire.

Ce projet piloté par la DRAAF Rhône-Alpes s'inscrit dans une démarche tout autant portée au niveau national que au niveau professionnel.

Plus d'infos sur <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/doggy-bag-une-belle-gourmanderie>

Partenaires et partenaires : UMH - DRAAF RHÔNE-ALPES - BRASSE - MICHRO - TANGRAM - PASTORALIS - L'ALIMENTAIRE - ADAMI - VIRE DE LYON - CCI DE LYON - CCI DE NICE - GICAVAT - INSTITUT PAUL BOCUSE - ASSOCIATION Française des Lyonnais de l'Hôtellerie et du Tourisme

## Information restaurateurs



### LE KIT DE COMMUNICATION de la marque GOURMET BAG

Le kit de communication Gourmet bag se compose :

- D'un logo qui se décline en trois couleurs
- D'un sticker de 11cm de diamètre destiné à être collé sur la vitrine du restaurant afin d'indiquer au client qu'il peut demander à emporter ses restes si jamais il ne finit pas son assiette.
- D'un sticker de 3 cm de diamètre destiné à être collé sur les menus.
- D'un sticker de 5 cm de diamètre destiné à être collé sur les contenants, reprenant le logo du Gourmet bag, mais aussi les recommandations élémentaires (à conserver au réfrigérateur et à consommer très rapidement) à destination du client. N.B. Le restaurateur choisit librement les contenants qui lui conviennent.
- Une petite brochure à l'attention des restaurateurs, leur présentant des pistes d'action afin de limiter les restes dans les assiettes, leurs arguments favorables au Gourmet bag et la réglementation sanitaire afférente, les déchargeant de toute responsabilité à partir du moment où le client demande à emporter ses restes.
- De trois visuels au format carte postale (10,5x14,8) destinés à inciter les consommateurs à demander un Gourmet bag et à lever les principaux freins culturels à cette pratique :
  - "ça ne se fait pas" : Flyer rose
  - "les restes on les jette" : Flyer vert
  - "ça fait radin" : Flyer bleu

Un site internet dédié, [gourmetbag.fr](http://gourmetbag.fr), destiné à relayer les initiatives mises en place via les actualités et présentant l'ensemble du projet a également été créé. Enfin, nous pouvons vous fournir le communiqué et le dossier de presse si vous souhaitez vous adresser aux médias sur votre territoire, ainsi que des photographies.

### LA CAMPAGNE

Gourmet bag est une marque générique déposée par le ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt. Elle qui vise à banaliser la demande ou la proposition d'un "doggy bag à la française", chaque fois qu'il reste un peu trop de nourriture dans les assiettes au restaurant.

C'est une action du service public pour promouvoir une pratique, et non une démarche marketing qui viserait à proposer des contenants ou tout autre service aux restaurateurs.

L'enjeu est que chacun puisse demander sans honte ni crainte de refus à pouvoir emporter ses restes... "Un gourmet bag s'il vous plaît !".

Tous les outils de communication sont gratuits, libres de droits et téléchargeables sur le [site gourmetbag.fr](http://www.gourmetbag.fr). Les restaurateurs sont libres de choisir les contenants qu'ils souhaitent quand ils utilisent la signalétique «gourmet bag».



Ces outils sont à disposition de tous les ambassadeurs « anti-gaspi » dans toutes les régions : restaurateurs, collectivités territoriales, syndicats de traitement des déchets, associations de consommateurs, syndicats professionnels, chambres de commerce et chambres des métiers, associations de préservation de l'environnement, offices de tourisme...

Tous ces ambassadeurs peuvent librement associer leur logo à celui de gourmet bag.

Des visuels et des informations pouvant être repris librement dans le journal de la collectivité, sur les panneaux d'affichage... Promouvoir une pratique responsable et durable sur son territoire et encourager chacun à demander un gourmet bag... parce que c'est NORMAL de ne pas jeter ses restes !

Tous éco-gastronomes !

DRAAF Rhône-Alpes Service Régional de l'Alimentation <http://www.draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr>

Actualités

Découvrez le Gourmet Bag !

RESTAURATION - Engagée dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et fière d'une région emblématique du « bien manger », la DRAAF... | L'UMIH soutient le Gourmet bag | Membre actif lors de la construction et de la signature du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, l'UMIH... |

Le site <http://gourmetbag.fr>

Gourmet bag « Restos emballeurs, restos de valeur » mai 2015 <http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Gourmet-bag-le-doggy-bag-a-la-537>