

Restauration à l'UNIL

Offre et besoins en matière de restauration sur le campus de l'UNIL

Rapport final

Maud Reveilhac, collaboratrice scientifique, FORS
Boris Wernli, Chef de l'unité Enquêtes, FORS

Lausanne, janvier 2019

Table des matières

1	Résumé	2
1.1	Un taux de réponse de 30.7%	2
1.2	Des utilisateurs en majorité satisfaits, avec quelques points à améliorer	2
1.3	Des habitudes variant d'un jour à l'autre et une forte sollicitation des cafétérias	3
1.4	Des utilisateurs soucieux de leur budget et du contenu de leur assiette	4
1.5	Satisfaction en hausse, pique-nique plus fréquent et plus d'attention portée au contenu de l'assiette	5
2	Descriptif de l'enquête	6
2.1	Introduction	6
2.2	Population concernée et taux de réponse	6
2.3	Profil des répondants	7
2.4	Structure et durée de l'enquête	9
2.5	Interprétation des résultats : intervalles de confiance et marges d'erreur	10
3	Résultats	12
3.2	Utilisation des points micro-ondes	15
3.3	Les cafétérias utilisées le plus fréquemment	16
3.4	Satisfaction de l'offre des cafétérias du campus	17
3.5	Les raisons d'insatisfaction quant à l'offre des cafétérias	19
3.6	Évaluation de l'offre à l'UNIL par rapport à d'autres cafétérias	21
3.7	Les raisons de la non-utilisation des cafétérias du campus	22
3.8	Points forts et faibles des cafétérias, propositions d'amélioration	24
3.9	Restauration et budget	27
3.10	Spécificités alimentaires	28
4	Un regard comparatif	30
4.1	Relative stabilité dans les habitudes de consommation	30
4.2	Stabilité dans les lieux de consommation	31
4.3	Légère augmentation de la satisfaction	31
4.4	Plus d'attention aux spécificités alimentaires	34
5	Questionnaire	36

1 Résumé

1.1 Un taux de réponse de 30.7%

FORS a été mandaté par la Commission de l'Alimentation (unil.ch/restos), avec le soutien de la Direction de l'UNIL, pour mener en 2018 une enquête destinée à évaluer l'offre et les besoins en matière de restauration sur le campus de l'UNIL. Une enquête similaire avait déjà été menée par FORS en 2013 et 2016 dans le but d'établir à terme un monitoring régulier de la situation, avec un design d'enquête permettant la comparaison temporelle. L'enquête a cette fois eu lieu durant le semestre d'automne.

Le questionnaire, comprenant 79 questions, reprend une grande partie des indicateurs utilisés en 2013 et 2016, afin d'assurer la meilleure comparabilité possible. Il a été adressé le lundi 5 novembre 2018 par courrier électronique aux membres de la communauté universitaire (étudiants, enseignants, personnel administratif et technique, employés des organisations hébergées sur le campus) susceptibles d'utiliser les restaurants et les cafétérias du campus de Dorigny. Avec l'envoi principal et 2 rappels (13 et 22 novembre), 5306 questionnaires ont été intégralement complétés en l'espace de 3 semaines, ce qui constitue un bon taux de réponse (30.7%), et une base fiable pour une telle évaluation. Ce taux de réponse est légèrement inférieur à ceux obtenus lors des deux dernières éditions de l'enquête. Les années précédentes, le taux de réponse pour les questionnaires intégralement complétés s'élevait à 32.4% en 2016 et à 39.0% en 2013.

1.2 Des utilisateurs en majorité satisfaits, avec quelques points à améliorer

De manière générale, le niveau de satisfaction des utilisateurs des cafétérias, mesuré sur une échelle allant de 0 (« pas du tout satisfait ») à 10 (« tout à fait satisfait »), est généralement assez bon, avec une moyenne dépassant le point neutre (5) pour la plupart des critères considérés et une proportion de personnes satisfaites (6 à 10 sur l'échelle) supérieure à 50% pour la plupart, et proche voire dépassant 60-70% pour certaines dimensions.

Ainsi l'aspect des produits (7.2), leur goût (7.1), la quantité dans les assiettes ou portions (6.9), l'équilibre diététique et la diversité de l'offre (6.6), la saisonnalité (6.6), ainsi que la diversité de l'offre (6.6) sont le plus souvent évalués positivement. Viennent ensuite un cran en dessous le renouvellement ou la rotation de l'offre (6.2), l'offre pour les spécificités alimentaires (6.5) et le prix des repas et produits (6.4).

Certains aspects sont plus controversés ; l'information sur la provenance et sur le contenu spécifique des produits est légèrement moins appréciée (6.0 de moyenne, 29% d'insatisfaits) avec toutefois des effectifs moins importants, signe qu'une partie des répondants se sont sentis moins concernés.

D'autres questions ont été posées, relatives à la satisfaction quant à l'infrastructure des cafétérias, commerces et du restaurant universitaire, toujours sur la même échelle.

Les résultats sont généralement bons concernant l'amabilité et la disponibilité du personnel (7.9), la propreté du local (7.5), le temps d'attente au retour des plateaux (7.0), et aux caisses (6.8). La situation est évaluée moins positivement pour le temps d'attente aux stands ou plats (6.1), la tranquillité du local (5.1 et 38% d'insatisfaits) et les places disponibles (5.1, 40% d'insatisfaits).

Parmi les points forts cités spontanément, 28% des répondants à ces questions évoquent la diversité ou la variété de l'offre, 15% se satisfont du prix des repas et produits, et 11% louent l'amabilité et la disponibilité du personnel. Les autres aspects viennent avec moins de 10% de citations.

Parmi les points faibles, viennent en premier lieu le prix (15%), le manque de places et d'espace disponibles (11%), puis la diversité ou la variété de l'offre (10%). Les autres aspects viennent ensuite avec moins de 10% de citations.

Une question supplémentaire, destinée à évaluer comparativement les prestations des cafétérias et du restaurant de l'UNIL par rapport à d'autres cafétérias scolaires, universitaires ou d'entreprises fréquentées actuellement ou dans le passé, donne une évaluation plutôt flatteuse, avec 65% de répondants estimant que la situation est meilleure sur le campus de Dorigny qu'ailleurs, contre seulement 19% qu'elle est moins bonne.

1.3 Des habitudes variant d'un jour à l'autre et une forte sollicitation des cafétérias

L'étude montre tout d'abord que les repas achetés dans les cafétérias, restaurant et commerces de l'UNIL et consommés sur place constituent globalement le cas le plus fréquent : 3 fois et plus par semaine pour 34% des répondants. A l'autre extrême, 29% des répondants le font moins d'une fois par semaine ou jamais.

Ceci dit, on ne peut pas parler d'une absence d'alternative aux repas achetés et consommés à la cafétéria ou au restaurant. 34% des répondants achètent au moins une fois par semaine leur repas à la cafétéria ou dans les commerces de l'UNIL et le consomment dans un autre lieu. 44% d'entre eux apportent leur pique-nique et le mangent à la cafétéria au moins une fois par semaine. 40% apportent leur pique-nique et le mangent dans un autre lieu à l'UNIL à la même fréquence, de même que 38% qui prennent leur repas ailleurs au moins hebdomadairement.

De même, rares sont les personnes prenant tous ou presque tous leurs repas de midi à la cafétéria (18% entre 4 et 5 fois par semaine). Nous avons donc plutôt affaire à des infrastructures de restauration sur le campus qui constituent un acteur dominant (seuls 10% s'y rendent moins d'une fois par semaine que ce soit pour y manger ou acheter leur repas), mais qui ne sont pas toujours le lieu d'achat des repas, ni leur lieu de

consommation, et sont largement complétées par les pique-niques sur le campus et autres repas pris en dehors de l'UNIL.

Dans cette perspective, les points micro-ondes se révèlent très utiles, avec 62% des personnes apportant leur pique-nique qui déclarent les employer régulièrement (50% trois fois par semaine ou plus pour leurs utilisateurs réguliers).

Les repas hors cafétéria sont pris dans différentes configurations. Le local de l'institut, du groupe ou du service arrive en tête pour les repas achetés à la cafétéria et consommés ailleurs (30%), mais aussi pour les pique-niques (29%). Les bureaux sont aussi largement utilisés, tant dans le premier cas (19%) que pour les pique-niques (13%), ainsi que les couloirs et halls (respectivement 17% et 20%) et les salles de cours (15% et 14%). Concernant les repas pris hors campus, le domicile des répondants vient largement en tête (63%), suivi de l'EPFL (15%) et dans un autre lieu (10%).

1.4 Des utilisateurs soucieux de leur budget et du contenu de leur assiette

Le budget moyen dépensé chaque jour de présence sur le campus par les répondants s'élève à 2.70 Frs pour les boissons, à 8.50 Frs pour les repas et à 2.00 Frs pour les autres produits. L'écart-type est assez élevé, avec des minimums et des maximums qui peuvent varier fortement selon le statut des personnes concernées. En outre, à la question de savoir si les répondants seraient disposés à payer davantage pour un type de service particulier, l'enquête révèle qu'environ 40-50% des répondants seraient disposés à payer au moins 2.00 Frs de plus pour un repas plus écologique, tel que des ingrédients issus de l'agriculture biologique, de la viande suisse, du poisson venant d'Europe, des légumes de saison ou l'absence de produits manufacturés ou transformés. En revanche, 20-30% des répondants ne sont pas prêts à déboursier un centime de plus.

L'enquête montre que si 53% des personnes interrogées n'indiquent aucune spécificité alimentaire, nombre d'entre elles (47%) suivent une sorte de régime, que ce soit par choix ou par obligation.

Ainsi, 19% des répondants se disent flexitariens, et mangent occasionnellement viande et poisson, 11% font attention à la graisse, 9% sont intolérants au lactose, 8% sont végétariens (qui ne mangent ni viande, ni poisson, ni fruits de mer), 7% ne mangent pas de viande de porc, auxquels s'ajoutent 5% intolérants au gluten, 5% mangent sans sucre, 4% de pescétariens ou pesco-végétariens (qui mangent poisson et fruits de mer, mais pas de viande), 4% sont végétaliens purs et ne mangent aucun produit d'origine animale et 2% mangent sans sel.

1.5 Satisfaction en hausse, pique-nique plus fréquent et plus d'attention portée au contenu de l'assiette

La comparaison des résultats de l'enquête de 2018 à celles de 2016 et 2013 permet de mettre en évidence une grande stabilité, mais aussi quelques tendances évolutives de fond.

On relève tout d'abord une augmentation générale de la satisfaction des prestations des cafétérias entre les enquêtes. L'ampleur de cette augmentation est variable, avec un accroissement très net (6.0 en 2018, contre 5.1 en 2016 et 3.7 en 2013) de la satisfaction sur les informations relatives au contenu des repas/produits, mais aussi de l'offre pour les spécificités alimentaires (6.5, contre 6.0 et 5.1), de l'information sur la provenance des produits (6.0, contre 5.4 et 4.7), du goût des produits (7.1, contre 6.7 et 6.0) et du renouvellement/rotation de l'offre (6.2 contre, 5.8 et 5.3). Les autres aspects connaissent une plus grande stabilité, avec généralement une petite augmentation. L'exception regarde les prix, dont la satisfaction est en légère hausse (6.4, contre 5.8 et 6.0). On doit toutefois être prudent dans l'évaluation de ces variations

De plus, si une amélioration a été constatée sur les aspects les moins satisfaisants en 2016 et 2013, le niveau de satisfaction est resté stable entre 2016 et 2018. Seule la satisfaction quant à l'amabilité et à la disponibilité du personnel s'est encore nettement améliorée entre 2016 (7.5) et 2018 (7.9).

