



**UNIVERSITÉ
DE LORRAINE**

POLITIQUE D'ACHATS TRAITEURS

**POLITIQUE ACHAT
ALIMENTATION
RESPONSABLE**

ÉDITO

L'Université de Lorraine affirme pleinement sa responsabilité sociétale et environnementale (RSE) et s'engage résolument dans la mise en œuvre d'actions structurantes pour répondre aux enjeux environnementaux, sociaux, de santé publique, économiques et de gouvernance qui traversent notre société.

Dans cette dynamique, et afin de réduire durablement son empreinte environnementale, l'université s'est fixé un objectif ambitieux : diminuer son impact carbone d'au moins 6 % par an. Les achats constituent un levier majeur pour atteindre cette trajectoire, puisqu'ils représentent près de la moitié des émissions de gaz à effet de serre de l'établissement.

Le segment des prestations traiteurs, qui représente en 2025 près d'un million d'euros HT de dépenses, occupe une place stratégique puisque **l'alimentation est un sujet au croisement d'enjeux multiples : changement climatique, mais aussi santé, environnement, bien-être animal...** Ces prestations traiteurs ne constituent pas l'alimentation quotidienne de ceux et celles qui en bénéficient. Elles peuvent donc tout à la fois favoriser les liens entre les convives et leur faire découvrir des pratiques alimentaires alternatives (mets végétariens par exemple).

Dans ce contexte, l'université a souhaité se doter d'une **politique d'achats traiteurs ambitieuse**, pleinement cohérente avec son Schéma de promotion des achats socialement et écologiquement responsables (SPASER) et respectueuse de la législation en vigueur, particulièrement en ce qui concerne la loi EGALIM.

A travers 18 actions concrètes, cette politique vise à :

- proposer une alimentation de qualité, locale et de saison, à plus faible impact environnemental ;
- mieux encadrer et maîtriser le recours aux prestations traiteurs ;
- lutter contre le gaspillage alimentaire et limiter les déchets ;
- communiquer et sensibiliser l'ensemble de la communauté universitaire à une alimentation plus durable.

Fruit d'un travail **transversal approfondi mené par un groupe de travail**, cette politique a été élaborée en associant étroitement les composantes de l'université, à travers une enquête dédiée, mais également la **consultation de huit expertes et experts** issus des domaines de l'agronomie, de la biodiversité, de la santé publique et de la nutrition. Cette approche pluridisciplinaire et pluri-acteurs a permis de dégager des propositions concrètes, tout en tenant compte des réalités du secteur économique et des usages existants.

Cette politique se base sur des règles communes, mais elle ne sera véritablement efficace que si nos pratiques de consommation évoluent. L'université en a pleinement conscience et entend accompagner cette transition de manière progressive, en lien avec les titulaires des marchés à travers un plan de progrès.

La réussite de cette politique d'achats repose donc sur l'engagement de nous tous et toutes au sein de nos composantes, de nos laboratoires et des directions de l'université. En faisant évoluer collectivement nos usages sur les prestations traiteurs, nous contribuerons à faire évoluer l'alimentation vers plus de durabilité, tout en maintenant les événements conviviaux qui nous réunissent.

Hélène Boulanger, présidente de l'Université de Lorraine
Guillain Mauviel, vice-président Transition écologique

SOMMAIRE

	UNE NOURRITURE DE QUALITÉ, LOCALE ET DE SAISON, À PLUS FAIBLE IMPACT ENVIRONNEMENTAL.....	6
	MOINS CONSOMMER / ENCADRER LE RECOURS AU MARCHÉ TRAITEUR	8
	LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ET LIMITER LES DÉCHETS	12
	COMMUNIQUER POUR SENSIBILISER SUR L'ALIMENTATION DURABLE	12

1 UNE NOURRITURE DE QUALITÉ, LOCALE ET DE SAISON, À PLUS FAIBLE IMPACT ENVIRONNEMENTAL

ACTION 1 RÉDUIRE LA CONSOMMATION DE VIANDE (PARTICULIÈREMENT LA VIANDE ROUGE) ET IMPOSER UNE VIANDE DE QUALITÉ ET DURABLE (EX : LABEL ROUGE OU ÉQUIVALENT)

OBLIGATION

Réduire la consommation de viande rouge permet de diminuer fortement notre impact CO₂ mais également de suivre les recommandations nationales concernant l'impact sur la santé humaine (diviser par deux notre consommation de viande rouge).

