



HAL
open science

L'approche Lean Startup appliquée au développement d'un service de formations pour la restauration collective: le cas FoodPrint

William Roquier

► To cite this version:

William Roquier. L'approche Lean Startup appliquée au développement d'un service de formations pour la restauration collective: le cas FoodPrint. Gestion et management. 2022. dumas-03889586

HAL Id: dumas-03889586

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03889586v1>

Submitted on 8 Dec 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

Mémoire de stage

L'approche Lean Startup appliquée au développement d'un service de formations pour la restauration collective

Le cas FoodPrint

Présenté par : ROQUIER William

Entreprise d'accueil : FoodPrint
85, avenue Benoît Frachon
38400, SAINT-MARTIN-D'HERES

Date de stage : du 01/04/2022 au 30/06/2022

Tuteur entreprise : -
Tuteur universitaire : Ludivine Adla

Master 1
Master Entrepreneuriat & Management de Projet
2021 - 2022



FoodPrint

Mémoire de stage

L'approche Lean Startup appliquée au développement d'un service de formations pour la restauration collective

Le cas FoodPrint



Présenté par : ROQUIER William

Entreprise d'accueil : FoodPrint
85, avenue Benoît Frachon
38400, SAINT-MARTIN-D'HERES

Date de stage : du 01/04/2022 au 30/06/2022

Tuteur entreprise : -
Tuteur universitaire : Ludivine Adla



Master 1
Master Entrepreneuriat & Management de Projet
2021 - 2022

Avertissement :

Grenoble IAE, au sein de l'Université Grenoble Alpes, n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les mémoires des candidats aux masters en alternance : ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Tenant compte de la confidentialité des informations ayant trait à telle ou telle entreprise, une éventuelle diffusion relève de la seule responsabilité de l'auteur et ne peut être faite sans son accord.

RÉSUMÉ

Ce mémoire a pour objet de Lean Startup et ses applications en restauration collective. Il comporte une partie théorique sur le Lean Startup, quelques exemples d'application sont ensuite cités avant toute une étude de son application dans le cadre de FoodPrint. FoodPrint est une entreprise dont la mission est d'accompagner la restauration collective dans sa transition écologique. Elle propose déjà des services d'affichage environnemental pour la restauration collective. Dans ce mémoire, on explique comment un service complémentaire a été développé et quels ont été les freins et les apprentissages inhérents à ce développement de service.

(95 mots environ)

SUMMARY

This thesis is about Lean Startup and its application in the catering industry. It includes a theoretical part on the Lean Startup, some examples of application are then cited before a study of its application in the context of FoodPrint. FoodPrint is a company whose mission is to support the catering industry in its ecological transition. It already offers environmental display services for collective catering. In this thesis, we explain how a complementary service was developed and what were the obstacles and learning points inherent to this service development.

(about 89 words)

MOTS CLÉS :

En français

Lean Startup, restauration collective, entrepreneuriat, service, environnement

En anglais

Lean Startup, catering, entrepreneurship, service, environment

REMERCIEMENTS

Pour commencer, je tiens à remercier mon associée Elisa Jourde qui est pleinement engagée dans FoodPrint depuis bientôt un an. Elle a toujours su faire preuve d'esprit critique, de transparence et de bienveillance vis-à-vis du projet. Sa présence est un vrai moteur pour l'entreprise et nous ne serions aujourd'hui pas à ce stade de développement sans son implication.

Je veux également remercier Ludivine Adla pour son accompagnement, que ce soit dans le cadre des cours du Master Entrepreneuriat à Grenoble IAE ou en tant que tutrice académique du projet au Pépite oZer. Son expérience et ses connaissances techniques sur l'entrepreneuriat nous sont très profitables et nous ont toujours poussé à faire ce qu'il y avait de mieux pour FoodPrint.

Je remercie Julien Maurel pour son accompagnement en tant que tuteur professionnel au Pépite oZer. Son expertise en pilotage de projets et son expérience en tant qu'accompagnant nous ont permis d'avancer ces derniers mois dans un cadre bien défini. Il a toujours su nous dire ce qu'il admirait aussi bien que ce qu'il appréciait le moins dans nos idées et les chemins que nous empruntons.

Merci également à Nina Valette, qui porte le programme Starter au Pépite oZer avec une grande énergie et qui est à la fois compréhensive dans les moments difficiles et source de motivation pour accélérer nos projets. Son dévouement pour ses étudiants-entrepreneurs représente une grande aide.

Merci à tous les enseignants et intervenants qui ont enrichi cette année de Master de leur savoir-faire et qui m'ont permis d'acquérir des connaissances et des compétences utiles et directement applicables dans FoodPrint.

Enfin, je souhaite remercier tous les étudiants et étudiants-entrepreneurs qui ont suivi l'évolution de FoodPrint ces derniers mois, avec lesquels j'ai eu l'occasion d'échanger à de nombreuses reprises. Leur regard extérieur et leur présence au quotidien font de cette aventure une expérience particulièrement riche et agréable.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	7
I – LE LEAN STARTUP : THEORIE ET PRATIQUE	9
I. La théorie du Lean Startup.....	9
II. Le Lean Startup en restauration collective	11
III. Application au cas FoodPrint : méthodologie	12
II – ANALYSE DES RESULTATS.....	14
I. Résultats obtenus	14
II. Difficultés rencontrées.....	17
III. Avantages et limites du Lean Startup	19
III – CONTINUITE	20
I. Apprentissages.....	20
II. Prochaines étapes.....	22
CONCLUSION	25
TABLE DES ANNEXES	26

INTRODUCTION

J'ai choisi d'effectuer mon stage dans le cadre de ma création d'entreprise : FoodPrint. Après trois ans de travail sur le projet, je crée actuellement la structure avec mon associée Elisa Jourde, future étudiante du Master 2 Entrepreneuriat & Management de Projets, sous forme de SAS (Société par Actions Simplifiée). FoodPrint est une société dont la mission est d'accompagner la restauration collective dans sa transition écologique. Pour cela, nous avons mis au point un premier service d'affichage environnemental. Cela consiste à calculer l'impact environnemental des plats de nos clients, à convertir ces calculs en un affichage à destination des convives, puis à mesurer et améliorer continuellement l'impact de cet affichage sur leurs choix.

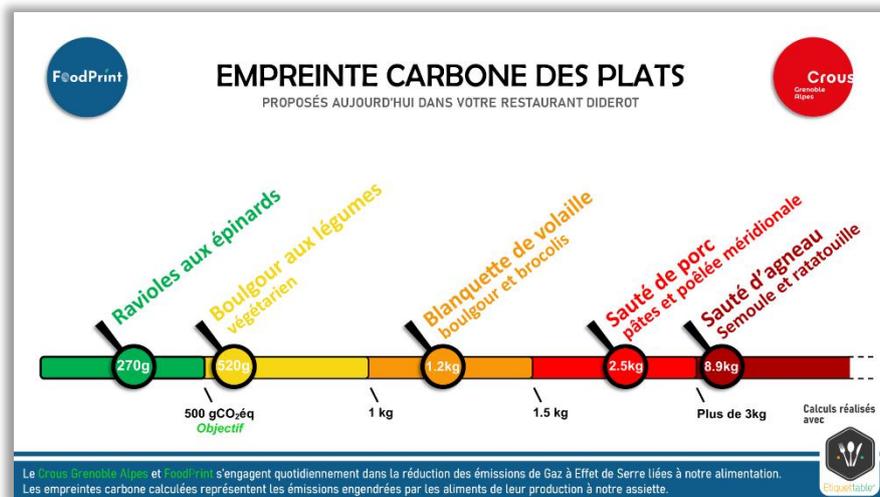


Figure 1 - Exemple d'affichage environnemental réalisé dans les restaurants universitaires du Crous Grenoble Alpes depuis septembre 2021

Ce service est monétisable, nous signons à ce propos actuellement nos premiers contrats avec des restaurants d'entreprises dans la région. Toutefois, il ne saurait à lui seul assurer la pérennité économique de l'entreprise. En effet, d'après nos prévisionnels financiers, nous pourrions vivre de cette activité à partir de 8 contrats permanents par salarié-e. Cela est possible d'un point de vue organisationnel mais ça n'est pas cohérent avec une ambition salariale à la hauteur de nos parcours respectifs.