Les habitudes de consommation (lieu et provenance des repas) restent plutôt stables. On note toutefois une légère augmentation de la proportion de personnes apportant leur pique-nique et le consommant dans une des cafétérias de l'UNIL (45% au moins une fois par semaine en 2018, contre 41% en 2016 et 35% en 2013) ou ailleurs sur le campus (40% en 2018, contre 35% en 2016 et 29% en 2013). Il en va de même pour les personnes apportant leur pique-nique trois fois par semaine et plus, que ce soit dans une des cafétérias de l'UNIL (18% en 2018, contre 17% en 2016 et 12% en 2013) ou dans un autre lieu (14% en 2018, contre 12% en 2016 et 9% en 2013).

Concernant les spécificités alimentaires, on observe une diminution de la proportion de membres de la communauté UNIL mangeant de tout sans restrictions (53% en 2018, contre 57% en 2016 et 69% en 2013). Aucune des catégories de spécificité alimentaire ne connaît de bond spectaculaire, ce qui est attendu dans un laps de temps aussi court, mais l'on peut constater que la proportion de flexitariens, qui mangent occasionnellement viande et poisson, augmente de 8 points entre 2018 et 2013 (19% contre, contre 15% et 11%). Les autres variations sont trop insignifiantes pour être considérées. Au final, la proportion de personnes observant une sorte de régime alimentaire augmente nettement, passant de 31% et 43% à 47% de la communauté UNIL, montrant une attention généralement plus grande portée au choix des produits retenus dans l'alimentation.

2 Descriptif de l'enquête

2.1 Introduction

Le questionnaire utilisé pour cette enquête a été conçu par FORS en collaboration avec la commission de l'Alimentation de l'UNIL. Il reprend une grande partie des indicateurs utilisés en 2016 et 2013, afin d'assurer la meilleure comparabilité possible.

Programmé sur le logiciel Qualtrics en français et en anglais, il a été placé en ligne, avec un lien envoyé par courrier électronique à ses destinataires le lundi 5 novembre 2018. Outre l'envoi principal, deux rappels ont été adressés (13 et 22 novembre), toujours par courrier électronique, aux personnes n'ayant pas encore participé à l'enquête jusqu'ici, ceci afin d'atteindre le taux de réponse le plus élevé possible. L'enquête s'est achevée le 4 décembre.

2.2 Population concernée et taux de réponse

Le questionnaire a été adressé par courrier électronique aux 17'358 (dont 3 personnes ajoutées sur demande)¹ membres de la communauté universitaire (étudiants, enseignants, personnel administratif et technique, employés des organisations hébergées sur le campus) susceptibles d'utiliser les restaurants et les cafétérias du campus de Dorigny et disposant d'une adresse électronique. Leurs coordonnées nous ont été fournies par le Centre Informatique, après élimination des doublons (cas disposant d'adresses électroniques multiples). Outre les coordonnées des personnes à interroger, nous ont été délivrées pour l'ensemble d'entre elles quelques informations de base, comme le sexe, l'année de naissance et la fonction, permettant de dresser un profil des répondants.

De ces 17'358 personnes, 60 n'entraient pas dans la population cible, le plus souvent parce qu'en congé de longue durée, ou que l'adresse électronique n'était plus en service. Sur les 17'298 personnes restantes, 6258 ont partiellement rempli le questionnaire, dont 5305 ont valablement complété l'enquête, en parcourant l'ensemble du questionnaire. Ceci nous donne un taux de réponse de 36.2% en prenant en compte l'ensemble des questionnaires et de 30.7% si nous ne considérons que les questionnaires intégralement retournés, qui font l'objet de l'analyse du présent rapport.

Bien qu'inférieur à celui obtenu lors des éditions de l'enquête de 2016 (32.4%) et 2013 (39.0%), ce taux peut être considéré comme bon pour une enquête en ligne, auprès d'une population fréquemment sollicitée. La différence peut s'expliquer de différentes

¹ Le fichier fourni par le Centre Informatique de l'UNIL comprenait 19'705 adresses, dont ont été éliminées les personnes non susceptibles d'utiliser les restaurants et cafétérias du campus de Dorigny, pour la plupart des étudiants en médecine dès la 2^{ème} année et le personnel non domicilié sur le site de Dorigny (CHUV principalement), ainsi que quelques rares cas ne disposant pas d'adresse électronique. En comparaison avec les enquêtes précédentes, ont été ajoutées les personnes issues de la Maîtrise universitaire ès Sciences en pratique infirmière spécialisée.

manières, notamment un climat d'enquête qui devient moins favorable en raison des sollicitations de plus en plus nombreuses pour de tels sondages.

On note encore que la stratégie consistant à envoyer deux rappels après l'invitation principale a été payante, cette dernière n'ayant permis de collecter que le 49.3% (2615) de l'ensemble des questionnaires valablement complétés, auxquels s'ajoutent les 31.6% (1677) supplémentaires dus au premier rappel et les 19.1% (1013) imputables au second.

Table 1 – Comparatif des enquêtes sur la restauration à l'UNIL

	Taille d'échantillon valable	Taux de réponse (%)	Taux de réponse avec questionnaires intégralement complétés (%)	Proportion de réponse après invitation (%)	Proportion de réponse après 1 ^{er} rappel (%)	Proportion de réponse après 2 ^{ème} rappel (%)
2018	17'358	36.2	30.7	49.3	31.6	19.1
2016	15'899	34.8	32.4	45.5	30.6	23.9
2013	15'229	41.1	39.0	53.0	30.8	16.2

2.3 Profil des répondants

Le fait de disposer d'informations de base sur l'ensemble des personnes sollicitées et de pouvoir reconnaître les répondants à l'aide d'un identificateur unique nous permet de dresser un portrait succinct de ces derniers, en donnant l'effectif des participants et les taux de réponse (questionnaires valablement complétés) pour différents sous-groupes. Est aussi indiqué en dernière colonne le pourcentage du total des répondants de chaque sous-groupe.

Les chiffres de la table 2, portant sur les questionnaires valablement complétés et parcourus dans leur intégralité, les autres comportant généralement très peu d'informations, attestent que certains écarts dans la participation sont notés au niveau du genre, de l'âge, et du statut.

Table 2 – Taux de participation à l'enquête, effectifs et pourcentages en colonne des participants pour différents sous-groupes (questionnaires intégralement complétés)

catégories	Echantillon	taux de participation	nombre de participants	% en colonne pour chaque catégorie
total	17353	31%	5305	100%
femmes	9222	35%	3230	61%
hommes	8131	26%	2075	39%
			5305	100%
24 ans et moins	9163	32%	2945	56%
25-34 ans	4826	27%	1316	25%
35-44 ans	1754	29%	514	10%
45-54 ans	1012	34%	342	6%
55 et plus	598	31%	185	3%
			5302*	100%
étudiants	12374	29%	3598	68%
étudiants doctorants	1778	26%	463	9%
invités (organisations hébergées: FORS, etc.)	789	30%	240	4%
personnel	2412	42%	1001	19%
			5302*	100%

* : il manque des informations de base pour les trois personnes ajoutées manuellement

Les femmes ont plus souvent participé à l'enquête que les hommes (35% contre 26%), de même que les personnes âgées entre 45 et 54 ans (34%). Au niveau du statut des personnes interrogées, le personnel de l'Université enregistre un taux de participation de 42%, contre 29% pour les étudiants et 26% pour les étudiants doctorants.

Parmi les étudiants, on enregistre des petites différences, avec une participation plus élevée en Lettres (43%), et moindre pour les HEC (25%). Il en va de même pour le personnel de l'UNIL, avec une participation très élevée parmi le personnel des secrétariats (73% pour les secrétaires d'unité et 66% pour celles de direction) et moindre parmi le personnel enseignant (39% pour les professeurs ordinaires par exemple).

L'information disponible pour tous ne permet pas une analyse plus fine de la participation. Nous retiendrons de la table 2 que les femmes, le personnel de l'UNIL et les personnes entre 45 et 54 ans montrent une participation un peu plus forte à l'enquête. Afin d'éviter que ces différences ne biaisent la perception globale que l'on puisse tirer de l'enquête, les différents indicateurs retenus dans le questionnaire ont été systématiquement calculés pour chaque sous-groupe d'utilisateurs, et présentés dans le rapport quand les écarts entre sous-groupes étaient élevés.

2.4 Structure et durée de l'enquête

Au niveau du contenu, le questionnaire est constitué de plusieurs parties, reprises du questionnaire des enquêtes 2013 et 2016, et utilisées pour structurer le présent rapport. Après une série de questions portant sur les habitudes de restauration (fréquentation des cafétérias, lieux d'achat et de consommation des repas), une seconde partie est consacrée à l'évaluation de l'offre et de l'infrastructure des cafétérias de l'UNIL sur différentes dimensions. Les personnes n'utilisant pas les possibilités de restauration offertes sur le campus de Dorigny ont été interrogées sur les raisons de ce choix.

Quand des évaluations négatives étaient données, il était possible de détailler les points problématiques quant à certains aspects (goût et prix des produits, offre pour spécificités alimentaires, équilibre diététique).

Ont aussi été abordés l'utilisation des points micro-ondes, l'évaluation comparative des cafétérias de l'UNIL par rapport à d'autres fréquentées actuellement ou dans le passé, de même que les spécificités alimentaires (régime, allergies, etc.) des personnes fréquentant le campus. Comme en 2013 et 2016, une partie sociodémographique destinée à fournir un portrait des personnes interrogées conclut l'enquête.

De nouvelles questions ont été introduites portant sur le budget quotidien dépensé sur le campus pour les repas et les boissons et quant à la volonté de payer davantage pour un repas conçu de manière à être plus respectueux de l'environnement. En outre, plusieurs champs textuels ont été inclus, afin de récolter les appréciations quant aux points forts et faibles des cafétérias du campus, mais aussi des propositions d'amélioration.

Le questionnaire en ligne a été programmé en français et en anglais, avec la possibilité de passer d'une langue à l'autre durant l'interview, ceci afin de faciliter la tâche des enseignants et étudiants, dont une partie est internationale. On note que, parmi les questionnaires intégralement parcourus, 12% des répondants (656 cas) ont choisi l'anglais, ce qui n'est pas négligeable.

En tout, le questionnaire comportait 79 questions ou groupes de questions, avec une durée moyenne de 9.2 minutes² pour ceux valablement complétés, c'est-à-dire

² Certains questionnaires ayant été entamés et finis plusieurs heures, voire jours après avoir été initiés, une durée arbitraire de 40 minutes maximum, objectivement très supérieure au temps nécessaire pour remplir l'enquête, a été fixée afin de calculer une moyenne.

parcourus du début jusqu'à la fin. Cette indication est toutefois relative, nombre de questionnaires ayant été complétés de manière succincte et rapide, tandis que d'autres ont visiblement été remplis avec le plus grand soin et nombre de commentaires textuels, ce qu'atteste l'écart-type élevé de 5.4 minutes. La médiane, moins sensible aux observations extrêmes, s'établit à 7.8 minutes. Si l'on compare ces chiffres à ceux de 2013 et 2016, on note une stabilité de la durée d'enquête (respectivement moyenne de 8.4 et médiane de 6.9 en 2013 et moyenne de 10.5 et médiane de 8.9 en 2016).