INDICATEURS

- Taux de plateaux repas, de buffets et de cocktails comportant de la viande rouge
- Émission de gaz à effet de serre (GES) des menus

VALEURS CIBLES

- Réduction de 50 % de la consommation de viande rouge
- Diminution des émissions de GES de 10%

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

ACTION 2 SUPPRIMER LA VIANDE, LA CHARCUTERIE ET LE POISSON EN ENTRÉE POUR TOUS LES PLATEAUX REPAS

OBLIGATION

Cette action vise à réduire la consommation de viande, dont l'élevage est particulièrement émetteur de CO₂.

INDICATEURS

- Présence effective d'une clause interdisant expressément la viande en entrée pour les plateaux repas
- Absence concrète des viandes concernées dans l'élaboration des entrées
- Émission GES des menus

VALEURS CIBLES

- Zéro entrée avec de la viande concernant les plateaux repas
- Diminution des émissions GES de 10 %

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

ACTION 3 SUPPRIMER LA CHARCUTERIE ET LE FOIE GRAS DES PRESTATIONS (BUFFETS, COCKTAILS, PLATEAUX REPAS) DANS UNE LOGIQUE DE SANTÉ HUMAINE ET DE BIEN-ÊTRE ANIMAL

OBLIGATION

Cette action ne vise pas la réduction de CO₂ à proprement parler, mais plutôt la santé publique. Réduire la consommation de charcuterie diminue les risques de cancers colorectaux, de maladies cardiovasculaires et d'hypertension, en raison de sa richesse en sel, graisses saturées et additifs (nitrites). En outre, elle poursuit également un objectif de bien-être animal (95 % des porcs sont élevés de manière industrielle, y compris la viande dotée du label Rouge). L'exclusion du foie gras est un sujet lié au bien-être animal compte tenu des conditions d'élevage associées à la production.

INDICATEURS

- Présence effective d'une clause interdisant expressément la charcuterie et le foie gras de toutes les prestations du marché
- Absence concrète de charcuterie et de foie gras dans l'élaboration des plateaux repas

VALEURS CIBLES

- Suppression effective de la charcuterie et du foie gras dans toutes les prestations

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

ACTION 4 PROPOSER DES PRODUITS DE QUALITÉ, DURABLES ET ISSUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

OBLIGATION

Il s'agit d'une action portée au niveau national à travers la circulaire « services publics écoresponsable ». Elle vise à proposer des produits plus respectueux de l'environnement et de la santé humaine. Les produits « de qualité et durables » sont ceux qui bénéficient d'un label (ex : label Rouge, Appellation d'origine protégée [AOP], Indication géographique protégée [IGP], Haute valeur environnementale [HVE], commerce équitable, mention « fermier » ou « produit de la ferme », etc.).

INDICATEURS

- Pourcentage de produits de qualité, durables et bio proposés au marché

VALEURS CIBLES

- 50 % de produits de qualité et durable, dont 20% de produits issus de l'agriculture biologique
- 100 % de viande et produits de la pêche durables et de qualité

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

- Logique de plan de progrès, augmentation du % au fil des années

ACTION 5

ENCOURAGER LES MENUS ET LES METS ÉLABORÉS AVEC DES PRODUITS DE SAISON

OBLIGATION

Consommer des produits de saison réduit considérablement l'impact écologique des aliments (chauffage des serres, transport longue distance). Les produits de saison favorisent également bien souvent une agriculture locale (action 6). Les cultures saisonnières respectent mieux les cycles naturels, préservant les sols et la biodiversité. Moins transformés et mieux adaptés au climat, ces produits nécessitent aussi moins d'emballages et de conservation.