Nous avons alors réfléchi à un moyen de diversifier notre offre et de consolider notre modèle économique. Une première option, qui sera mise en place sous réserve de moyens suffisants d'ici la fin de l'année civile, est d'obtenir la certification Bilan Carbone afin de réaliser des prestations de Bilan Carbone pour des structures ayant besoin de ce service (majoritairement des entreprises de plus de 500 salariés au regard de la loi en vigueur). C'est un service lucratif et demandé, il constitue donc une valeur sûre.

La seconde option est de trouver un service innovant, répondant à un ou plusieurs besoins de la restauration collective et suivant toujours l'objectif de promouvoir une alimentation responsable en restauration. C'est l'un des objectifs de mon stage et le sujet de ce mémoire. J'ai été accompagné ces derniers mois par le programme Starter du Pépite oZer dont les premières étapes se basent sur une

approche Lean Startup. J'ai donc mis en œuvre cette méthodologie pour l'élaboration de ce nouveau service qui sera proposé par FoodPrint. Dans ce mémoire, nous répondrons à la question suivante : « Comment le Lean Startup permet-il de développer un service compétitif sur un marché en plein essor ? ».

Les objectifs de ce mémoire sont multiples. Il s'agit dans un premier temps de bien comprendre le Lean Startup, sa philosophie, son champ d'application et sa méthode. Nous ferons également le point sur les usages passés du Lean Startup et les conclusions que nous pouvons tirer de ces exemples. Puis nous expliciterons son application au cas FoodPrint, les résultats obtenus et les apprentissages que j'ai tiré de cette expérience. Enfin, nous concluons sur les pistes de développement de l'entreprise et les prochaines étapes à réaliser.

I – LE LEAN STARTUP : THEORIE ET PRATIQUE

I. LA THEORIE DU LEAN STARTUP

Avant toute chose, commençons par nous intéresser à la théorie du Lean Startup : son histoire, sa raison d'être, son idéologie... Le Lean Startup est un concept développé par Eric Ries en 2008 dans son ouvrage « Lean Startup, adoptez l'innovation continue ». Il s'est basé sur l'approche Lean (« maigre » en français) déjà utilisée dans le monde de l'entreprise pour « dégraisser », c'est-à-dire pour enlever tout ce qui est superflu et qui peut constituer une charge non pertinente pour un business. Le Lean Startup est l'application du Lean à l'univers des startups et plus largement à la création de tout nouveau produit ou service. L'un de ses principes fondamentaux est d'adapter son offre aux besoins et attentes des clients.



Figure 2 - Eric Ries

C'est d'ailleurs ce qui participe à faire de l'approche Lean Startup un succès. En effet, beaucoup d'entrepreneurs et d'entreprises ont consacré des moyens temporels et financiers importants dans la création de leurs produits ou services. Et certains, parfois, se sont retrouvés confrontés à un désintérêt de leur marché. C'est une erreur classique qui consiste à « tomber amoureux de sa solution » et non du besoin auquel elle est sensée répondre. L'importance du besoin est d'ailleurs d'autant plus centrale dans le milieu de l'entrepreneuriat social.

Une fois le premier besoin identifié, la méthodologie Lean Startup est définie selon le principe du *Build – Measure – Learn*. C'est un processus itératif : la méthode peut être suivie plusieurs fois afin d'aboutir à une offre la plus pertinente possible. D'autres boucles peuvent même être réalisées après

quelques mois ou quelques années après la première commercialisation afin de faire évoluer l'offre avec le besoin au fil du temps.

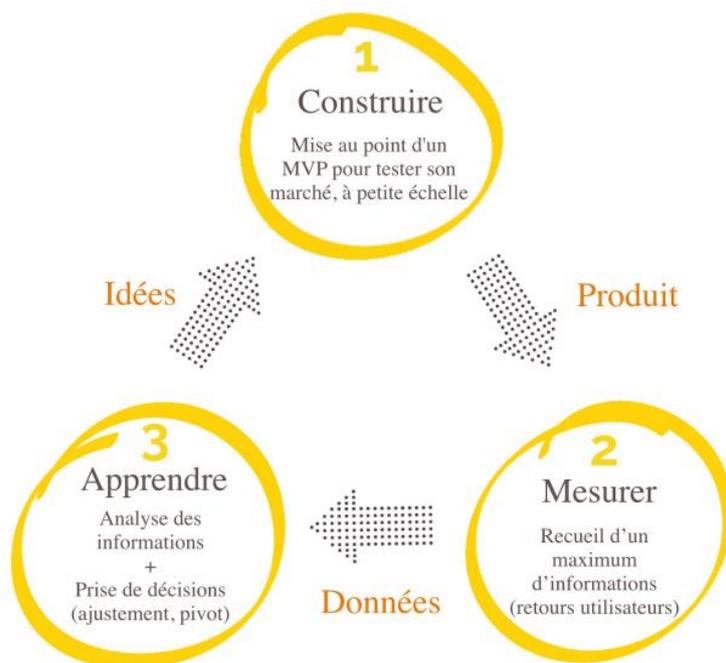


Figure 3 - Schéma explicatif de la méthodologie Lean Startup

matérialisé par une version en matériaux de récupération, non durable dans le temps. Pour un service,

cela peut être le schéma explicatif du service. Le MVP ne doit pas être onéreux dans sa fabrication, il ne doit pas être long à produire et il doit pouvoir être présenté à des clients potentiels. Effectivement, une fois le MVP construit, il faut ensuite le tester. C'est la deuxième étape : celle de Mesure. L'objectif de la mesure est, à partir du MVP, de collecter un maximum de retours d'utilisateurs ou de clients potentiels. A cette étape, tous les avis doivent être collectés, sans distinction. Les retours positifs indiquent ce qu'il faut garder dans le MVP pour les versions futures, tandis que les retours négatifs indiquent ce qu'il faut changer ou améliorer. La mesure permet aussi de constituer un groupe d'*early adopters*, ce sont les personnes (en B to C) ou les organisations (en B to B) qui testeront le produit ou service lors de son lancement. Cette étape a donc une importance majeure, aussi bien dans un but d'amélioration que dans un enjeu de commercialisation future. Enfin, la troisième et dernière étape de la méthodologie Lean Startup est la phase d'Apprentissage. Une fois les retours utilisateurs récoltés, l'entrepreneur fait le point. Que faut-il garder ? Que faut-il proscrire ? Que faut-il changer ? Autant de conclusions qui permettent de cibler les principaux axes à retravailler dans l'itération suivante. Parfois, à ce stade, c'est toute l'offre qu'il faut revoir. On repense alors un MVP totalement différent. Dans le cas contraire, il faut élaborer une version 2, d'une version 3, ou une version *n*. Après un nombre suffisant d'itérations, on finit par avoir entre les mains le produit ou le service qui comblera parfaitement le besoin attendu sur le marché. Peut alors commencer la commercialisation auprès des *early adopters*.

La méthodologie Lean Startup est donc très proche d'un processus de Design Thinking, dont les étapes sont Empathie, Définition du besoin, Idéation, Prototypage et Test. En effet, les deux méthodes comprennent une phase de mesure (test) et une phase de construction (idéation/prototypage). Elles sont toutes les deux centrées sur le besoin du client (phase d'empathie).

Un exemple connu et intéressant d'utilisation du Lean Startup, pour n'en citer qu'un, est la Dropbox. Les fondateurs de Dropbox ont créé leur société pour répondre à un besoin du grand public : stocker et modifier des documents n'importe où, n'importe quand. Leur difficulté lors de l'étude des besoins a été de faire face à un besoin qui n'était pas toujours clairement identifié par les personnes cibles. C'est l'une des difficultés de la méthode, parfois le besoin est difficile à formuler, surtout lorsqu'il s'agit d'une innovation de rupture.

II. LE LEAN STARTUP EN RESTAURATION COLLECTIVE

Maintenant que nous avons bien en tête la théorie, analysons deux exemples d'utilisation du Lean Startup en restauration collective. J'ai choisi les entreprises Kikleo et Meal Canteen car ce sont des structures que nous avons rencontrées et elles ont de commun avec FoodPrint d'être des entreprises engagées pour une alimentation durable en restauration collective. Leur retour d'expérience a donc été particulièrement intéressant.