L'hétérogénéité dans la manière de répondre à l'enquête est assez symptomatique des enquêtes menées en ligne, où le répondant clique à son rythme pour répondre aux questions lui semblant pertinentes, avec une tendance à faire abstraction de celles qui le concernent moins ou l'intéressent peu. Ce phénomène affecte peu les interviews effectuées en face à face ou par téléphone, par un enquêteur qui dicte son rythme. Il n'y a pas de parade simple à cet état de fait, une obligation de passer par chaque question pour avancer dans le questionnaire en ligne étant contre-productive car incitant nombre de répondants à abandonner rapidement l'enquête. Il faut par contre en tenir compte dans l'interprétation des résultats, en ne retenant que les réponses valables aux questions posées et en les considérant de manière prudente. C'est la stratégie qui est suivie dans notre analyse, en ne retenant que les questionnaires parcourus du début jusqu'à la fin et envoyés, la très grande majorité des autres ayant été ouverts et non complétés ou alors de manière très partielle.

2.5 Interprétation des résultats : intervalles de confiance et marges d'erreur

L'enquête sur l'offre et les besoins en matière de restauration à l'UNIL a été adressée à l'ensemble des personnes susceptibles d'utiliser les infrastructures à disposition. Toutefois, seulement une partie d'entre elles (31%) ont répondu de manière intégrale. Nous nous trouvons donc à mi-chemin entre une population entière et un échantillon de celle-ci ; en fait, nous disposons d'un très grand échantillon des utilisateurs potentiels, dont la représentativité est difficile à évaluer, à part sur des critères objectifs et connus pour l'ensemble des personnes contactées. Pour le reste, difficile de savoir si l'échantillon surreprésente les personnes plutôt satisfaites des cafétérias ou au contraire si elle a tendance à canaliser les mécontentements.

Les analyses relatives à la participation laissent entendre plutôt que les répondants à l'enquête appartiennent à des groupes légèrement plus critiques que les autres, comme l'ont montré les analyses détaillées. En ajoutant qu'ils sont aussi en général plus sensibilisés au sujet de l'enquête et intéressés par le thème puisque prêts à y consacrer un peu moins d'une dizaine de minutes, on conclura que nous avons affaire à un sous-groupe d'utilisateurs potentiels attentifs à la qualité de l'offre et des infrastructures en matière de restauration, et dont l'avis peut être considéré comme particulièrement intéressant pour une telle évaluation. Pour l'interprétation des résultats, en effectuant le calcul avec correction pour une population finie (moins de 20 fois la taille de l'échantillon), nous aboutissons à une marge d'erreur des résultats très basse (pour une

proportion, au maximum $\pm 1\%$ avec un seuil de confiance de 95% pour l'ensemble de l'échantillon), étant donné le nombre important de personnes interrogées. Il en va de même pour l'intervalle de confiance autour de la moyenne calculée sur les échelles de satisfaction allant de 0 à 10, où l'oscillation est de l'ordre de ± 0.1 pour l'ensemble de l'échantillon.

De ce fait, et dans l'optique d'alléger la présentation des résultats, nous ne donnons pas les intervalles de confiance pour chaque résultat dans le reste du rapport. Nous indiquons par contre quand les différences sont significatives statistiquement ou non entre les sous-groupes, tout en nous focalisant sur les écarts les plus importants. De manière générale, les proportions sont arrondies au % dans le rapport, tandis que les moyennes sur les échelles de satisfaction sont données avec une décimale, une telle précision étant largement suffisante.

Notons encore que nous ne donnons pas ici le détail des résultats de l'évaluation pour chaque cafétéria, le but de l'enquête n'étant pas d'établir un hit-parade de la satisfaction en stigmatisant un établissement ou l'autre. Les éventuels points problématiques seront discutés entre la Direction de l'UNIL et les responsables des cafétérias, afin de trouver des solutions adaptées.

3 Résultats

3.1 Lieu et provenance des repas

La table 3, portant sur les questionnaires remplis intégralement, présente la distribution³ des différentes possibilités de prendre son repas à midi.

Elle montre que les repas achetés dans les cafétérias, restaurant et commerces de l'UNIL et consommés sur place constituent globalement le cas le plus fréquent : 3 fois et plus par semaine pour 34% des répondants. 29% des répondants le font moins d'une fois par semaine ou jamais.

Les autres modes de se restaurer sont moins fréquents, avec une proportion variant entre 56% et 66% des répondants y faisant recours moins d'une fois par semaine, voire jamais.

Ceci dit, même s'ils sont moins fréquents, on ne peut pas parler d'une absence d'alternative aux repas achetés et consommés dans une des cafétérias ou au restaurant. 34% des répondants achètent au moins une fois par semaine leur repas dans une des cafétérias ou dans les commerces de l'UNIL et le consomment dans un autre lieu. 44% d'entre eux apportent leur pique-nique et le mangent dans une des cafétérias au moins une fois par semaine. 40% apportent leur pique-nique et le mangent dans un autre lieu à l'UNIL à la même fréquence, de même que 38% qui prennent leur repas ailleurs au moins hebdomadairement.

Finalement, rares sont les personnes prenant tous ou presque tous leurs repas de midi dans une des cafétérias (18% entre 4 et 5 fois par semaine). Nous avons donc plutôt affaire à des infrastructures de restauration sur le campus qui constituent un acteur dominant (seuls 10% s'y rendent moins d'une fois par semaine que ce soit pour y manger ou acheter leur repas), mais qui ne sont pas toujours le lieu d'achat des repas, ni leur lieu de consommation, et sont largement complétées par les pique-niques sur le campus et autres repas pris en dehors de l'UNIL.

³ Les réponses sont globalement cohérentes entre elles, avec un contrôle qui révèle que 90% des répondants indiquent au maximum 7 repas de midi par semaine, certaines personnes se rendant à l'UNIL tous les jours. Le reste semble avoir cumulé un nombre trop important de repas de midi par semaine, mais généralement dans une mesure limitée. Dans l'impossibilité de corriger les résultats, nous avons opté pour l'utilisation de toutes les données, sans éliminer les cas incohérents, qui n'ont qu'une influence potentielle très modérée.

Table 3 – Lieu et provenance des repas - % se sommant à 100% en ligne – n= 5306

	moins de 1 fois par semaine, jamais	1 fois par semaine	2 fois par semaine	3 fois par semaine	4 fois par semaine	5 fois par semaine	total
repas acheté à la cafétéria /restaurant/commerces de l'UNIL et consommé sur place	29%	21%	16%	16%	10%	8%	100%
repas acheté à la cafétéria/commerces de l'UNIL et consommé dans un autre lieu à l'UNIL	66%	18%	9%	4%	2%	1%	100%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé à la cafétéria de l'UNIL	56%	15%	11%	9%	5%	4%	100%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans un autre lieu à l'UNIL	60%	16%	9%	7%	5%	3%	100%
repas pris dans un autre lieu hors UNIL	62%	16%	9%	6%	3%	4%	100%

La table 4 reprend et résume certains chiffres de la table 3; elle détaille aussi le lieu et la provenance du repas pour certains groupes qui se distinguent notablement⁴ quant à leurs habitudes de consommation.

On constate ainsi que les femmes fréquentent légèrement moins souvent la cafétéria que les hommes (27% y vont 3 fois et plus par semaine, contre 45% de ces derniers). Par contre, elles apportent plus fréquemment leur pique-nique, que ce soit dans une des cafétérias de l'UNIL (51% au moins une fois par semaine, contre 34%) ou dans un autre lieu sur le campus (46% contre 30%).

Les étudiants se distinguent en apportant aussi plus souvent leur pique-nique dans une des cafétérias (56% au moins une fois par semaine), ce qui est largement moins le cas du personnel (45%). Ce dernier se distingue essentiellement en prenant moins souvent son repas hors campus (27% au moins une fois par semaine, contre 44% pour les étudiants). Finalement, l'ancienneté sur le campus joue aussi un rôle, avec une tendance à apporter plus souvent son pique-nique dans une des cafétérias pour les personnes ayant moins d'une année à l'UNIL (52%), habitude déclinant avec les années d'ancienneté (44% pour ceux fréquentant le campus depuis 4 ans et plus).

⁴ Différence statistiquement significative et moyenne à forte.

Table 4 – Lieu et provenance des repas - % - n variable > 1000

	au moins une fois par semaine	3 fois et plus par semaine
repas acheté à la cafétéria/restaurant/commerces de l'UNIL et consommé sur place		
- au total	71%	34%
- femmes	66%	27%
- hommes	79%	45%
- étudiants	70%	30%
- personnel	74%	41%
- moins de 24 ans	70%	6%
- 55 ans et plus	75%	8%
- moins d'une année à l'UNIL	66%	27%
- 4 ans et plus à l'UNIL	71%	32%
repas acheté à la cafétéria/commerces de l'UNIL et consommé dans un autre lieu à l'UNIL		
- au total	34%	7%
- étudiants	31%	6%
- personnel	40%	9%
- moins d'une année à l'UNIL	28%	6%
- 4 ans et plus à l'UNIL	34%	8%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans une des cafétérias de l'UNIL		
- au total	44%	18%
- femmes	51%	23%
- hommes	34%	12%
- étudiants	56%	24%
- personnel	45%	18%
- moins de 24 ans	58%	25%
- 55 ans et plus	11%	3%
- moins d'une année à l'UNIL	52%	23%
- 4 ans et plus à l'UNIL	44%	17%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans un autre lieu à l'UNIL		
- au total	40%	15%
- femmes	46%	10%
- hommes	30%	18%
- moins de 24 ans	42%	14%
- 55 ans et plus	32%	14%
repas pris dans un autre lieu hors UNIL		
- au total	38%	13%
- étudiants	44%	15%
- personnel	27%	9%
- moins de 24 ans	44%	15%
- 55 ans et plus	36%	10%
- moins d'une année à l'UNIL	44%	15%
- 4 ans et plus à l'UNIL	38%	13%

La table 5 présente la distribution du lieu le plus fréquemment utilisé pour les repas hors cafétéria, pour différentes configurations.

Elle montre que le local de l'institut, du groupe ou du service arrive en tête pour les repas achetés à la cafétéria et consommés ailleurs (30%), mais aussi pour les pique-niques

(29%). Les bureaux sont aussi largement utilisés, tant dans le premier cas (19%) que pour les pique-niques (13%), ainsi que les couloirs et halls (respectivement 17% et 20%) et les salles de cours (15% et 14%). Concernant les repas pris hors campus, le domicile des répondants vient largement en tête (63%), suivi de l'EPFL (15%) et dans un autre lieu (10%).

Table 5 – Lieu le plus fréquent des repas hors cafétéria, pour différentes configurations - % se sommant à 100% en colonne – n= 1389 – 2041

	repas achetés à la cafétéria et pris ailleurs sur le campus	repas pris en dehors du campus	pique-nique
dans le local de votre institut/groupe/service	30%		29%
dans votre bureau	19%		13%
à la Mezzanine (espace pique-nique) de l'Unithèque	2%		3%
à la CAP	2%		3%
dans les couloirs/halls	17%		20%
dans les salles de cours	15%		14%
dans la nature	9%		10%
au CHUV		3%	
à l'EPFL		15%	
dans un autre restaurant/caféria hors du campus		9%	
à domicile		63%	
dans un autre lieu	6%	10%	8%
Total	100%	100%	100%

Naturellement, ces lieux diffèrent selon les catégories d'utilisateurs, avec un fort usage des locaux des instituts/groupes par le personnel (46% des repas achetés à la cafétéria et consommés ailleurs, 36% des pique-niques), ainsi que des bureaux (respectivement 41% et 40%). Les étudiants utilisent de leur côté plus souvent les couloirs (respectivement 27% et 26%), ainsi que les salles de cours (24% et 24%).