INDICATEURS

- Part de produits de saison dans la composition des mets et menus proposés par les titulaires

ÉCHÉANCE

- Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs
- Logique de plan de progrès, augmentation du % au fil des années

VALEURS CIBLES

- 2026 : État des lieux
- +10% par an, à définir précisément avec les fournisseurs

ACTION 6

VALORISER LES PRODUITS LOCAUX PROPOSÉS PAR LES FOURNISSEURS

OBLIGATION

Consommer des produits locaux réduit les émissions de gaz à effet de serre liées au transport et soutient l'économie de proximité. Cela favorise la fraîcheur et la qualité des aliments, souvent cueillis à maturité. Enfin, cela encourage des pratiques agricoles plus durables et adaptées au territoire. À noter toutefois que la réglementation liée à la commande publique ne permet pas d'avantager de manière directe les producteurs locaux.

INDICATEURS

- % des ingrédients ou produits locaux utilisés
- Nombre de producteurs locaux impliqués

ÉCHÉANCE

- Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs
- Logique de plan de progrès, augmentation du % au fil des années

VALEURS CIBLES

- 2026 : État des lieux
- 2027 : +10 % par an, à définir précisément avec les fournisseurs

ACTION 7

PLATEAUX REPAS : PROPOSER UNE GAMME DE MENUS VÉGÉTARIENS AU MOINS AUSSI LARGE ET ÉLABORÉE QUE LA GAMME CARNÉE

OBLIGATION

En cohérence avec les attentes des personnels de l'Université de Lorraine, cette action vise à déployer des menus végétariens de meilleure qualité, plus travaillés et avec des produits diversifiés, tout en évitant les produits végétariens transformés. Elle vise également à sensibiliser les personnels à une alimentation plus durable et respectueuse de l'environnement. L'ambition est de démontrer qu'un menu végétarien n'est pas un « sous menu » de qualité réduite.

INDICATEURS

- Nombre de menus végétariens proposés par les titulaires comparés aux menus carnés
- Qualité et variété des menus végétariens

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

VALEURS CIBLES

- Les titulaires proposent systématiquement autant de menus végétariens que carnés lors de la commande, par exemple 2 choix de menus avec viande ou poisson et 2 choix de menus végétariens
- Les menus végétariens proposés sont élaborés

ACTION 8

AU MOINS LA MOITIÉ DES METS PROPOSÉS LORS DES BUFFETS ET COCKTAILS DOIVENT OBLIGATOIREMENT ÊTRE VÉGÉTARIENS

OBLIGATION

L'action vise à réduire l'impact environnemental en réduisant la part de produits carnés lors des buffets tout en promouvant une alimentation végétarienne variée. Certaines composantes ont déjà pris cette habitude en demandant soit des buffets exclusivement végétariens, soit une part significative de produits sans viande (par ex. : 30 %).

INDICATEURS

- Taux de mets végétariens proposés en buffet comparé aux mets carnés

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

VALEURS CIBLES

- Au moins la moitié des mets proposés lors des buffets sont végétariens

PROPOSER DU CAFÉ OBLIGATOIREMENT ISSU DU COMMERCE ÉQUITABLE

OBLIGATION

Cette action ne vise pas à particulièrement à réduire l'impact en CO₂ de la consommation de café. Le café issu du commerce équitable garantit une rémunération plus juste aux producteurs, favorisant des conditions de travail dignes. Il encourage des pratiques agricoles durables, respectueuses de l'environnement. Enfin, il soutient le développement des communautés locales par des projets sociaux et éducatifs.