Commençons par Kikleo. Nous avons eu la chance d'échanger avec l'un de ses fondateurs, Vincent Garcia. Kikleo est une jeune entreprise lyonnaise spécialisée dans la réduction du gaspillage alimentaire grâce à une intelligence artificielle reliée à une caméra 3D. Le système analyse les assiettes déposées par les convives après leur repas pour reconnaître chaque aliment gaspillé et centraliser les données sur une plateforme web pour ensuite les utiliser à des fins de perfectionnement des menus proposés pour réduire le gaspillage. Kikleo et FoodPrint ont le point commun d'avoir commencé leurs tests sur des restaurants Crous : Kikleo à Lyon et FoodPrint à Grenoble. Kikleo a donc suivi une démarche Lean Startup classique en réalisant des tests (measure) et des améliorations (learn) à plusieurs reprises sur leur système jusqu'à ce qu'il soit commercialisable hors Crous. Aujourd'hui Kikleo travaille sur 19 restaurants partenaires dans la région.

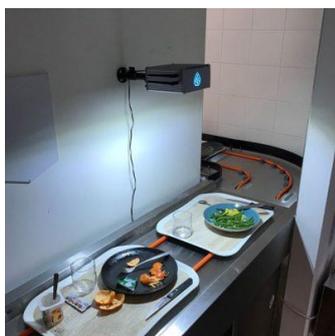


Figure 4 - Système de caméra 3D conçu par Kikleo

Meal Canteen est également spécialisé dans la lutte contre le gaspillage alimentaire mais d'une toute autre façon. Leur concept est simple : les convives réservent à l'avance leur plat. Les restaurateurs savent ainsi précisément quelle quantité d'assiettes il faut préparer et ils ne gaspillent donc pas de nourriture en cuisine. J'ai pu échanger avec Denis Olivier, fondateur et CEO de Meal Canteen. Denis m'a expliqué avoir initialement mené une étude des besoins auprès des restaurations collectives publiques et privées. Il s'est rendu compte que la restauration en gestion concédée à des prestataires n'allait pas être son cœur de cible (structures très autonomes, elles délèguent rarement) et que la restauration collective privée était la seule à même de s'offrir ses services. Grâce à cette étude, il a donc pu orienter sa solution vers les bons clients.

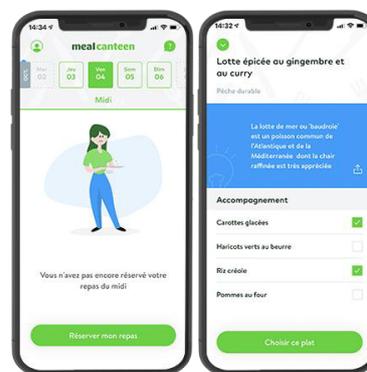


Figure 5 - Interface de l'application Meal Canteen

Meal Canteen et Kikleo sont donc deux bons exemples d'une démarche Lean Startup dans l'élaboration d'un service à portée environnementale pour la restauration collective. Voyons maintenant quelle méthodologie nous avons employé chez FoodPrint pour, on l'espère, réussir aussi bien qu'eux.

III. APPLICATION AU CAS FOODPRINT : METHODOLOGIE

Comme présenté en introduction, le programme Starter du Pépité que j'ai suivi ce semestre repose sur la méthodologie Lean Startup. Nous avons donc eu la chance de suivre une formation et un accompagnement spécifiquement orientés sur le Lean Startup.

Au début de cet accompagnement, notre idée était de développer un service de conseil pour analyser et faire évoluer les plans de menus de la restauration collective vers des plans de menus plus vertueux. C'est un service qui existe déjà aujourd'hui, qui est notamment commercialisé par notre concurrent Etiquetable et nous envisagions de venir chercher un marché suffisamment grand pour plusieurs acteurs plutôt que de chercher à proposer un meilleur service que l'existant. Nous verrons dans les parties suivantes que l'étude des besoins a quelque peu changé la nature du service envisagé et nous reviendrons alors sur une étude adaptée de la concurrence.

C'est donc avec cette idée de service de conseil que nous avons entamé notre parcours Lean Startup. L'enjeu principal était de partir à la rencontre de nos clients pour sonder leurs besoins en conseil sur tous sujets touchant à leur transition écologique. La formation suivie dans le cadre du programme Starter avec Florian Champagne nous a tout de suite mis sur la bonne piste avec des objectifs concrets en termes de nombre d'entretiens à réaliser. En effet, il s'agissait ici d'une étude qualitative via des entretiens dans le but de pouvoir appréhender le plus finement possible le besoin à travers un échange long où l'on pouvait poser des questions ouvertes. Le guide d'entretien est donné en annexe de ce document. Le tableau ci-dessous donne les objectifs que nous nous sommes fixés et leurs évolutions dans le temps depuis la fin du mois de mars.

Objectif	Deadline	Raison du changement d'objectif
3 entretiens	25/03	-
10 entretiens structures de restauration collective 10 entretiens avec des cuisiniers 10 entretiens avec des convives	27/04	Suite aux premiers entretiens réalisés, nous avons fait le constat qu'il fallait également impliquer les convives et les cuisiniers dans le processus. L'implication de toutes les parties rendra les services plus simples à mettre en place et plus complets.
+2 entretiens avec des services de restauration en gestion directe	25/05	Nous avons eu 10 rendez-vous avec des structures en gestion concédée (restauration réalisée par un prestataire externe) mais aucun avec des structures en gestion directe (restauration gérée en interne).
200 réponses au questionnaire quantitatif	25/05	Suite à l'évolution du service pensé initialement, nous avons besoin de réaliser une étude quantitative avant de réaliser un MVP.

Figure 6 - Objectifs d'étude des besoins Lean Startup

On remarque en lisant le tableau ci-dessus que les objectifs ont évolué au fil du temps. En effet, il est difficile voire inutile de fixer dès le début des objectifs précis en termes de nombre d'entretiens. Nous verrons par la suite que certains entretiens sont plus qualitatifs que d'autres et que parfois il faut rencontrer plusieurs personnes afin de valider ou d'invalider certaines hypothèses. De même, on ne peut pas savoir à l'avance quelles sont les personnes ou les structures qui vont accepter l'entretien. C'est ainsi que nous avons dû préciser nos objectifs à la fin du mois d'avril en distinguant la restauration en gestion directe de la restauration en gestion concédée.

L'évolution de l'idée initiale est aussi une grande inconnue. Dans la première partie nous avons vu que la phase de mesure pouvait conduire à un remaniement complet de l'offre. Il en est de même lors de l'étude des besoins. Dans ce cas, il faut adapter son approche et approfondir le travail commencé. C'est ce que nous avons été amenés à faire durant le mois de mai.

Le service final est un mix entre deux services. D'une part, des formations pour les professionnels de la restauration. D'autre part, des ateliers pour les convives. Nous reviendrons sur les raisons de ce changement et sur les spécificités de ce service dans la partie suivante. Nous nous intéressons ici à la méthodologie employée pour l'étude quantitative associée à l'étude de ce service.

La méthode utilisée est issue du cours d'études de marché de Sandrine Fine-Falcy, dispensé dans le cadre du Master 1 Entrepreneuriat & Management de Projet. Il s'agit d'une étude quantitative via un questionnaire Sphinx diffusé auprès des professionnels de tous secteurs. La conception du questionnaire a reposé sur la définition de 3 objectifs d'étude répartis en sous-objectifs correspondant à des tests à réaliser pour en exploiter les résultats. Le tableau ci-dessous résume ces objectifs.

Objectifs d'étude	Objectifs des tests	Tests
Connaître l'intérêt des personnes actives pour se former sur les enjeux environnementaux	Définir des personas	Classification K-means
	Connaître la part du public cible ayant déjà été formée	Univarié
	Connaître la part du public cible ayant déjà été formée (par persona)	Bivarié
	Connaître la part du public cible souhaitant être formée	Univarié
	Connaître la part du public cible souhaitant être formée (par persona)	Bivarié
Connaître les freins pour la mise en place de telles formations	Connaître les principaux freins	Univarié
Adapter les formations en fonction du profil des personnes formées	Connaître les sujets suscitant le plus d'intérêt (par persona)	Bivarié
	Connaître la durée de formation désirée (globale et par persona)	Univarié + bivarié
	Connaître le ou les format(s) de formation désiré(s) (globale et par persona)	Univarié + bivarié

Figure 7 - Grille d'analyse de l'étude quantitative

Il s'agit de la dernière étape de notre étude à l'heure où j'écris ce rapport. La diffusion du questionnaire est encore en cours aujourd'hui afin de remplir l'objectif de 200 répondants.

