



SIX PAYS PARTENAIRES EN EUROPE

'Food programme' prône l'équilibre au restaurant

Des conseils aux restaurateurs qui veulent proposer des plats équilibrés, des réponses aux demandes des consommateurs qui souhaitent manger mieux : c'est l'ambition d'Accor Services et de Ticket Restaurant avec ce programme européen 'Fighting Obesity through Offer and Demand'.

Manger équilibré dans le cadre du travail, pas si simple. D'abord parce qu'il y règne encore une grande méconnaissance de l'équilibre alimentaire souvent associé à l'idée de régime. Ensuite, même lorsqu'on a une approche avisée sur le sujet, sa mise en application est souvent impossible. Comment, dès lors, mettre l'offre et la demande au diapason, et sur les bonnes bases ? D'où ce projet européen : Food, l'équilibre au quotidien.

En 2005 et 2006, Accor Services, émetteur de Ticket Restaurant dans 40 pays, lance son action Alimentation & Équilibre. Symbole de l'opération : Gustino, un personnage rouge comme une tomate, souriant à souhait, qui s'installe sur les cartes, les menus, aux côtés des propositions entrant dans le cadre d'une alimentation "variée et équilibrée". Des suggestions, auxquelles participent tous types de restaurants. Aujourd'hui, Gustino est bien viva-

ce pour 1 500 restaurateurs français et il a été adapté dans 15 pays. Peut mieux faire en France, diront certains ? L'an dernier, Accor Services choisit de s'inscrire dans les "exigences du programme d'action communautaire 2008/2013 de la Commission européenne, dans le domaine de la santé et de la protection des consommateurs". Six pays tentent l'aventure (France, Belgique, Espagne, Italie, Suède et République tchèque). Voie retenue : "Déployer sur deux ans un programme de sensibilisation et d'accès à une alimentation équilibrée en agissant sur un canal souvent oublié mais essentiel, l'offre des restaurateurs et la demande des salariés."

Le programme Food ('Fighting Obesity through Offer and Demand') retient l'attention de l'Europe. Son champ d'action : l'environnement du travail. Depuis janvier, les équipes en charge ont inventorié les besoins et analysé les recommandations des experts. Étape suivante : la "sensibilisation et la communication auprès des publics

cibles", sous forme d'un camion itinérant, aux actions ludiques et accessibles au plus grand nombre, qui stationnait pour sa 1^{re} étape à Paris sur le parvis de la tour Montparnasse, puis à Bruxelles, Stockholm, Prague, Milan et Madrid. De plus, des recommandations nutritionnelles sont diffusées à grande échelle, notamment par Ticket Restaurant.

Un guide *Restaurateurs & Chef* accompagne le programme. Réalisé avec l'Institut Paul Bocuse, il permet d'allier, sans complexe, goût, plaisir, santé, bien-être et même 'économie'.