✦ INDICATEURS

- Labels commerce équitable des cafés proposés par le titulaire

🎯 VALEURS CIBLES

- Tous les cafés proposés dans le cadre du marché sont issus du commerce équitable

📅 **ÉCHÉANCE** Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs



2

MOINS CONSOMMER / ENCADRER LE RECOURS AU MARCHÉ TRAITEUR

ACTION 10

LIMITER L'ALCOOL LORS DES PLATEAUX REPAS, COCKTAILS OU BUFFETS SERVIS DANS LES LOCAUX DE L'UNIVERSITÉ. MAXIMUM 1 BOUTEILLE D'ALCOOL POUR 10 CONVIVES

OBLIGATION

Cette action est définie dans un objectif de santé publique. D'après le code du travail, l'employeur a l'obligation d'assurer la sécurité et la santé de ses salariés. L'employeur a également l'interdiction de laisser entrer ou séjourner des personnes ivres sur le lieu de travail.

limiter l'alcool lors de ces évènements permet ainsi de limiter les comportements à risque et les incidents liés à la consommation d'alcool. Elle permet également de réaliser un gain économique.

INDICATEURS

- Montant d'alcool commandé sur le marché traiteur
- Nombre moyen de bouteilles commandées par convives

VALEURS CIBLES

- Taux de 1 bouteille pour 10 convives maximum

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

ACTION 11

PRIVILÉGIER LA TENUE DE BUFFETS SANS SERVICE EN DESSOUS DE 30 CONVIVES

PRIORITAIRE

Cette action vise à réduire le volume des dépenses des prestations. Les prestations de service lors des buffets peuvent représenter un montant non négligeable (en moyenne 15 % du montant de la prestation). Certaines composantes ont pris l'habitude de ne pas avoir recours au service en dessous d'un certain nombre de convives.

INDICATEURS

- Nombre de commandes sans service
- Montant annuel des lots buffets

VALEURS CIBLES

- Réduction du volume de dépenses

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

ACTION 12

FAVORISER LES RESTAURANTS UNIVERSITAIRES LORSQU'ILS SONT À PROXIMITÉ, EN LIEU ET PLACE DES PLATEAUX REPAS

PRIORITAIRE

Avoir recours aux restaurants universitaires permet de se restaurer à moindre frais (environ 55 % moins cher qu'un plateau repas sur marché). Certaines composantes disposent d'un CROUS à moins de 500 mètres et elles pourraient être encouragées à avoir davantage recours au CROUS.

INDICATEURS

- Volume d'achats de prestation de plateaux repas

VALEURS CIBLES

- Réduction du volume de dépenses des plateaux repas de 5 % par an

ÉCHÉANCE Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

BUFFET ET COCKTAIL : ADAPTER LES QUANTITÉS COMMANDÉES AU NOMBRE DE CONVIVES

OBLIGATION

Cette action vise à réduire le montant des dépenses en adaptant les quantités commandées au besoin réel des convives. Les fournisseurs eux-mêmes recommandent de réduire de 10 % le nombre de convives afin d'éviter le gaspillage.

◆ INDICATEURS

- Volume de dépenses lots buffets

🎯 VALEURS CIBLES

- Réduction du volume de dépenses de 10 % par an

📅 **ÉCHÉANCE** Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs



3

LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ET LIMITER LES DÉCHETS

ACTION 14

ENCOURAGER L'UTILISATION DE VAISSELLE DURABLE

OBLIGATION

Pour atteindre cet objectif, il est proposé :

- d'interdire la vaisselle jetable en plastique
- de permettre aux usagers de passer commande sans gobelets / verres, afin de limiter les déchets inutiles
- de privilégier la vaisselle réutilisable. À défaut, recourir à de la vaisselle jetable écoresponsable (biodégradable, compostable, etc.)

Recourir à de la vaisselle durable permet de réduire significativement la production de déchets plastiques à usage unique, ce qui diminue l'empreinte carbone des prestations.

La vaisselle jetable écoresponsable présente de nombreux avantages par rapport à la vaisselle jetable en plastique classique. Fabriquée à partir de matériaux renouvelables comme le bambou, le carton, la pulpe de canne ou encore l'amidon de maïs, elle est généralement biodégradable, compostable ou recyclable, ce qui limite considérablement son impact environnemental après usage.