II – ANALYSE DES RESULTATS

I. RESULTATS OBTENUS

En suivant la méthodologie exposée dans la partie précédente, nous avons obtenu de nombreux résultats. Dans un premier temps, nos objectifs en termes de nombre d'entretiens avec des acteurs de la restauration collective ont été remplis. C'est au total 10 entretiens qui ont été effectués avec des professionnels de la restauration et des experts en alimentation durable. Ils sont répertoriés dans le tableau suivant.

Nom	Fonction	Structure	Nature
Christophe Aubin	Acheteur global en charge de la gestion des déchets et de la sûreté	Schneider Electric, Grenoble	Professionnel de la restauration collective
Philippe Ramazio	Responsable de site	Elior, Grenoble	Professionnel de la restauration collective
Jean-Noël Tourtet	Directeur d'exploitation en restaurant scolaire	Sodexo, Grenoble	Professionnel de la restauration collective
Alban Bossaerts	Responsable restauration tournant	Conseil départemental du Tarn	Professionnel de la restauration collective
Katell Charles	Experte des marchés publics de la restauration collective	Vecteur Plus	Professionnel de la restauration collective
Delphine Ecouellan	Chargée d'alimentation durable spécialisée dans la restauration collective	Groupe bio du Rhône et de la Loire	Experte en alimentation durable
Julie Portier	Consultante en alimentation durable pour la restauration collective	Indépendante	Experte en alimentation durable
Iris Amoyel	Fondatrice	Les petites pâtes 2 tonnes	Experte en alimentation durable
Eva Genel	Co-fondatrice	FIG – Food Index for Good	Experte en alimentation durable
Fabrice Russo	Directeur régional d'exploitation adjoint	Fondation VINCI Autoroutes	Prospect

Figure 8 – Entretiens Lean Startup réalisés

Chacun de ces 10 entretiens a été réalisé en suivant la méthodologie Lean Startup, c'est-à-dire sans parler de nos solutions ou de nos pistes de solution en début d'entretien. Ils étaient donc scindés en deux temps : une phase pour creuser le besoin puis une autre phase pour avoir des retours sur l'affichage existant et l'idée du service de conseil. Les grandes conclusions que nous avons pu tirer de ces 10 entretiens sont les suivantes :

1. Il y a un manque de moyens conséquent dans la plupart des collectivités territoriales alloués au développement durable. On parle bien ici d'une allocation de moyens et non pas d'un manque de moyens. D'après nos échanges avec des structures publiques, il est possible de financer des cantines durables et des services tels que ceux proposés par FoodPrint si les décideurs font des choix budgétaires qui vont dans ce sens. Aujourd'hui, ça n'est pas encore le cas ou, du moins, pas suffisamment. Comme toutes les décisions à portée environnementale, la situation devrait s'améliorer petit à petit dans les prochaines années et bien entendu plus rapidement à certains endroits que d'autres.
2. Il y a une demande au niveau de la réalisation de Bilans Carbones dans les structures disposant de sites de restauration collective. Même si, aujourd'hui, seules les structures de plus de 500 salariés ont l'obligation d'en réaliser un régulièrement, de nombreuses structures plus petites s'intéressent à cette problématique pour mettre en valeur leurs engagements écologiques.
3. Les cuisiniers ne constituent pas notre cœur de cible. En effet, il existe déjà des organismes dont le travail est de former les cuisiniers à l'alimentation durable comme par exemple l'association Assiettes Végétales qui promeut une alimentation végétalienne en restauration. Ils travaillent notamment avec plusieurs Crous en France. FoodPrint n'a pas vocation à les concurrencer, la cuisine au sens technique du terme ne figurant pas dans notre champ de compétences à mettre en valeur sur le marché. En revanche, nous pouvons apporter une offre complémentaire (voir point suivant).
4. Il y a un besoin clair de sensibilisation et de formation sur les enjeux environnementaux, notamment pour fédérer autour de notre affichage. Ces formations sont à penser pour les professionnels de la restauration (dont les cuisiniers) car ils jouent un rôle moteur dans la communication des informations dont nous avons besoin, et aussi pour les convives.
5. Notre service d'affichage est aussi demandé au niveau de la restauration commerciale. Cela peut constituer une piste de développement de notre service avec des prestations ponctuelles pour les restaurants.

Dans les conclusions ci-dessus, je n'ai pas mentionné le service de conseil qui faisait initialement l'objet de notre étude Lean Startup. Le fait est que ce besoin n'est tout simplement pas ressorti à travers les échanges que nous avons eus. C'est là tout l'avantage d'avoir réalisé ces entretiens de la façon décrite plus haut : sans orienter la personne interrogée, ce sont de vrais besoins qui ressortent et non des réponses biaisées. Le nouveau service à mettre en place chez FoodPrint est donc, en référence au point ci-dessus, un service de formations pour les professionnels de la restauration collective et un service d'ateliers pour les convives.

Nous avons initié la phase « build » de la méthodologie Lean Startup sur le service de formations. Suite à une séance de brainstorming avec Elisa, nous avons abouti à un premier prototype (qui n'est pas encore un MVP dans le sens où il ne peut pas être testé dans l'état actuel des choses). Les formations seront basées sur la notion scientifique des limites planétaires : les 9 points à ne pas dépasser pour conserver une planète viable. Le réchauffement climatique en fait partie. L'idée est de vulgariser ces notions, avec un focus important sur le carbone étant donné que c'est notre domaine de compétences initial. La seconde partie des formations sera concentrée sur les leviers d'action dans l'alimentation, à savoir « quelles solutions les formés peuvent-ils apporter ? ». Ensuite, une partie mise en pratique sur l'éco-calculateur de FoodPrint (actuellement en cours de développement) permettra aux personnes formées de mettre en place une méthodologie bien précise afin de faire évoluer les

plans de menus des sites de restauration collective concernés. Enfin, une partie conclusion permettra de récapituler les apprentissages de la session.

Pour aboutir à un MVP testable, il nous reste à préciser le contenu théorique des formations à travers un travail de recherche et de synthèse sur les limites planétaires. Ce travail sera réalisé dans les prochains jours afin de tester le MVP avec des bêta-testeurs volontaires avant la pause estivale. Un travail similaire sera réalisé en parallèle sur le service d'ateliers pour les convives. Le format sera plus un *serious game*, comme l'est la bien connue Fresque du Climat. Ce travail sera facilité par les réponses à notre questionnaire qui ne sont pas encore en nombre suffisant pour être exploitées.

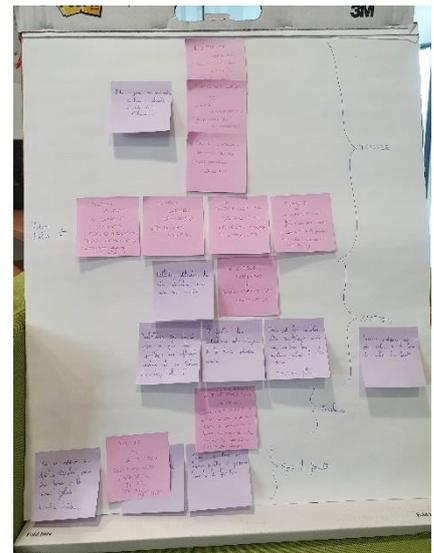


Figure 9 – Brainstorming des formations



Figure 10 - L'offre FoodPrint à partir de fin 2022

L'offre FoodPrint à la fin de l'année sera donc semblable à la plaquette ci-dessus. Un service d'affichage environnemental, un service de formations pour les professionnels de la restauration et un service d'ateliers pour les convives. Nous pouvons même rajouter des prestations de Bilans Carbones à la carte comme on nous l'a recommandé lors de certains entretiens. En bref, l'objectif est d'avoir une offre complète de services pour promouvoir une alimentation durable en restauration collective et sensibiliser le plus grand nombre aux enjeux environnementaux.