3.2 Utilisation des points micro-ondes

La question de l'utilisation des points micro-ondes, situés aux cafétérias de l'Anthropole, de l'Internef, de l'Amphimax et à la Mezzanine de l'Unithèque a été posée aux personnes apportant leur pique-nique, qu'elles le mangent dans une des cafétérias de l'UNIL ou ailleurs. Il s'avère que 62% des personnes apportant leur pique-nique déclarent les utiliser régulièrement.

Pour ces utilisateurs réguliers, la fréquence d'utilisation est assez élevée, avec 50% d'entre eux les employant 3 fois par semaine ou plus (table 6).

Table 6 – Fréquence d'utilisation des points micro-ondes – n= 1655

	moins de 1 fois par semaine, jamais	1 fois par semaine	2 fois par semaine	3 fois par semaine	4 fois par semaine	5 fois par semaine	total
fréquence d'utilisation d'un des points micro-ondes	3%	20%	27%	25%	16%	9%	100%

Les points micro-ondes sont les plus utilisés dans le local de l'institut, groupe ou service (23%) et au sein du bâtiment Anthropole (20%). Viennent ensuite ceux de Géopolis (16%) et d'Internef (16%), puis ceux de l'Amphimax (15%) et de la Mezzanine de l'Unithèque (10%).

3.3 Les cafétérias utilisées le plus fréquemment

Les répondants ont été interrogés sur la cafétéria, le restaurant ou le commerce qu'ils fréquentent le plus souvent sur le campus.

La cafétéria de l'Unithèque arrive en tête avec le cumul des deux choix possibles (24% des cas pour la cafétéria la plus utilisée, et 23% en second lieu). Vient ensuite la cafétéria de Géopolis (30% et 15%), celle de l'Amphimax (15% et 15%), de l'Anthropole (11% et 16%), puis de l'Internef (8% et 7%). Les autres lieux sont cités de manière plus marginale, avec chaque fois moins de 8% des cas (table 7).

Table 7 – Cafétéria, restaurant ou commerce le plus fréquemment utilisé, en premier lieu et en second lieu – n= respectivement 4778 et 4757

	cafétéria la plus utilisée	cafétéria la plus utilisée en second lieu
cafétéria de l'Unithèque	24%	23%
cafétéria de Géopolis	30%	15%
cafétéria de l'Amphimax	15%	15%
cafétéria de l'Anthropole	11%	16%
cafétéria de l'Internef	8%	7%
Epicentre (l'épicerie de l'UNIL), Anthropole	6%	9%
restaurant de Dorigny	2%	4%
cafétéria du Batochime	2%	1%
Zelig, Géopolis	1%	5%
cafétéria du Centre Sport et Santé	1%	2%
CAP, Anthropole	0%	1%
Sur le pouce (stand de sandwichs chauds), Anthropole	0%	2%
Total	100%	100%

3.4 Satisfaction de l'offre des cafétérias du campus

Les personnes fréquentant les cafétérias, le restaurant et les commerces de l'UNIL, que ce soit pour acheter ou consommer leur repas de midi, ont été priées de répondre à une série de questions portant sur leur satisfaction vis-à-vis de l'offre proposée, ceci en regard de différents critères, chaque fois sur une échelle de satisfaction allant de 0 à 10, où 0 signifie « pas du tout satisfait » et 10 « tout à fait satisfait » (table 8).

Il en ressort que le niveau de satisfaction est généralement assez bon, avec une moyenne dépassant le point neutre (5) pour la plupart des critères considérés et une proportion de personnes satisfaites (6 à 10 sur l'échelle) supérieure à 70% pour la plupart, et proche voire dépassant 80% pour certaines dimensions.

Ainsi l'aspect des produits (7.2), leur goût (7.1), la quantité dans les assiettes ou portions (6.9), l'équilibre diététique et la diversité de l'offre (6.6), la saisonnalité (6.6), ainsi que la diversité de l'offre (6.6) sont le plus souvent évalués positivement.

Viennent ensuite un cran en dessous le renouvellement ou la rotation de l'offre (6.2), l'offre pour les spécificités alimentaires (6.5) et le prix des repas et produits (6.4).

Certains aspects sont plus controversés ; l'information sur la provenance et sur le contenu spécifique des produits est légèrement moins appréciée (6.0 de moyenne, 29% d'insatisfaits) avec toutefois des effectifs moins importants, signe qu'une partie des répondants se sont sentis moins concernés.

Table 8 – Satisfaction de l'offre des cafétérias du campus

	N	Moyenne	Ecart type	% d'insatisfaits (0 à 4)	% de satisfaits (6 à 10)
goût des produits	4119	7.1	2.3	14%	86%
aspect des produits	4102	7.2	2.3	13%	87%
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	4038	6.6	2.5	20%	80%
saisonnalité des produits	3936	6.6	2.5	19%	81%
provenance des produits	3706	6.3	2.6	21%	79%
quantité dans les assiettes/portions	4075	6.9	2.6	18%	82%
diversité de l'offre	4087	6.6	2.9	23%	77%
renouvellement/rotation de l'offre	4005	6.2	2.9	28%	72%
offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	3735	6.5	2.9	24%	76%
information sur la provenance des produits	3783	6.0	2.9	29%	71%
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes)	3720	6.0	2.9	29%	71%
prix des repas/produits	4096	6.4	2.7	24%	76%

D'autres questions ont été posées, relatives à la satisfaction quant à l'infrastructure des cafétérias, du restaurant et des commerces du campus, toujours sur la même échelle (table 9).

Les résultats sont généralement bons concernant l'amabilité et la disponibilité du personnel (7.9), la propreté du local (7.5), le temps d'attente au retour des plateaux (7.0), et aux caisses (6.8).

La situation est évaluée moins positivement pour le temps d'attente aux stands ou plats (6.1), la tranquillité du local (5.1 et 38% d'insatisfaits) et les places disponibles (5.1, 40% d'insatisfaits).

On remarquera toutefois l'écart-type parfois important dans les tables 8 et 9, ce qui dénote l'hétérogénéité des évaluations données ; celle-ci peut être liée à la manière différente d'évaluer des personnes interrogées, mais aussi aux conditions différentes rencontrées dans les cafétérias.

Nous ne donnons pas ici le détail des résultats de l'évaluation pour chaque cafétéria, le but de l'enquête n'étant pas d'établir un hit-parade. Les éventuels points problématiques seront discutés entre la Direction de l'UNIL et les responsables des cafétérias, afin d'adapter au mieux l'offre aux besoins des clients actuels et futurs.

Table 9 – Satisfaction de l'infrastructure des cafétérias du campus

	N	Moyenne	Ecart type	% d'insatisfaits (0 à 4)	% de satisfaits (6 à 10)
places disponibles	4357	5.1	2.8	40%	60%
temps d'attente aux stands/plats	4350	6.1	2.4	24%	76%
temps d'attente aux caisses	4365	6.8	2.3	17%	83%
temps d'attente au retour des plateaux (chariots ou tapis)	4147	7.0	2.5	16%	84%
tranquillité du local	4331	5.1	2.6	38%	62%
propreté du local	4380	7.5	2.1	9%	91%
amabilité et disponibilité du personnel	4399	7.9	2.4	9%	91%

Outre les appréciations globales, certains sous-groupes de personnes se distinguent notablement⁵ dans leur évaluation.

Concernant l'offre, les étudiants sont généralement plus satisfaits du goût des produits que le personnel (7.2 contre 6.8). Dans le même sens, l'ancienneté sur le campus a un fort impact, les nouveaux arrivants (moins d'une année) étant plus satisfaits (7.4) que les personnes depuis plus longtemps sur le campus (6.8 pour celles fréquentant l'UNIL depuis 4 ans et plus). Le même constat⁶ est valable, et dans une mesure similaire, pour

⁵ Différences statistiquement significatives et écart moyen à fort.

⁶ 7.3 pour les étudiants, 7.0 pour le personnel, 7.5 pour les « nouveaux », 7.0 pour les plus anciens.

l'aspect des produits. L'équilibre diététique est plus souvent critiqué par les « anciens » du campus (4 années et plus) que par les « nouveaux » (respectivement 6.8 et 7.0), tandis que la quantité des produits est jugée plus sévèrement par les hommes (6.5, contre 7.2 pour les femmes). Finalement, les prix sont évalués moins favorablement par les jeunes (6.4 pour les 24 ans et moins, 6.0 pour les 25-34 ans), que par les personnes de 55 ans et plus (7.1).

Concernant les infrastructures, on note aussi des différences parfois importantes.

La tranquillité des locaux est plus souvent critiquée par le personnel (4.5) que les étudiants (5.4). Ceci se confirme au niveau de l'âge, les plus jeunes (jusqu'à 24 ans) étant moins dérangés (5.5) que les personnes au-dessus de la quarantaine (4.2 pour les 45-54, 4.3 pour les 55+). Il en va de même pour l'ancienneté à l'UNIL, les personnes arrivées depuis moins d'une année (5.8) étant bien moins sensibles à ce paramètre que celles étant depuis 4 ans et plus sur le campus (4.8).

Finalement, l'amabilité et la disponibilité du personnel sont perçues un peu moins positivement par les étudiants (7.8) que par le personnel (8.3), ce qui est aussi illustré par des évaluations différentes selon l'âge (7.7 jusqu'à 24 ans, 8.6 pour les 55+).

3.5 Les raisons d'insatisfaction quant à l'offre des cafétérias

Quand le niveau de satisfaction de l'offre des cafétérias du campus était bas (0 à 4 sur notre échelle allant jusqu'à 10) quant au goût des produits ou leur prix, nous avons demandé aux répondants de préciser leur réponse, par l'adjonction d'une question supplémentaire, en indiquant à quel(s) produit(s) ils pensaient en particulier. Plusieurs réponses étant possibles, les totaux excèdent 100%.

La table 10 montre que plusieurs produits sont critiqués sur les deux aspects, à savoir les sandwiches variés (59% en raison du goût et 50% en raison du prix), les assiettes du jour (48% et 35%) et les menus du jour (46% et 35%), et dans une moindre mesure les buffets de salade (29% et 37%) et barquettes à l'emporter (32% et 26%).

Les boissons froides sont critiquées plutôt pour leur prix (30%), ainsi que les viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers (33%). Les boissons chaudes restent relativement épargnées par la critique (8% et 18%).

Table 10 – Raisons citées pour l'insatisfaction, en raison du goût et du prix – n=respectivement 561 et 959

	% de non-satisfaits en raison du goût	% de non-satisfaits en raison du prix
sandwichs variés	59%	50%
assiettes du jour	48%	35%
menus du jour	46%	35%
barquettes à l'emporter	32%	26%
buffet de salade	29%	37%
pizzas, quiches, ramequins, nuggets, hamburgers	24%	20%
viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers	22%	33%
assiette de crudités	21%	19%
boissons chaudes	8%	18%
autre produit	5%	8%
boissons froides	4%	30%

Concernant l'insatisfaction de l'équilibre diététique des produits (score de 0 à 4 sur l'échelle de 0 à 10), celle-ci est exprimée surtout en raison du fait que ceux-ci sont considérés comme trop gras (47%), trop salés (19%), ou encore trop sucrés (16%). Là encore plusieurs réponses étaient possibles.