INDICATEURS

- Type de vaisselle déployée lors des événements
- Taux d'utilisation de vaisselle réemployable, de prestation sans gobelets / verres et de prestation à vaisselle à usage unique écoresponsable

VALEURS CIBLES

- Absence totale de vaisselle jetable non écoresponsable (plastique)
- Augmentation progressive de la vaisselle réutilisable (plan de progrès)

ÉCHÉANCE

- Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs
- Logique de plan de progrès, augmentation du % au fil des années

ACTION 15

METTRE FIN AUX BOUTEILLES D'EAU PLASTIQUES ET OBLIGER LES CONTENANTS CONSIGNÉS (BOUTEILLES EN VERRE) POUR LES PLATEAUX REPAS ET LES BUFFETS / FAVORISER LORSQUE CELA EST POSSIBLE LE RECOURS AUX FONTAINES À EAU EN LIEU ET PLACE DES BOUTEILLES

OBLIGATION

Supprimer les bouteilles en plastique réduit les déchets et la pollution liée aux emballages jetables. Le recours aux bouteilles en verre consignées favorise la réutilisation et diminue l'empreinte carbone. Les fontaines à eau offrent une alternative encore plus écologique en supprimant les contenants.

INDICATEURS

- Type de contenants déployé

VALEURS CIBLES

- Absence totale de bouteille en plastique

ÉCHÉANCE

Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

ACTION 16

VEILLER AU RESPECT DU TRI DES DÉCHETS ALIMENTAIRES ET NON ALIMENTAIRES, ET VALORISER LES ALIMENTS NON CONSOMMÉS LORSQUE CELA EST POSSIBLE (DON, COMPOSTAGE, ETC.)

OBLIGATION

Le tri des déchets permet de réduire les volumes incinérés ou enfouis, tout en facilitant leur recyclage ou valorisation. Donner ou composter les aliments non consommés limite le gaspillage et optimise l'usage des ressources mobilisées pour leur production. Il s'agit d'une mesure à destination des titulaires mais également des composantes.

INDICATEURS

- Dispositifs anti gaspillage déployés
- Composteurs déployés sur les sites de l'Université de Lorraine

VALEURS CIBLES

- Réduction du gaspillage alimentaire
- Les titulaires disposent de circuits permettant de valoriser les denrées non consommées

ÉCHÉANCE

Janvier 2026, dès le lancement du nouveau marché traiteurs

4

COMMUNIQUER POUR SENSIBILISER SUR L'ALIMENTATION DURABLE

ACTION 17

APPORTER DES INFORMATIONS TRANSPARENTES SUR LES PRODUITS PROPOSÉS (PROVENANCE, LABELS, ALLERGÈNES)

OBLIGATION

Gagner en transparence sur ce que les agentes et agents consomment dans le cadre des prestations traiteurs permet également de mettre en avant les bienfaits de la politique alimentation, en insistant sur la provenance des produits, leur label, etc.

INDICATEURS

- Présence effective d'informations lors des repas

VALEURS CIBLES

- 100% des repas comportent des informations transparentes

ÉCHÉANCE Tout au long de l'exécution du marché

ACTION 18

COMMUNIQUER ET S'OUTILLER POUR PROMOUVOIR UNE ALIMENTATION PLUS DURABLE

OBLIGATION

L'action vise à déployer un panel d'actions diverses et variées pour informer et sensibiliser la communauté à l'alimentation durable (équivalent Planet'Score, articles d'informations dédiées, challenge Mois sans viande, etc.).

INDICATEURS

- Actions de sensibilisation, communication, formation déployées
- Nombre de personnes sensibilisées
- Taux de satisfaction des composantes

VALEURS CIBLES

- Croissance du nombre des agentes et agents de l'Université de Lorraine sensibilisés

ÉCHÉANCE Tout au long de l'exécution du marché