II. DIFFICULTES RENCONTREES

Aboutir à ces résultats n'a pas toujours été sans peine. Forcément, le quotidien entrepreneurial est parsemé d'obstacles à surmonter. Commençons par nous intéresser aux difficultés liées à l'approche Lean Startup avant de faire le bilan sur les difficultés rencontrées sur l'ensemble des missions du stage.

Pour réaliser des entretiens Lean Startup, le premier enjeu est de trouver le bon contact. Et ça n'est pas toujours chose aisée. Heureusement, nous avons pu mobiliser l'ensemble du réseau Pépité et des membres du programme Starter en plus de notre réseau personnel. Cela nous a déjà permis d'acquérir un certain nombre de contacts. Mais lorsque nous voulions contacter une structure en particulier, nous n'avions alors parfois pas d'autre choix que de trouver un contact générique sur internet. Parfois même un simple formulaire de contact sur un site internet, ce qui donne très rarement lieu à une réponse. Ajoutons à cela le fait qu'environ une personne sur deux ne répond pas aux propositions d'entretien, cela engendre de vraies difficultés et aussi des retards. Pour pallier ce problème, la solution est simple : il faut contacter bien plus de personnes que le nombre d'entretiens visés. C'est ce que nous avons fait pour finalement remplir nos objectifs.

Mais cette stratégie n'est pas toujours suffisante. En effet, je mettais en lumière dans un paragraphe précédent que la restauration en gestion directe était bien plus difficile à rencontrer que la restauration en gestion concédée. Nous n'avons malheureusement pas pu avoir un seul rendez-vous avec des sites en gestion directe, le seul contact ayant répondu étant la ville de Grenoble pour nous proposer un rendez-vous... à la fin du mois d'août ! Il n'y a donc pas de focus sur la gestion directe dans ce mémoire.

Une autre difficulté a été la diffusion du questionnaire pour l'étude quantitative. Nous avons cherché des professionnels de tous secteurs pour ensuite pouvoir filtrer les résultats par secteur. Il nous fallait donc 200 réponses minimum pour avoir au moins 10 à 20 répondants par secteur d'activité. Le fait est qu'à l'heure actuelle, malgré plusieurs partages sur LinkedIn et d'autres canaux, nous arrivons difficilement à un total de 30 répondants. Après en avoir parlé autour de nous pour avoir des retours avisés, notre erreur a probablement été dans le fait de viser une cible trop large. Nous aurions dû segmenter nos communications en visant à chaque fois un secteur précis. Cela nous aurait permis de toucher plus directement les personnes recherchées. C'est donc ce que nous allons faire dans les prochaines semaines afin de terminer cette étude et de pouvoir ensuite réaliser notre MVP d'atelier.

Ensuite, une démarche qui m'a personnellement perturbé est le fait d'avancer sans trop savoir où aller. En effet, le principe des entretiens Lean Startup est de poser des questions ouvertes pour inciter la personne interrogée à nous emmener jusqu'à son *pain*, c'est-à-dire son réel besoin. Ayant l'habitude de présenter FoodPrint de façon claire, transparente et exhaustive, c'est une approche qui n'était pas du tout naturelle pour moi au début. J'ai dû faire d'importants efforts pour accepter de me laisser porter dans l'échange jusqu'au point où il fallait aboutir, en restant très vague pendant toute la première moitié de l'échange. Il m'est même arrivé de devoir dire que j'allais répondre à certaines questions ultérieurement lorsque la personne en face faisait preuve de beaucoup de curiosité dès le début.

Enfin, d'un point de vue strictement personnel, je trouve beaucoup plus motivant d'avancer concrètement sur le projet que d'effectuer des entretiens de ce type. Mes facteurs de motivation sont

le fait de réaliser un service pour un client ou bien le fait de mettre au point un service comme nous l'avons fait ensuite avec le prototypage de nos formations. En revanche, j'ai plus de mal avec le fait de devoir creuser longuement un besoin avant de pouvoir enfin développer quelque chose. C'est très certainement lié au fait que ce n'est pas une démarche naturelle pour moi. Il n'y avait pas de réelle solution à apporter à cette difficulté si ce n'est de pratiquer pour rendre cela plus naturel.

Par rapport au stage dans son ensemble, la difficulté pour moi était d'avoir beaucoup d'objectifs à gérer en parallèle. La partie développement d'un nouveau service grâce au Lean Startup n'était qu'une mission parmi d'autres (voir fiche d'identité en début du mémoire) et j'ai par exemple dû aussi fournir un certain travail pour le développement web de notre éco-calculateur et plateforme d'affichage. Cette mission nécessitait de rédiger un cahier des charges très précis, de trouver un développeur, de finaliser certains algorithmes déjà existants et de les annoter. Cela m'a pris un certain temps sur la période mai-juin et cela fait partie des tâches que j'ai dû prioriser. Ce qui explique notamment pourquoi nous n'avons pas pu terminer la diffusion du questionnaire et réaliser notre MVP d'ateliers avant la fin du stage comme nous l'aurions voulu. C'est plus une difficulté d'ordre moral, qui ne met pas en danger le développement de l'entreprise mais qui oblige à revoir différemment certains objectifs posés initialement.

Enfin, j'en parlais déjà dans ma soutenance du Diplôme d'étudiant-entrepreneur au pépite oZer, l'entrepreneuriat nécessite de faire preuve de beaucoup de patience. D'une part avec les personnes qui ne répondent pas ou qui mettent du temps à répondre aux propositions d'entretien, mais également avec les prospects ou les contrats déjà initiés. Un partenaire qui met du temps à communiquer des informations nécessaires à la mise en place d'un service, c'est autant de temps perdu à le solliciter au lieu d'avancer sur d'autres missions.

Je n'ai parlé ici que des difficultés rencontrées. Elles n'ont pas été insurmontables et on peut retenir que la réponse à la plupart d'entre elles est de faire preuve d'agilité et d'adaptation. Pour revenir sur des notes plus positives, nous parlerons plus tard dans ce document des apprentissages liés à cette expérience de stage.

III. AVANTAGES ET LIMITES DU LEAN STARTUP

Après avoir expérimenté le Lean Startup dans le cadre de FoodPrint, je suis en mesure d'apporter un regard critique sur cette approche. Intéressons-nous aux avantages et aux limites du Lean Startup que j'ai pu entrevoir à travers cette expérience.

Le plus gros avantage du Lean Startup, et même sa raison d'être, est que c'est l'une des meilleures approches pour analyser un besoin et y apporter une solution, si ce n'est la meilleure. En effet, le fait d'aller à la rencontre des utilisateurs à plusieurs reprises et de ne pas les orienter dans leurs réponses favorise le fait d'aboutir à un réel besoin, voire plusieurs. Les entrepreneurs utilisant cette méthode comme il le faut sont assurés de partir d'une base solide et réelle, ce qui maximise les chances de développer un service ou un produit qui comble un manque. De plus, ce processus itératif est simple dans sa compréhension. Il n'est constitué que de 2 étapes contrairement à d'autres méthodologies comme le design thinking qui en comptent plus.

En revanche, le Lean Startup peut constituer une limite à l'innovation. Effectivement, il s'agit d'un processus d'innovation incrémentale constitué de plusieurs itérations qui ne s'éloigne jamais de façon radicale des besoins identifiés initialement. C'est donc une méthode sûre mais limitante dans le sens où elle freine l'innovation de rupture, qui apporte quelque chose de totalement nouveau, et qui peut aussi être très pertinente. Les personnes interrogées lors d'un entretien Lean Startup restent souvent très réalistes et parlent de leur quotidien, de leurs besoins, ce qui n'est pas propice à la créativité et à faire surgir des idées totalement nouvelles. Voici donc une première limite. Ensuite, la méthodologie nécessite d'avoir des compétences de facilitation assez développées et travaillées pour être efficace, ce qui n'est pas le cas de tout le monde. Les questions ouvertes et la façon de mener les entretiens constituent un véritable savoir-faire qui nécessite de suivre des formations sur le sujet, comme ça a été mon cas. Il faut ensuite pratiquer de nombreuses fois avant d'être vraiment efficace. Le Lean Startup n'est donc pas caractérisé par sa simplicité de prise en main. Enfin, il est parfois difficile de se concentrer sur un seul besoin. Prenons l'exemple de FoodPrint. Lors des dix entretiens réalisés, il est régulièrement arrivé que des besoins ne soient exprimés que par une ou deux personnes sur les dix. Au final, cela donne beaucoup d'éléments très différents et on ne sait pas forcément dans quelle(s) direction(s) partir. On peut prendre l'exemple de Schneider Electric qui a un gros besoin de sensibilisation au tri des déchets, d'Elior qui semble n'avoir aucun besoin extérieur, des structures comme Sodexo qui n'ont aucune marge de manœuvre à l'échelle locale ou d'autres qui au contraire sont très libres. Autant de besoins et d'organisations différents qui rendent difficile à appréhender la situation.