Finalement, une question (table 11) interrogeait les non-satisfaits en raison de l'offre pour des produits spécifiques (0 à 4 sur notre échelle allant jusqu'à 10).

C'est très clairement l'offre en produits végétariens qui est considérée comme insuffisante (56%), suivie par celle de produits pauvres en graisses (32%), végétaliens (29%), sans lactose (26%), puis sans gluten (25%). L'offre relative aux autres produits est nettement moins citée. Là encore, le total excède 100%, plusieurs réponses étant possibles.

Table 11 – Raisons citées pour l'insatisfaction en raison de l'offre spécifique pour certains produits – 1943 commentaires pour 878 personnes

	% de non-satisfaits en raison de l'offre spécifique
produits végétariens	56%
produits pauvres en graisse	32%
produits végétaliens	29%
produits sans lactose	26%
produits sans gluten	25%
produits sans sucre	21%
produits sans viande de porc	11%
produits sans sel	10%
autres	10%

3.6 Évaluation de l'offre à l'UNIL par rapport à d'autres cafétérias

Une question posée aux utilisateurs des infrastructures de restauration de l'UNIL était destinée à évaluer comparativement les prestations des cafétérias et du restaurant de l'UNIL par rapport à d'autres cafétérias scolaires, universitaires ou d'entreprises fréquentées actuellement ou dans le passé.

L'évaluation (table 12), donnée sur une échelle allant de 0 (très en dessous) à 10 (très en dessus), 5 signifiant « un niveau égal », est plutôt flatteuse pour l'UNIL, avec 65% de répondants estimant que la situation est meilleure sur le campus de Dorigny (moyenne de 6.3) qu'ailleurs, et seulement 19% qu'elle est moins bonne.

Si l'évaluation comparative est généralement homogène entre les sous-groupes d'utilisateurs, on note toutefois un effet d'ancienneté sur le campus ; l'évaluation est plus positive (6.6) chez les nouveaux arrivants (moins d'une année), et baisse graduellement (6.0 pour les personnes depuis 4 ans et plus à l'UNIL).

Table 12 – Evaluation comparative des prestations des cafétérias de l'UNIL

	N	Moyenne	Ecart type	% de « en dessous » (0 à 4)	% de « en dessus » (6 à 10)
Evaluation comparative, 0 = « très en dessous », 10= « très en dessus »	4676	6.3	2.2	19%	65%

3.7 Les raisons de la non-utilisation des cafétérias du campus

Les personnes ne fréquentant pas (ni achat, ni consommation sur place) les cafétérias, le restaurant et les commerces de l'UNIL ont été interrogées sur les raisons de ce choix.

La table 13 présente les raisons évoquées par ces personnes, ordonnées selon leur fréquence de citation ; plusieurs réponses étaient possibles.

Ce sont le prix (36%), le fait qu'une partie des répondants préfèrent être chez eux (25%), la tranquillité du local (21%), le temps d'attente aux stands/plats (21%), les places disponibles (20%), le goût des produits (19%), et l'équilibre diététique des produits (18%) qui sont le plus évoqués, avec plus de 18% des réponses. Les autres raisons sont citées moins souvent. On peut encore constater que les raisons sont souvent multiples, avec une moyenne de 3.1 motifs évoqués par personne sur l'ensemble de la liste.

Table 13 – Raisons citées pour la non-utilisation des cafétérias de l'UNIL – n= 507

raisons	%
prix des repas/produits	36%
préfère être chez soi	25%
tranquillité du local	21%
temps d'attente aux stands/plats	21%
places disponibles	20%
goût des produits	19%
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	18%
temps d'attente aux caisses	16%
offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	13%
diversité de l'offre	10%
a envie de changer de cadre	10%
aspect des produits	8%
quantité dans les assiettes/portions	7%
provenance des produits	7%
obligations familiales ou autres	6%
informations sur la valeur énergétique (calories) des produits	6%
renouvellement/rotation de l'offre	6%
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.)	5%
saisonnalité des produits	5%
amabilité et disponibilité du personnel	4%
information sur la provenance des produits	4%
préfère ne pas manger avec ses collègues	3%
temps d'attente au retour des plateaux (chariots ou tapis)	3%
propreté du local	2%

Une analyse détaillée révèle que les étudiants sont plus rebutés par le prix des repas et produits (41% des étudiants non-utilisateurs l'évoquent, contre 28% pour les employés de l'UNIL), ainsi que les places disponibles (23% contre 16%). Ils déclarent aussi plus souvent préférer manger chez eux (32% contre 14%).

C'est par contre le goût des produits (27% contre 14%) qu'évoque plus souvent le personnel de l'UNIL, et dans une moindre mesure la diversité de l'offre (14% contre 8%).

3.8 Points forts et faibles des cafétérias, propositions d'amélioration

Dans le questionnaire utilisé pour l'enquête de 2018, une série de questions ouvertes portant sur les points forts et respectivement faibles de la restauration à l'UNIL permettaient aux répondants d'exprimer leur point de vue (table 14). Lors de l'enquête précédente de 2016, les répondants avaient la possibilité de mentionner 3 points forts et 3 points faibles. En 2018, il était uniquement demandé aux répondants d'évoquer le point fort, et respectivement faible, le plus important. Pour les répondants qui auraient évoqué plusieurs points positifs et négatifs, il a été tenu compte de l'ensemble de leur réponse.

Les questions ouvertes ont eu un succès très important, avec 3179 personnes (60%) des répondants indiquant au moins un point fort, 3449 (65%) donnant au moins un point faible. On remarque encore que le nombre d'aspects indiqués est important, avec 1.4 réponses relatives aux points forts par personne s'exprimant, et 1.4 pour les points faibles. La figure 1 résume graphiquement les termes les plus souvent utilisés pour les points forts (à gauche) et faibles (à droite).

Toutes ces réponses ont fait l'objet d'un codage semi-manuel⁷ en 37 catégories, qui ont été retenues tant pour les points forts que faibles, sur la base de l'expérience de l'enquête de 2016. La table 14 expose ces catégories, par ordre de citation des points forts. En gras et en fond grisé, on retrouve les groupes de commentaires faisant l'objet de plus de 10% de citations.

⁷ Après avoir effectué un nettoyage des données (notamment, enlèvement des caractères spéciaux), nous avons recherché la ou les meilleure(s) correspondance(s) entre les commentaires et les labels des catégories retenues lors de l'enquête 2016. Pour ce faire, nous avons utilisé la fonction *agrep* du package *base* avec le langage de programmation *R*. Sur la base de ces résultats préliminaires, nous avons ensuite affiné manuellement le classement des commentaires qui n'avaient pas pu être classés ou qui pouvaient être suspectés d'avoir été classés dans trop de catégories différentes.

Table 14 – Points forts et faibles de la restauration à l'UNIL - % de citations par les répondants aux questions ouvertes

	points forts	points faibles
choix de l'offre (diversité ou variété des produits ou des plats)	28%	10%
cout, prix et cherté des repas/produits, rapport qualité prix	15%	15%
amabilité et disponibilité du personnel	11%	4%
qualité des produits, appréciation générale sur un produit particulier	9%	8%
gout des produits	9%	5%
proximité avec le lieu de travail	5%	0%
aspect des produits	4%	1%
temps attente, vitesse, rapidité, gain de temps (au stand, aux caisses, au retour des plateaux)	3%	7%
satisfaction globale des usagers	3%	1%
équilibre, balance diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	3%	5%
spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	3%	6%
quantité dans les assiettes/portions	1%	3%
esthétique, aspect, aménagement, ameublement du local ou du lieu (vue, lumière, terrasse, etc.)	1%	1%
choix, diversité des restaurants sur le lieu de travail	1%	1%
ambiance, atmosphère	1%	0%
propreté du local (ordre, propreté, odeurs)	1%	1%
places/espaces disponibles	0%	11%
horaires ouverture	1%	1%
saisonnalité des produits	1%	1%
provenance, origine des produits	0%	2%
choix et diversité des restaurateurs (monopole, concurrence, prestataires, etc.)	0%	2%
équipement du local (prises, micro-ondes, etc.)	0%	4%
renouvellement/rotation offre	0%	1%
tranquillité du local (calme, bruit)	0%	5%
choix des fournisseurs/marques pour certains produits	0%	0%
paiement (mode de paiement, cartes, distributeurs, etc.)	0%	1%
organisation (espace, des tables, des files, des caisses, de la salle, de la cuisine)	0%	1%
informations sur la provenance des produits	0%	0%
gestion des produits (gaspillage, économie, recyclage, etc.)	0%	1%
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.)	0%	1%
hygiène, propreté (préparation, service, aliments)	0%	0%
produits gratuits (eau, condiments, etc.)	0%	0%
offre thématique spéciale (journée sans viande, à thème, etc.)	0%	0%
valeur énergétique (calories) des produits	0%	0%
horaire des cours	0%	0%
température du local	0%	0%
affichage, information sur repas et menus (prix, traduction, additifs, calories, etc.)	0%	0%
autre	0%	1%
total	100%	100%
N (personnes)	3179	3449

3.9 Restauration et budget

Un nouveau groupe de questions a été introduit dans l'enquête 2018. Une d'entre elles concerne la propension à payer davantage pour un repas dans une des cafétérias ou au restaurant de l'UNIL comprenant une valeur ajoutée écologique et/ou nutritionnelle : ingrédients issus de l'agriculture biologique, viande suisse, poisson venant d'Europe, légumes de saison et absence de produits manufacturés ou transformés.

La table 15 montre qu'un peu moins de la moitié des répondants seraient disposés à payer 2.00 Frs ou plus pour un repas plus écologique. En revanche, 20-30% des répondants ne sont pas prêts à déboursier un centime de plus.

En règle générale, les femmes sont davantage disposées que les hommes à dépenser davantage pour les repas proposés (moyenne allant de 3.60 Frs à 4.40 Frs pour les femmes et de 3.10 Frs à 3.70 Frs pour les hommes). En outre, les étudiants sont plus réticents à l'idée de payer davantage pour chacun des repas proposés en comparaison des autres membres de l'UNIL (moyenne allant de 3.20 Frs à 4.00 Frs pour les étudiants et de 3.70 Frs à 4.10 Frs pour les autres membres de l'UNIL).

Table 15 – Propension à payer davantage pour différents types de repas – % se sommant à 100% en colonne – n= 3402 à 3697

	avec des ingrédients issus de l'agriculture biologique (bio)	avec de la viande suisse	avec du poisson venant d'Europe	avec des légumes de saison	sans produits manufacturés ou transformés
0 ct	19%	23%	31%	22%	20%
20 ct	14%	14%	11%	11%	15%
50 ct	2%	2%	2%	2%	3%
1.00 Frs	11%	9%	8%	9%	10%
1.50 Frs	5%	5%	6%	8%	5%
2.00 Frs	15%	14%	15%	18%	13%
2.50 Frs	25%	24%	20%	23%	22%
3.00 Frs	3%	3%	3%	3%	5%
plus de 3.00 Frs	6%	6%	4%	4%	7%
	100%	100%	100%	100%	100%

Une autre question concerne le budget dépensé en moyenne chaque jour de présence sur le campus dans les restaurants, cafétérias ou distributeurs automatiques de l'UNIL. Les répondants étaient invités à répartir ces dépenses journalières en 3 catégories : boissons, repas et autres.