Le Lean Startup a donc des limites, ça n'est pas selon moi une méthode universelle et parfaite. Toutefois, je ne pense pas que le Design Thinking ou l'effectuation soient dénuées de contraintes et le Lean Startup est quelque chose de très pertinent pour un entrepreneur, d'autant plus quand il s'agit d'entrepreneuriat social. En tout cas cela m'a bien servi dans ma démarche de création de services.

III – CONTINUITE

I. APPRENTISSAGES

Depuis que j'ai commencé à travailler sur le projet FoodPrint il y a trois ans, j'ai développé un large panel de connaissances et de compétences. C'est sûrement l'expérience la plus riche, celle qui m'a le plus apporté. Je constate que cette période de stage ne fait pas exception à la règle et que ces trois mois en autonomie sur FoodPrint m'ont aussi beaucoup apporté.

Pour commencer, une compétence propre au Lean Startup que j'ai pu développer est celle de mener des entretiens sans orienter son interlocuteur. J'ai détaillé ceci dans la partie « Difficultés rencontrées », je pense que le fait d'avoir réalisé plusieurs entretiens de ce type m'a vraiment été utile et que je saurai à l'avenir mener cet exercice de façon bien plus naturelle.

En ce qui concerne les apprentissages plus globaux en lien avec mon travail sur FoodPrint depuis le mois d'avril, j'ai aussi appris à financer le projet. En effet, nous avons obtenu la bourse d'excellence entrepreneuriat de la Fondation Grenoble INP, nous avons été finalistes d'un appel à projets avec la Fondation VINCI Autoroutes et nous avons été nominés aux Innotrophées dans la catégorie « Impact social et sociétal ». Ces multiples expériences m'ont appris ce qu'attendaient les financeurs (universités, banques, entreprises) dans un dossier de candidature ou dans un pitch. Je sais maintenant ce qu'il faut mettre en valeur, ce qu'il faut détailler et ce qui est moins nécessaire. L'Escale du programme Starter au Pépité oZer a aussi beaucoup aidé : c'était un Pitch Deck devant des financeurs, à blanc, dans le but d'obtenir des retours constructifs. Je pense que cet apprentissage figure parmi les plus importants car je serai plus à même de trouver des financements à l'avenir et je saurai également candidater aux bonnes opportunités, avec un regard objectif sur la pertinence de tel ou tel appel à projets pour FoodPrint.

J'ai aussi eu l'occasion de tenir un stand avec Elisa à plusieurs reprises sur des salons. Il y a eu Proj'Expo organisé par le Pépité oZer, l'exposition de l'Enactus Festival à Pantin début juin et le salon des Innotrophées récemment. Ces multiples occasions m'ont permis de développer des compétences en développement de réseau professionnel. En effet, lors de précédents salons, je n'avais aucun mal à présenter le projet. En revanche, je n'avais pas le réflexe ou je n'osais pas demander une carte de visite, donner un flyer, en clair tout ce qui pouvait permettre d'entretenir le lien par la suite. C'est une compétence que j'ai acquise pendant le stage et je suis désormais plus à l'aise quand il s'agit d'initier une relation professionnelle avec un potentiel client ou partenaire. Je me sens plus légitime à le faire et j'accepte aussi la « défaite » lorsque la personne en face n'est pas intéressée et ne souhaite pas donner son contact.

Une autre compétence que j'ai eu l'occasion de développer est le management d'équipe, notamment en termes d'organisation interne. Effectivement, dans l'équipe avec Elisa, j'ai plutôt un rôle de manager. Je suis naturellement très organisé pour mon travail personnel et j'ai pu aussi appliquer cela à l'échelle de l'entreprise. Nous avons mis en place une routine chaque semaine où nous faisons le point tous les lundis sur les tâches à réaliser pendant la semaine et leur répartition, puis un point le vendredi pour faire le bilan de la semaine écoulée. C'est un rythme qui nous a semblé pertinent à l'application et que nous allons très certainement garder à l'avenir. Je me suis senti assez à l'aise

dans cette tâche et je pense que je saurai adopter la même posture lorsqu'il s'agira de manager une équipe plus importante.

Enfin, j'ai aussi appris à être très autonome dans mon quotidien. J'avais déjà eu l'occasion de travailler à temps plein sur FoodPrint entre mars et août 2021 et, à cette période, j'avais beaucoup de mal à me motiver seul et à être réellement efficace lorsque je travaillais chez moi. Je suis heureux de voir que ça n'a pas du tout été la même configuration cette fois-ci et que j'ai su fixer et tenir des objectifs durant les trois derniers mois. Je pense que le fait d'être deux et de pouvoir aller travailler à la MACI avec d'autres étudiants-entrepreneurs a été un facteur aidant, mais j'étais tout aussi productif en étant seul chez moi. C'est rassurant parce que c'est cette configuration qui sera en place pendant encore au moins un an, voire plus, jusqu'à ce que nous puissions avoir un bureau.

II. PROCHAINES ETAPES

Tout ceci nous amène au 24 juin 2022. Après trois mois de travail, 10 entretiens Lean Startup réalisés, un prototypage, des financements, un développement web en cours... quelles sont les prochaines étapes ? Comment seront structurés les mois à venir chez FoodPrint ?

En premier lieu, nous devons revoir la structure et la diffusion du questionnaire d'étude quantitative. L'objectif de 200 réponses est toujours d'actualité et nous nous donnons comme objectif de les obtenir avant la pause estivale, donc d'ici mi-juillet. Le questionnaire sera diffusé sur des groupes LinkedIn ou Facebook et via une stratégie d'e-mailing en ciblant un à un chaque secteur d'activité. En parallèle, un travail de recherche et de synthèse sera effectué sur les limites planétaires afin de terminer le MVP de formations. Tout ceci nous amènera à fin août et nous aurons alors en main tous les éléments pour réaliser nos 2 MVP et terminer la phase « build » du Lean Startup.

Viendra alors la phase de test, la phase « mesure ». L'idée est de tester à la rentrée nos ateliers et nos formations avec différents publics tests constitués d'étudiants de l'IAE, d'étudiants-entrepreneurs du Pépite oZer, de membres du Crous Grenoble Alpes et d'autres volontaires. Nous pourrions alors obtenir des premiers retours pour terminer une première itération du Lean Startup : build – mesure – learn. Ensuite, il nous faudra trouver un établissement pilote pour un autre test en conditions réelles. Ce peut être un CHU, une société disposant d'un service de restauration, ou n'importe quel autre établissement en lien avec la restauration collective. D'autres itérations seront peut-être nécessaires pour aboutir à notre service final de formations et d'ateliers.

L'objectif est une commercialisation de ces deux services pour la fin d'année 2022 / début 2023 afin de rester alignés avec nos prévisionnels financiers qui requièrent de vendre nos 3 prestations à partir de janvier 2023 dans le but de nous rémunérer à l'été 2023. Le rétroplanning ci-dessous reprend toutes ces étapes de façon synthétique.

Planning Lean Startup 2022/2023		2022						2023							
N°	Titre de la tâche	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Diffusion questionnaire	■													
2	Finalisation MVP formation														
3	Finalisation MVP atelier		■												
4	Premiers tests			■											
5	Tests avec un établissement pilote				■	■									
6	Commercialisation / prestations régulières						■	■	■	■	■	■	■	■	■

Figure 11 - Rétroplanning Lean Startup 2022/2023

Il y a deux autres grands axes de travail sur FoodPrint dans les mois à venir. Premièrement, il nous faut mettre en place une stratégie commerciale solide. En effet, nous avons les objectifs suivants d'ici juillet 2023 :

- 10 clients permanents sur l'affichage environnemental ;
- 1 jour de prestation de formation et 1 jour d'atelier par mois (en moyenne).

Ces objectifs sont réalisables à condition de s'en donner les moyens. Par exemple, nous sommes actuellement en train de finaliser notre site vitrine qui sera l'un des canaux de commercialisation et qui constituera également une base incontournable pour notre visibilité sur le web. Nous allons également mettre en place un calendrier éditorial détaillé pour LinkedIn car il est primordial pour notre activité de communiquer sur ce réseau. Notre stratégie commerciale devra répondre à des objectifs SMART détaillés pour chaque canal envisagé, tout en ayant une stratégie de veille et en effectuant un diagnostic des actions déjà mises en place (actions, incidence, pistes d'amélioration, ...). La mise en place d'une méthodologie exposée par Renaud Feidt lors d'un atelier au Pépite oZer sera très certainement bénéfique pour nous, avec la réalisation d'un diagramme comparatif permettant de mettre en avant les bons arguments marketing par rapport à nos concurrents.

Le second axe de travail est le perfectionnement de notre calculateur et de notre affichage environnemental. En effet, nous travaillons actuellement avec la Junior Entreprise de l'Ensimag (Nsigma) sur la conception de notre propre éco-calculateur dans le but d'être indépendants vis-à-vis de nos concurrents. Pour l'instant, il n'intégrera que des indicateurs d'empreinte carbone, mais nous aimerions l'élargir aux indicateurs de perte de la biodiversité et aux autres limites planétaires pour une totale cohérence avec le service de formations envisagé. C'est donc un travail complémentaire qui sera réalisé dans les prochains mois à partir de septembre. En parallèle, nous avons depuis plusieurs mois des pistes de développement de notre affichage environnemental comme la mise au point d'un indicateur prenant en compte le score nutritionnel dans la balance ou encore le fait de mettre des QR codes sur les tables des restaurants partenaires afin de diffuser une information plus complète. Ce travail sera aussi réalisé dans les prochains mois.

CONCLUSION

Nous voici donc arrivés au bout de ce mémoire. Pour rappel, notre problématique était : « Comment le Lean Startup permet-il de développer un service compétitif sur un marché en plein essor ? ». Nous sommes maintenant en mesure d'apporter des éléments de réponse.

1/ Le Lean Startup a déjà fait ses preuves dans de nombreuses situations, dans de nombreux secteurs. Comme nous l'avons vu, la restauration collective ne fait pas exception avec les exemples de Kikleo, Meal Canteen et bientôt FoodPrint.

2/ Oui, le Lean Startup permet de développer un service compétitif dans le sens où il permet de pleinement comprendre son besoin pour y apporter une réponse la plus adaptée possible. Une réponse pertinente est forcément solide face à la concurrence.

3/ La transition écologique de la restauration collective est un marché en plein essor. De nombreuses initiatives ont vu le jour ces dernières années et le Lean Startup ne fait pas exception dans les méthodes efficaces à employer pour arriver sur ce marché.

D'un point de vue personnel, je suis heureux d'avoir pu être formé sur le sujet et de l'expérimenter. J'en ressors avec beaucoup d'apprentissages et avec une envie de terminer le travail qui a été initié ces derniers mois. Je suis aussi profondément rassuré quant au fait que FoodPrint est un projet qui peut aller loin, duquel je vais pouvoir vivre et qui va trouver ses clients. Ces derniers mois ont été décisifs et je pense que la dynamique actuelle est la bonne pour continuer dans ce sens.

En guise d'ouverture, j'aimerais poser la question du besoin. En effet, dans certains cas, des entreprises disent répondre à un réel besoin et parfois ce besoin a juste été créé dans le but d'y répondre et de faire du profit dessus. C'est le cas par exemple de certains services proposés par des compagnies d'assurances. Comment peut-on alors justifier que le Lean Startup fasse toujours émerger un réel besoin sachant que tout besoin n'est pas initialement issu d'un vrai problème ?

TABLE DES ANNEXES

1. Guide d'entretien Lean Startup – 2 pages
2. Plaquette de présentation des formations FoodPrint – 8 pages
3. Questionnaire sphinx – 4 pages

Guide d'entretien Lean StartUp

Objectifs

- Déterminer les besoins de la restauration collective en matière de transition écologique
- Savoir quelles prestations seraient les plus susceptibles d'intéresser nos clients

Introduction

Merci de m'accorder ce temps. Je vous propose d'échanger sur une durée d'environ 30 minutes sur les problématiques liées à la transition écologique en restauration collective. L'objectif de cet entretien n'est pas commercial mais plutôt de comprendre votre situation, vos besoins potentiels et vos attentes. Est-ce que cela vous convient ?

Questions préliminaires

<i>Nom et statut de la structure</i>	
<i>Situation géographique</i>	
<i>Nom et prénom du ou de la représentant.e</i>	
<i>Fonction(s) au sein de la structure</i>	
<i>Nom du prestataire (si existant)</i>	

Questions ouvertes

Quels sont les engagements de votre restaurant en matière de transition écologique et qu'est-ce qui vous a poussé/motivé à les mettre en place ?

Quels sont les engagements que vous développez actuellement et/ou que vous allez mettre en place prochainement ?

Qui d'autre joue également un rôle dans la mise en place de cette démarche de transition écologique / Avec qui travaillez-vous sur ces sujets ? Quel rôle joue-t-il exactement

(responsabilité etc.), en bref, qui a le dernier mot sur les actions à mener / A qui vous rapportez-vous ?

Quels freins rencontrez-vous dans la mise en place de ces engagements ? (internes ou externes)

Comment y remédiez-vous aujourd'hui ? A quelles solutions avez-vous pensé ? Selon vous, quels moyens (financiers, humains, techniques) sont nécessaires pour mettre en place ces solutions selon vous ?

Que vous manque-t-il pour aller plus loin ? De quoi avez-vous besoin ?

Vous avez cité *liste des problèmes* : pourriez-vous les classer du plus important au moins important ? S'il n'y arrive pas : Quels sont les trois principaux défis aujourd'hui pour vous ?

Aujourd'hui, combien êtes-vous prêt à mettre sur la table / payer pour X type de solution qui répondrait à vos besoins /au problème exposé ?



2022

Formation

L'impact environnemental de la restauration : enjeux et leviers d'action

PAR WILLIAM ROQUIER ET ELISA JOURDE - FOODPRINT



Public cible

- Professionnels de la restauration collective (responsables, acheteurs, cuisiniers, agents etc.)
 - Convives (le cas échéant)
-

Objectifs

- Comprendre les enjeux de la transition écologique dans la restauration collective
 - Connaitre les leviers d'action envisageables pour limiter l'empreinte de son activité
 - Pouvoir sensibiliser les convives et les nouveaux membres de l'équipe à ces enjeux
-

Format

- Formation théorique et pratique (avec activités ludiques et pédagogiques)
- Sur une journée ou + (à voir selon les besoins)
- En présentiel (possibilité de l'animer en ligne si impossibilité de faire autrement)



Déroulé de la formation

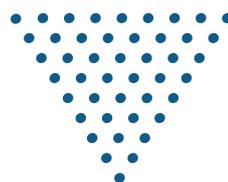
1. La théorie

Comprendre les grands enjeux des limites planétaires, de l'empreinte carbone de la restauration collective et les leviers d'action envisageables



2. En pratique

Présentation de notre méthodologie et du calculateur FoodPrint. Activités ludiques d'exemples d'exploitation des données (top/flop, classification selon l'urgence...)



3. Récap / En Conclusion

Activité ludique de récapitulatif des éléments abordés lors de la formation

PARTIE 1

La théorie

Comprendre les grands enjeux des limites planétaires, de l'empreinte carbone de la restauration collective et les leviers d'action envisageables

Mise en contexte et définitions

- Notion de limites planétaires
- Notion d'empreinte carbone
- Focus sur l'empreinte carbone de la restauration collective

Présentation des leviers d'action possibles

- Leviers d'action en cuisine
- Leviers d'action lors du service (gaspillage alimentaire etc)
- Leviers d'action lors des achats / approvisionnements
- Le rôle de la sensibilisation

En pratique

Présentation de notre méthodologie et du calculateur FoodPrint. Activités ludiques d'exemples d'exploitation des données (top/flop, classification selon l'urgence...)