La table 16 montre que la somme moyenne dépensée pour les boissons s'élève à 2.70 Frs, à 8.50 Frs pour les repas et à 2.00 Frs pour les autres produits. L'écart-type est assez élevé, avec des minimums et des maximums qui peuvent varier fortement selon le statut des personnes concernées.

En règle générale, les hommes dépensent davantage que les femmes pour les repas (9.40 Frs en moyenne pour les hommes et 8.20 Frs en moyenne pour les femmes). En outre. Les étudiants dépensent moins que les autres membres de l'UNIL pour leur repas (7.90 Frs et 10.20 Frs), ainsi que pour les boissons (2.70 Frs et 3.10 Frs).

Table 16 – Budget quotidien dépensé en moyenne dans les restaurants, cafétérias ou distributeurs automatiques UNIL

	N	Minimum	Maximum*	Moyenne	Médiane	Ecart type
boissons (y compris café, thé, etc.)	4809	0	30	2.7	2.0	3.70
repas (menu, sandwich, salade, etc.)	4831	0	60	8.5	10.0	7.60
autres (chocolat, viennoiseries, dessert hors menu, etc.)	4287	0	20	2.0	2.0	2.40

* : Les maximums ont été arbitrairement décidés afin d'enlever les valeurs excessives.

3.10 Spécificités alimentaires

Un autre aspect évalué dans le questionnaire portait sur les spécificités alimentaires.

La table 17, ordonnée par la fréquence des réponses citées (plusieurs réponses possibles), montre que si 53% des personnes interrogées n'indiquent aucune spécificité alimentaire, nombre d'entre elles (47%) suivent une sorte de régime, que ce soit par choix ou par obligation.

Table 17 – Spécificités alimentaires – 6341 réponses pour 4839 personnes

	%
pas de spécificités alimentaires	53%
fléxitarien (mange occasionnellement viande et poisson)	19%
pauvre en graisse	11%
sans lactose	9%
végétarien (ne mange ni viande, ni poisson, ni fruits de mer)	8%
pas de viande de porc	7%
sans gluten	5%
sans sucre	5%
pescétarien ou pesco-végétarien (mange poisson et fruits de mer, mais pas de viande)	4%
vegan (ne mange aucun produit d'origine animale)	4%
sans sel	2%

Ainsi, 19% des répondants se disent fléxitariens, et mangent occasionnellement viande et poisson, 11% font attention à la graisse, 9% sont intolérants au lactose, 8% sont végétariens (qui ne mangent ni viande, ni poisson, ni fruits de mer), 7% ne mangent pas de viande de porc, auxquels s'ajoutent 5% intolérants au gluten, 5% mangent sans sucre, 4% de pescétariens ou pesco-végétariens (qui mangent poisson et fruits de mer, mais pas de viande), 4% sont végétaliens purs et ne mangent aucun produit d'origine animale et 2% mangent sans sel.

4 Un regard comparatif

L'avantage d'une telle enquête, répétée auprès de la même population avec un questionnaire très similaire, est de pouvoir mener une analyse de l'évolution de la situation à travers le temps. C'est donc l'occasion ici de comparer les résultats de l'enquête de novembre 2018 à ceux de mars 2016 et novembre 2013, et de mettre en évidence les changements, mais aussi les paramètres stables.

Avant de comparer les résultats des enquêtes respectives, intéressons-nous à la composition des populations ciblées, à savoir les membres de la communauté UNIL, quel que soit leur statut, fréquentant le campus de Dorigny.

Les données à disposition (table 18) montrent que cette composition est restée stable au long des trois enquêtes.

Table 18 – Communauté UNIL fréquentant le campus de Dorigny éligible pour les enquêtes 2013, 2016 et 2018

	2013	2016	2018
étudiant	73%	71%	71%
étudiant doctorant	11%	11%	10%
invité	3%	3%	5%
personnel	13%	15%	14%
	100%	100%	100%
-24 ans	56%	46%	53%
25-34 ans	27%	34%	28%
35-44 ans	9%	10%	10%
45-54 ans	5%	6%	6%
55 et plus	3%	4%	3%
	100%	100%	100%

4.1 Relative stabilité dans les habitudes de consommation

La table 19 montre que les habitudes de consommation restent plutôt stables, avec des variations de quelques pourcents pour la consommation sur place dans les cafétérias, ainsi que l'achat à la cafétéria de produits qui seront consommés ailleurs, dans l'ordre de fluctuation d'une telle enquête, surtout si l'on tient compte du fait que la population ciblée a légèrement changé.

On note toutefois une légère augmentation de la proportion de personnes apportant leur pique-nique et le consommant dans une des cafétérias de l'UNIL (44% au moins une fois par semaine en 2018, contre 41% en 2016 et 35% en 2013) ou ailleurs sur le campus (40% en 2018, contre 35% en 2016 et 29% en 2013). Il en va de même pour les personnes apportant leur pique-nique trois fois par semaine et plus, que ce soit dans une des cafétérias de l'UNIL (18% en 2018, contre 17% en 2016 et 12% en 2013) ou dans un autre lieu (15% en 2018, contre 12% en 2016 et 9% en 2013).

Table 19 – Lieu et provenance des repas, enquêtes 2013, 2016 et 2018

	au moins une fois par semaine				trois fois par semaine et plus			
	2013	2016	2018	écart	2013	2016	2018	écart
repas acheté à la cafétéria /restaurant/commerces de l'UNIL et consommé sur place	76%	73%	71%	-5%	41%	38%	34%	-7%
repas acheté à la cafétéria/commerces de l'UNIL et consommé dans un autre lieu à l'UNIL	31%	32%	34%	3%	5%	6%	7%	2%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé à la cafétéria de l'UNIL	35%	41%	44%	9%	12%	17%	18%	6%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans un autre lieu à l'UNIL	29%	35%	40%	11%	9%	12%	15%	6%
repas pris dans un autre lieu hors UNIL	40%	39%	38%	-2%	14%	13%	13%	-1%

4.2 Stabilité dans les lieux de consommation

Les cafétérias les plus utilisées ne varient guère, avec des écarts ne dépassant guère quelques pourcents.

Concernant les repas hors cafétéria, les lieux ne changent guère, l'utilisation des salles de cours pour y manger des repas achetés à la cafétéria semble se stabiliser (15% en 2018, contre 11% en 2016 et 19% en 2013).

L'utilisation des micro-ondes ne connaît non plus pas de grande variation ; on relève toutefois que la part de leurs utilisateurs réguliers parmi les personnes apportant leur pique-nique, que ce soit dans une des cafétérias ou ailleurs, augmente légèrement, passant de 62% en 2018, contre 57% en 2016 et 53% en 2013.

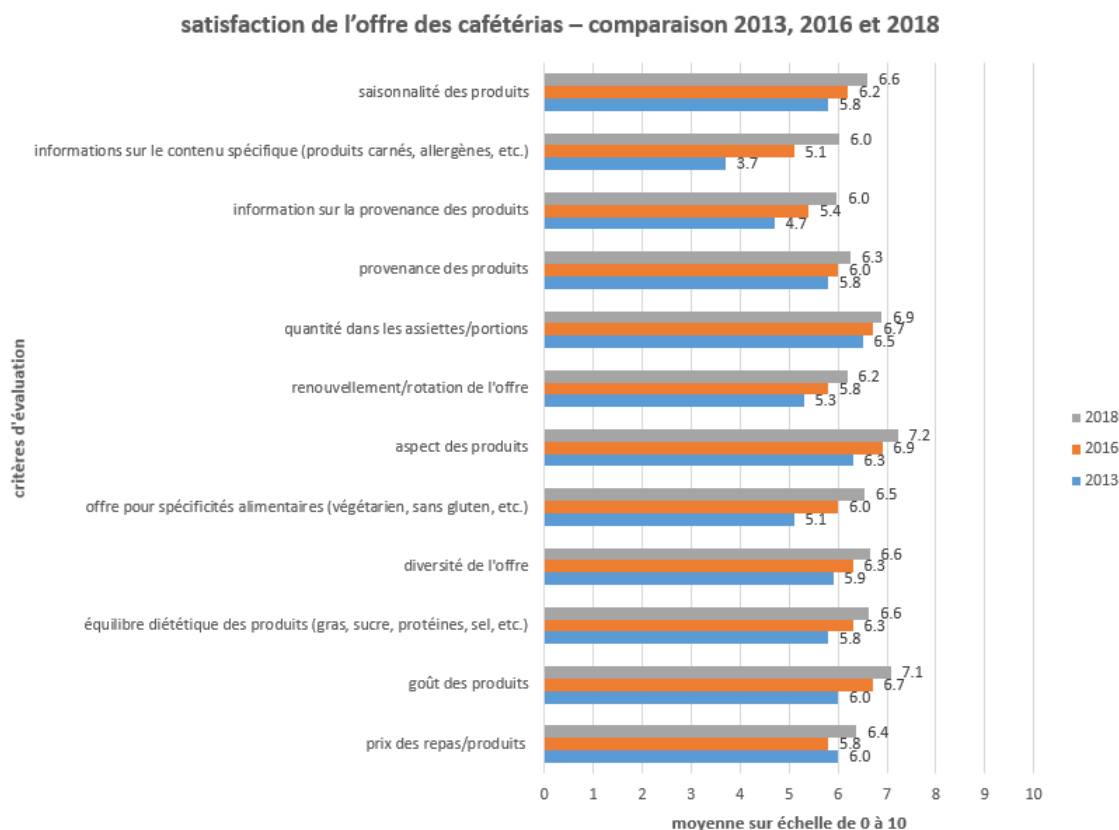
4.3 Légère augmentation de la satisfaction

L'évaluation comparative de la satisfaction sur les différents critères regardant l'offre des cafétérias du campus de Dorigny (figure 2) montre une augmentation générale entre les enquêtes de 2013, 2016 et 2018. L'ampleur de cette augmentation est variable, avec un accroissement très net (6.0, contre 5.1 et 3.7) de la satisfaction sur les informations

relatives au contenu des repas/produits, mais aussi de l'offre pour les spécificités alimentaires (6.5, contre 6.0 et 5.1), de l'information sur la provenance des produits (6.0, contre 5.4 et 4.7), du goût des produits (7.1, contre 6.7 et 6.0) et du renouvellement/rotation de l'offre (6.2 contre, 5.8 et 5.3). Les autres aspects connaissent une plus grande stabilité, avec généralement une petite augmentation. L'exception regarde les prix, dont la satisfaction est en légère hausse (6.4, contre 5.8 et 6.0).

On doit toutefois être prudent dans l'évaluation de ces variations ; la marge d'erreur étant d'environ 0.1-0.2 pour chaque année, seuls les écarts d'environ un demi-point sont réellement pertinents si l'on ne veut pas verser dans la surinterprétation.

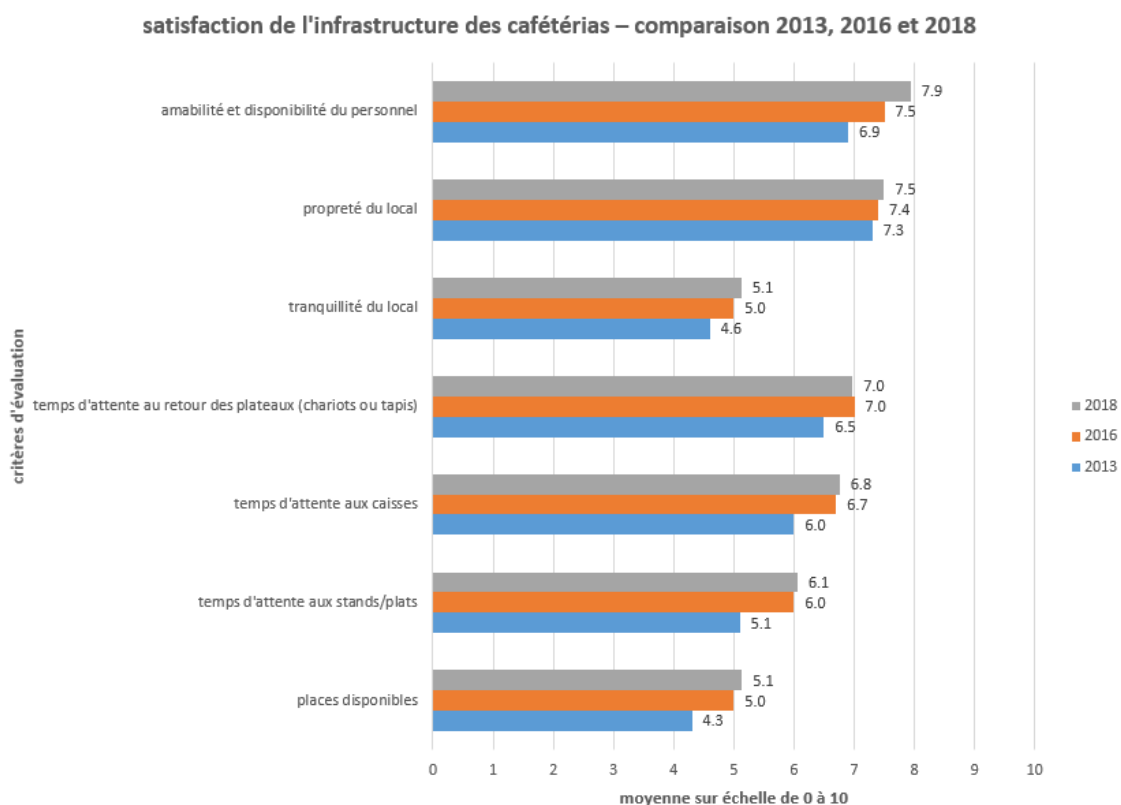
Figure 2 – satisfaction de l'offre – évolution entre 2013, 2016 et 2018



Le constat est semblable pour l'évolution de la satisfaction relative à l'infrastructure des cafétérias (figure 3), avec une augmentation générale du niveau entre 2013 et 2018 mais une stabilité entre 2016 et 2018. On le note par exemple avec le temps d'attente aux stands/plats (6.1, contre 6.0 et 5.1), de même que les places disponibles (5.1, contre 5.0 et 4.3) et le temps d'attente aux caisses (6.8, contre 6.7 et 6.0).

En d'autres termes, une amélioration a été constatée sur les aspects les moins satisfaisants en 2013 et 2016 mais le niveau de satisfaction est resté stable entre 2016 et 2018. Seule la satisfaction quant à l'amabilité et la disponibilité du personnel s'est encore nettement améliorée entre 2016 (7.5) et 2018 (7.9).

Figure 3 – satisfaction de l'infrastructure – évolution entre 2013, 2016 et 2018



Concernant les personnes insatisfaites par le goût des produits, une grande stabilité prévaut dans les articles les plus cités entre 2013 et 2018. Les produits sont cités dans des proportions similaires durant les trois enquêtes. Concernant l'insatisfaction relative au prix, les articles incriminés ne varient pas sensiblement.

L'évaluation comparative des cafétérias et du restaurant de l'UNIL par rapport à d'autres cafétérias scolaires, universitaires ou d'entreprises est aussi légèrement meilleure, avec une moyenne de 6.3 en 2018, contre 6.1 en 2016 et 5.7 en 2013.

Finalement, les raisons évoquées pour la non-fréquentation des cafétérias du campus de Dorigny n'évoluent pas sensiblement entre 2013 et 2018. Les points forts et faibles mentionnés spontanément restent également stables bien que la procédure de collecte des réponses ait changé entre 2016 et 2018. Le trio de tête – variété de l'offre (28%), prix des repas et produits (15%) et amabilité et la disponibilité du personnel (11%) – et le trio de queue – prix (15%), manque de places et d'espace disponibles (11%) et diversité ou variété de l'offre (10%) – identifiés en 2018 restent les mêmes que lors de l'enquête de 2016.

4.4 Plus d'attention aux spécificités alimentaires

Concernant les spécificités alimentaires (table 20), on observe une diminution de la proportion de membres de la communauté UNIL mangeant de tout sans restrictions (53% en 2018, contre 57% en 2016 et 69% en 2013). Aucune des catégories de spécificité alimentaire ne connaît de bond spectaculaire, ce qui est attendu dans un laps

de temps aussi court, mais l'on peut constater que la proportion de fléxitariens, qui mangent occasionnellement viande et poisson, augmente de 8 points entre 2013 et 2018 (19% contre, contre 15% et 11%). Les autres variations sont trop insignifiantes pour être considérées.

Au final, la proportion de personnes observant une sorte de régime alimentaire augmente nettement, passant de 31% et 43% à 47% de la communauté UNIL, montrant une attention généralement plus grande portée au choix des produits retenus dans l'alimentation.

Table 20 – Spécificités alimentaires, enquêtes 2013, 2016 et 2018

	2013	2016	2018	différence
pas de spécificités alimentaires	69%	57%	53%	-16%
fléxitarien (mange occasionnellement viande et poisson)	11%	15%	19%	8%
pauvre en graisse	10%	13%	11%	1%
sans lactose	5%	8%	9%	4%
pas de viande de porc	6%	7%	7%	1%
végétarien (ne mange ni viande, ni poisson, ni fruits de mer)	4%	5%	8%	4%
sans gluten	3%	4%	5%	2%
pescétarien ou pesco-végétarien (mange poisson et fruits de mer, mais pas de viande)	3%	3%	4%	1%
sans sucre	2%	3%	5%	3%
sans sel	1%	2%	2%	1%
végétalien (ne mange aucun produit d'origine animale)	1%	2%	4%	3%

5 Questionnaire

Start of Block: 1. Habitudes

freqlieu Veuillez indiquer à quelle fréquence vous prenez vos repas de midi de la manière suivante (dans le cadre de votre journée de cours/d'étude/de travail).

	moins de 1 fois par semaine / jamais (1)	1 fois par semaine (2)	2 fois par semaine (3)	3 fois par semaine (4)	4 fois par semaine (5)	5 fois par semaine (6)
repas acheté à la cafétéria/restaurant/commerces de l'UNIL et consommé sur place (freqlieu_a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
repas acheté à la cafétéria/commerces de l'UNIL, que vous consommez dans un autre lieu à l'UNIL (local de votre institut/groupe/service, bureau, local pique-nique, CAP, couloirs, etc., sur le campus de Dorigny) (freqlieu_b)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
apport de votre propre repas/pique-nique, que vous consommez à la cafétéria de l'UNIL (freqlieu_c)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
apport de votre propre repas/pique-nique, que vous consommez dans un autre lieu à l'UNIL (local de votre institut/groupe/service, bureau, local pique-nique, CAP, couloirs, etc., sur le campus de Dorigny) (freqlieu_d)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
repas pris dans un autre lieu hors UNIL (CHUV, EPFL, restaurant à l'extérieur du campus, à domicile, etc.) (freqlieu_e)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

autre lieu Où mangez-vous le plus fréquemment dans un autre lieu qu'une cafétéria ou un restaurant de l'UNIL?

- dans le local de votre institut/groupe/service (1)
- dans votre bureau (2)
- à la Mezzanine (espace pique-nique) de l'Unithèque (3)
- à la CAP (4)
- dans les couloirs/halls (5)
- dans les salles de cours (6)
- dans la nature (7)
- au CHUV (8)
- à l'EPFL (9)
- dans un autre restaurant/cafétéria hors du campus (10)
- à domicile (11)
- dans un autre lieu (12)

picniclieu Où mangez-vous le plus fréquemment le repas que vous apportez/votre pique-nique?

- dans le local de votre institut/groupe/service (1)
 - dans votre bureau (2)
 - à la Mezzanine (espace pique-nique) de l'Unithèque (3)
 - à la CAP (4)
 - dans les couloirs/halls (5)
 - dans les salles de cours (6)
 - dans la nature (7)
 - au CHUV (8)
 - à l'EPFL (9)
 - dans un autre restaurant/caféteria hors du campus (10)
 - à domicile (11)
 - dans un autre lieu (12)
-

micro Utilisez-vous régulièrement un micro-ondes sur le campus ?

- oui (1)
 - non (2)
-

microlequel Lequel, et où ?

- point micro-ondes FAE Anthropole (1)
 - point micro-ondes FAE Internef (2)
 - point micro-ondes FAE Amphimax (3)
 - point micro-ondes FAE Mezzanine de l'Unithèque (4)
 - point micro-ondes de la cafétéria de Géopolis (5)
 - autre micro-ondes sur le campus (y compris cafétéria d'étage ou d'unité) (6)
-

microfreq A quelle fréquence utilisez-vous un de ces points micro-ondes ?

- moins de 1 fois par semaine (1)
 - 1 fois par semaine (2)
 - 2 fois par semaine (3)
 - 3 fois par semaine (4)
 - 4 fois par semaine (5)
 - 5 fois par semaine (6)
-

microsa En général, dans quelle mesure êtes-vous satisfait-e de la propreté de ces micro-ondes ?

0 signifie "pas du tout satisfait-e" et **10** "tout à fait satisfait-e".

- 0 (0)
 - 1 (1)
 - 2 (2)
 - 3 (3)
 - 4 (4)
 - 5 (5)
 - 6 (6)
 - 7 (7)
 - 8 (8)
 - 9 (9)
 - 10 (10)
-

microattente En général, dans quelle mesure êtes-vous satisfait-e de l'attente pour utiliser ces micro-ondes ?

0 signifie "pas du tout satisfait-e" et **10** "tout à fait satisfait-e".

- 0 (0)
 - 1 (1)
 - 2 (2)
 - 3 (3)
 - 4 (4)
 - 5 (5)
 - 6 (6)
 - 7 (7)
 - 8 (8)
 - 9 (9)
 - 10 (10)
-

cafet Quel(le) cafétéria ou restaurant de l'UNIL utilisez-vous **le plus fréquemment**?

- cafétéria de l'Unithèque (1)
 - cafétéria de l'Amphimax (2)
 - cafétéria de l'Anthropole (3)
 - cafétéria de l'Internef (4)
 - cafétéria du Batochime (5)
 - cafétéria de Géopolis (6)
 - cafétéria du Centre Sport et Santé (7)
 - restaurant Da Nino (8)
 - Sur le pouce (stand de sandwichs chauds), Anthropole (9)
 - Epicentre (l'épicerie de l'UNIL), Anthropole (10)
 - CAP, Anthropole (11)
 - Zelig, Géopolis (12)
-

cafet2 Quel(le) cafétéria ou restaurant de l'UNIL utilisez-vous le plus fréquemment **en second lieu**?