Présentation de la méthodologie FoodPrint et du fonctionnement du calculateur

- Première prise en main de l'outil et prise de connaissance des principales tendances et des indicateurs clés.

Activité pratique pour faire le lien entre impact de la restauration et limites planétaires

- Classification des indicateurs selon l'urgence de la limite planétaire associée

Activité pratique pour faire le lien entre impact de la restauration et limites planétaires

- Classification des indicateurs selon l'urgence de la limite planétaire associée

Activité pratique d'exploitation des données, le "top/flop" des recettes

Conclusion

- Conclusion et récapitulatif des grandes définitions / notions / idées-clés évoquées tout au long de la formation
- Réponses aux questions qui n'auraient pas été posées en cours de formation

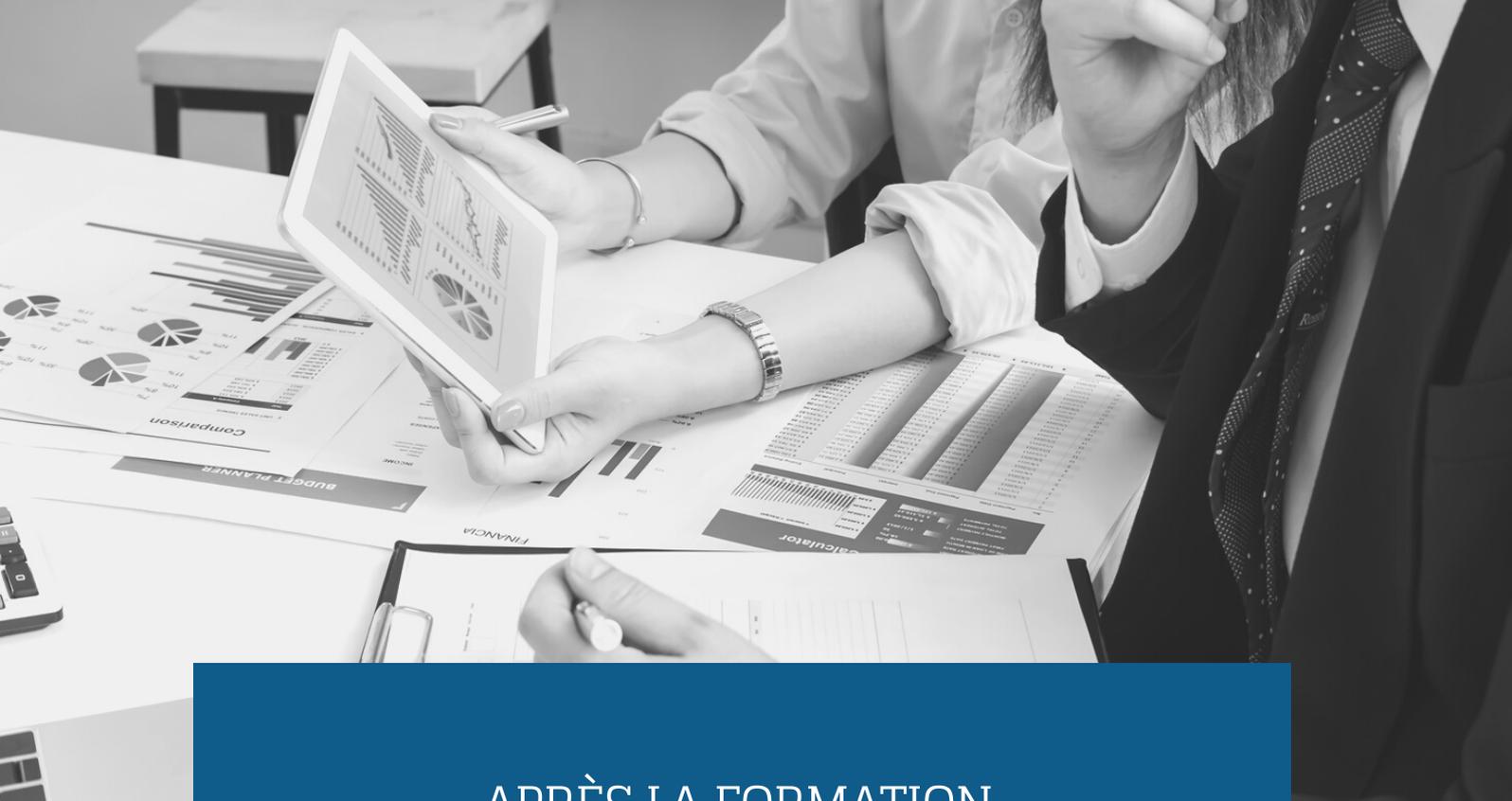
Activité de pédagogie inversée

- Jeu "la dernière réponse gagne" sur les leviers d'action, permettant de faire un récapitulatif des notions, concepts et outils vus dans la journée de manière conviviale

PARTIE 3

RÉCAP / EN CONCLUSION

Activité ludique de récapitulatif des éléments abordés lors de la formation



APRÈS LA FORMATION - DOCUMENTATION FOURNIE

- Une base de recettes pertinentes pouvant servir d'inspiration ou d'alternatives aux recettes couramment utilisées par le public cible
- Un récapitulatif des conseils et astuces du quotidien pouvant faire gagner du temps, de l'argent et limiter l'impact environnemental des produits proposés
- Tout autre document pouvant intéresser les personnes ayant suivi la formation (à définir sur place)

Tarif

1 000 € / jour travaillé

Le tarif peut également être discuté au forfait et comprend :

- Une analyse des besoins existants avec le client et une élaboration de la formation sur-mesure
- Les exigences / normes de qualité : la définition des exigences et des normes de qualité pour la formation dispensée
- La ou les journées de formation avec les supports adéquats (le cas échéant)
- L'envoi de la documentation en aval de la formation "pour approfondir"

Enquête sur les attentes en formation sur les enjeux environnementaux en milieu professionnel

Bonjour et merci de prendre 3 minutes de votre temps pour répondre à cette courte enquête anonyme !

Notre entreprise compte proposer des formations généralistes sur les enjeux environnementaux pour les professionnels de tous secteurs. Cette enquête a pour but de connaître vos attentes, vos besoins et vos retours sur le sujet. Certaines questions d'ordre personnel en début de questionnaire nous permettront de classer les réponses par groupes de profils similaires. Vous pourrez choisir d'y répondre ou de passer aux questions suivantes.

Partie 1 sur 2 : votre profil

Votre âge

18 à 25 ans

26 à 34 ans

35 à 50 ans

51 à 65 ans

65 ans ou +

Votre genre

Féminin

Masculin

Autre

Non renseigné

Votre catégorie socio-professionnelle

Votre secteur d'activité

Statut de votre structure

Privée

Publique

Autre statut

Autre statut :

Partie 2 sur 2 : questions

Avez-vous déjà bénéficié de formation(s) sur les enjeux environnementaux dans le cadre de votre travail ?

Oui

Non

En quoi consistaient ces formations ?

Aimeriez-vous être davantage formé-e sur les enjeux environnementaux dans le cadre de votre travail ?

Oui, absolument

Oui, mais ça n'est pas prioritaire pour moi

Non, pas du tout

Pour quelle(s) raison(s) ?

Manque de temps

Pas intéressé-e par le sujet

Déjà formé-e

Autres (préciser)

Autres (préciser) :

Qu'est-ce qui vous a empêché de suivre une telle formation auparavant ?

Veillez classer par ordre de préférence les sujets sur lesquels vous aimeriez être formé-e (le plus important en haut, le moins important en bas)

Réchauffement climatique



Biodiversité



Océans



Eau potable



Economie circulaire



Production et consommation d'énergie



Glissez-déposez vos réponses ici, et ordonnez-les

Y a-t-il d'autres sujets que vous souhaiteriez aborder en priorité ?

Quelle serait pour vous la bonne durée pour une formation ?

2h

1/2 journée

1 jour

2 jours

Autre (préciser)

Autre (préciser) :

Quel format vous conviendrait le mieux ?

Cours théorique et animation ludique

Cours théorique seul

Animation ludique seule

Conférence avec des intervenants reconnus

Autres (préciser)

Autres (préciser) :

Quelles sont les modalités d'accès à une formation dans votre structure ? (quotas horaires, budget par personne, ...)

Avez-vous d'autres remarques sur le sujet ?