- n'utilise aucune autre cafétéria (1)
 - cafétéria de l'Unithèque (2)
 - cafétéria de l'Amphimax (3)
 - cafétéria de l'Anthropole (4)
 - cafétéria de l'Internef (5)
 - cafétéria du Batochime (6)
 - cafétéria de Géopolis (7)
 - cafétéria du Centre Sport et Santé (8)
 - restaurant Da Nino (9)
 - Sur le pouce (stand de sandwichs chauds), Anthropole (10)
 - Epicentre (l'épicerie de l'UNIL), Anthropole (11)
 - CAP, Anthropole (12)
 - Zelig, Géopolis (13)
-

End of Block: 1. Habitudes

Start of Block: 2. Evaluation

satisf Concernant l'offre $\{e://Field/Cafeteria\}$, dans quelle mesure êtes-vous satisfait-e des aspects suivants?

0 signifie "pas du tout satisfait-e" et **10** "tout à fait satisfait-e".

Sans avis : ne pas cocher.

	0 (0)	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	8 (8)	9 (9)	10 (10)
goût des produits (satisf_a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
aspect des produits (satisf_b)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.) (satisf_c)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
saisonnalité des produits (satisf_d)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
provenance des produits (satisf_e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
quantité dans les assiettes/portions (satisf_f)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
diversité de l'offre (satisf_g)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
renouvellement/rotation de l'offre (satisf_h)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.) (satisf_i)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
informations sur la provenance des produits (satisf_j)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.) (satisf_k)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
prix des repas/produits (ceux-ci ne sont pas subventionnés) (satisf_l)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

infrasatis Concernant l'infrastructure [\\${e://Field/Cafeteria}](#), dans quelle mesure êtes-vous satisfait-e des aspects suivants?

0 signifie "pas du tout satisfait-e" et **10** "tout à fait satisfait-e".

Sans avis : ne pas cocher.

	0 (0)	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	8 (8)	9 (9)	10 (10)
places disponibles (infrasatis_a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
temps d'attente aux stands/plats (infrasatis_b)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
temps d'attente aux caisses (infrasatis_c)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
temps d'attente au retour des plateaux (dans les chariots ou sur les tapis) (infrasatis_d)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tranquillité du local (infrasatis_e)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
propreté du local (infrasatis_f)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
amabilité et disponibilité du personnel (infrasatis_g)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

compare Vous avez peut-être fréquenté dans le passé ou même encore actuellement d'autres cafétérias scolaires, universitaires ou d'entreprise que celles de l'UNIL. Comparativement, comment évaluez-vous de manière générale les prestations des cafétérias ou restaurants de l'UNIL?

0 signifie qu'elles sont "très en dessous" et **10** "très en dessus" de celles des autres cafétérias scolaires, universitaires ou d'entreprises que vous avez fréquentées. **5** signifie qu'elles se situent à "un niveau égal".

- 0 (0)
- 1 (1)
- 2 (2)
- 3 (3)
- 4 (4)
- 5 (5)
- 6 (6)
- 7 (7)
- 8 (8)
- 9 (9)
- 10 (10)

End of Block: 2. Evaluation

Start of Block: 3. Evaluation – suite

raison Pour quelles raisons n'achetez-vous ou ne prenez-vous généralement pas vos repas à la cafétéria ou au restaurant de l'UNIL? Dans quelle mesure, chacune des raisons suivantes

explique votre choix? Je n'utilise généralement pas la cafétéria de l'UNIL à cause des raisons suivantes... *Plusieurs réponses possibles*

- goût des produits (1)
- aspect des produits (2)
- équilibre diététique des produits (gras, sucres, protéines, sel, etc.) (3)
- saisonnalité des produits (4)
- provenance des produits (5)
- quantité dans les assiettes/portions (6)
- diversité de l'offre (7)
- renouvellement/rotation de l'offre (8)
- offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.) (9)
- informations sur la valeur énergétique (calories) des produits (10)
- informations sur la provenance des produits (11)
- informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.) (12)
- prix des repas/produits (ceux-ci ne sont pas subventionnés) (13)
- places disponibles (14)
- temps d'attente aux stands/plats (15)
- temps d'attente aux caisses (16)
- temps d'attente au retour des plateaux (dans les chariots ou sur les tapis) (17)
- tranquillité du local (18)
- propreté du local (19)

- amabilité et disponibilité du personnel (20)
 - préfère être chez soi (21)
 - obligations familiales ou autres (22)
 - préfère ne pas manger avec ses collègues (23)
 - a envie de changer de cadre (24)
 - ne travaille / n'étudie pas sur le campus de Dorigny (25)
 - autre (26)
-

produits Vous n'êtes plutôt pas satisfait-e du goût des produits [\\${e://Field/Cafeteria}](#). A quel(s) produit(s) pensez-vous en particulier? *Plusieurs réponses possibles*

- boissons froides (1)
 - boissons chaudes (2)
 - viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers (3)
 - sandwiches variés (4)
 - assiette de crudités (5)
 - buffet de salade (6)
 - assiettes du jour (7)
 - menus du jour (8)
 - pizzas, quiches, ramequins, nuggets, hamburgers (9)
 - barquettes à l'emporter (10)
 - autre (11)
-

proddiet Vous n'êtes plutôt pas satisfait-e de l'offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.) [\\${e://Field/Cafeteria}](#). A quoi pensez-vous en particulier?
Plusieurs réponses possibles

- produits sans viande de porc (1)
 - produits végétariens (2)
 - produits végétaliens (3)
 - produits sans gluten (4)
 - produits sans lactose (5)
 - produits sans sucre (6)
 - produits sans sel (7)
 - produits pauvres en graisse (8)
 - autres (9)
-

prix Vous n'êtes plutôt pas satisfait-e du prix des produits [\\${e://Field/Cafeteria}](#). A quel(s) produit(s) pensez-vous en particulier? *Plusieurs réponses possibles*

- boissons froides (1)
 - boissons chaudes (2)
 - viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers (3)
 - sandwiches variés (4)
 - assiette de crudités (5)
 - buffet de salade (6)
 - assiettes du jour (7)
 - menus du jour (8)
 - pizzas, quiches, ramequins, nuggets, hamburgers (9)
 - barquettes à l'emporter (10)
 - autre (11)
-

satisfdiet Vous n'êtes plutôt pas satisfait-e de l'équilibre diététique des produits [\\${e://Field/Cafeteria}](#). Ceux-ci sont-ils ? *Plusieurs réponses possibles*

- trop sucrés (1)
 - trop salés (2)
 - trop gras (3)
 - autre (4)
-

End of Block: 3. Evaluation - suite



Start of Block: 4. Evaluation - suite

forts Quel est le point fort de la restauration sur le campus ?
(Veuillez préciser si cela concerne une cafétéria en particulier.)



faibles Quel est le point faible de la restauration sur le campus ?
(Veuillez préciser si cela concerne une cafétéria en particulier.)



End of Block: 4. Evaluation - suite



Start of Block: 5. Budget

budget_bis

Combien dépensez-vous en moyenne dans les cafétérias, restaurant ou distributeurs automatiques de l'UNIL, chaque jour que vous êtes présent-e sur le campus? Veuillez répartir vos dépenses journalières dans les 3 catégories suivantes :

(Faire une moyenne journalière si vos dépenses varient d'un jour à l'autre.)

	dépenses en Frs (1)
boissons (y compris café, thé, etc.) (1)	
repas (menu, sandwich, salade, etc.) (6)	
autres (chocolat, viennoiseries, dessert hors menu, etc.) (7)	

paieplus Combien seriez-vous prêt-e à payer en plus pour un repas à la cafétéria ou au restaurant de l'UNIL ?

avec des ingrédients issus de l'agriculture biologique (bio) (paieplus_1)	▼ 0 ct (10) ... plus de 3.00 Frs (18)
avec de la viande suisse (paieplus_4)	▼ 0 ct (10) ... plus de 3.00 Frs (18)
avec du poisson venant d'Europe (paieplus_5)	▼ 0 ct (10) ... plus de 3.00 Frs (18)
avec des légumes de saison (paieplus_6)	▼ 0 ct (10) ... plus de 3.00 Frs (18)
sans produits manufacturés ou transformés (paieplus_7)	▼ 0 ct (10) ... plus de 3.00 Frs (18)

End of Block: 5. Budget

 Start of Block: 6. Diet

diet Certaines personnes, par choix ou par nécessité, observent des spécificités alimentaires. Vous-même, en observez-vous une ou plusieurs des suivantes?

Plusieurs réponses possibles

- pas de spécificités alimentaires (1)
 - pas de viande de porc (2)
 - fléxitarien (mange occasionnellement viande et poisson) (3)
 - pescétarien ou pesco-végétarien (mange poisson et fruits de mer, mais pas de viande) (4)
 - végétarien (ne mange ni viande, ni poisson, ni fruits de mer) (5)
 - végétalien (ne mange aucun produit d'origine animale) (6)
 - sans gluten (7)
 - sans lactose (8)
 - sans sucre (9)
 - sans sel (10)
 - pauvre en graisse (11)
 - autre (12)
-

viande À quelle fréquence choisissez-vous un repas sans viande à la cafétéria ou au restaurant de l'UNIL ? Sur 10 repas, combien de fois cela vous arrive-t-il ?

- 0 fois (0)
 - 1 (1)
 - 2 (2)
 - 3 (3)
 - 4 (4)
 - 5 (5)
 - 6 (6)
 - 7 (7)
 - 8 (8)
 - 9 (9)
 - 10 fois (10)
-

End of Block: 6. Diet

Start of Block: 7. Sociodémo

sexe Pour finir, nous allons vous poser quelques questions sur vous-même.
Veuillez nous indiquer votre sexe

- féminin (1)
 - masculin (2)
-

annee Veuillez indiquer votre date de naissance.

▼ 2002 (0) ... 1915 (87)

depuis Depuis quelle année étudiez-vous/travaillez-vous à l'UNIL?

▼ 2018 (0) ... 1930 (88)

faculte A quelle Faculté ou service êtes-vous principalement rattaché-e?

- Faculté de biologie et de médecine (FBM) (1)
 - Faculté de droit, des sciences criminelles et de l'administration publique (2)
 - Faculté de théologie et de sciences des religions (3)
 - Faculté des géosciences et de l'environnement (GSE) (4)
 - Faculté des hautes études commerciales (HEC) (5)
 - Faculté des lettres (6)
 - Faculté des sciences sociales et politiques (SSP) (7)
 - Direction et ses services (8)
 - autre (9)
-

statut Statut

- étudiant-e (1)
 - assistant-e (2)
 - chargé-e de cours / de recherche / privat-docent (PD) (3)
 - maître assistant-e (MA) (4)
 - maître d'enseignement et de recherche (MER) (5)
 - professeur-e (6)
 - personnel administratif et technique (PAT) (7)
 - collaborateur-trice scientifique (8)
 - autre (9)
-

cycle En quelle cycle d'études êtes-vous inscrit-e?

- bachelor (1)
 - master (2)
 - doctorat (3)
-

bachelor En quelle année de bachelor êtes-vous inscrit-e?

- 1ère année (1)
- 2ème année (2)
- 3ème année (3)
-

commentgen Avez-vous des commentaires à ajouter sur cette enquête ou sur tout autre point en lien avec la restauration sur le campus de Dorigny?

End of Block: 7. Sociodémo
