

Boris Wernli
Chef de l'unité Enquêtes, FORS

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

Rapport final

Lausanne, février 2014

Table des matières

1	Résumé	3
	Un taux de réponse élevé : 39%	3
	Des utilisateurs en majorité satisfaits, avec quelques points à améliorer	3
	Des habitudes variant d'un jour à l'autre et une forte sollicitation des cafétérias	4
	Des utilisateurs soucieux du contenu de leur assiette	4
2	Descriptif de l'enquête	5
2.1	Introduction	5
2.2	Population concernée et taux de réponse	5
2.3	Profil des répondants	6
2.4	Structure et durée de l'enquête	7
2.5	Interprétation des résultats : intervalles de confiance et marges d'erreur	8
3	Résultats	9
3.1	Lieu et provenance des repas	9
3.2	Utilisation des points micro-ondes	11
3.3	Horaire des repas	12
3.4	Les cafétérias utilisées le plus fréquemment	12
3.5	Satisfaction de l'offre des cafétérias du campus	12
3.6	Les raisons d'insatisfaction quant à l'offre des cafétérias	14
3.7	Diminuer le temps d'attente aux caisses	15
3.8	Évaluation de l'offre à l'UNIL par rapport à d'autres cafétérias	15
3.9	Les raisons de la non-utilisation des cafétérias du campus	16
3.10	Spécificités alimentaires	17

1 Résumé

Un taux de réponse élevé : 39%

FORS a été mandaté par la Commission de la Restauration (CRUNIL) et la FAE, avec le soutien de la Direction de l'UNIL, pour mener une enquête par questionnaire destinée à évaluer l'offre et les besoins en matière de restauration sur le campus de l'UNIL. Le questionnaire, comprenant 30 questions et complété en moyenne en 8.4 minutes, a été adressé à la mi-novembre 2013 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, 5939 questionnaires ont été intégralement complétés en l'espace de trois semaines, ce qui constitue un taux de réponse élevé (39.0%), et une base fiable pour une telle évaluation.

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 plutôt bon, avec une moyenne dépassant le point central (5) pour la plupart des critères considérés et une proportion de personnes satisfaites (6 à 10 sur l'échelle) supérieure à 50%, voire 60%, pour la plupart des dimensions.

Ainsi le goût des repas et produits (moyenne de 6.0), leur aspect (6.3), la quantité dans les assiettes ou portions (6.4), ainsi que leur prix (6.0) sont le plus souvent évalués positivement. Il en va de même pour la diversité de l'offre (5.9), l'équilibre diététique, la saisonnalité et la provenance des produits (5.8).

Certains aspects sont toutefois plus controversés, même si le nombre de répondants montre que plusieurs de ces arguments sont peu pertinents pour une partie des interviewés, qui ne répondent pas à la question.

Le renouvellement de l'offre est déjà moins apprécié, avec 51% de satisfaits et 38% d'insatisfaits, et toutefois une moyenne de 5.3. Même constat pour l'offre pour les spécificités alimentaires (végétarien, gluten, etc.), avec 48% de satisfaits, 41% d'insatisfaits et 5.1 de moyenne. L'évaluation globale devient cependant négative pour l'information sur la valeur énergétique des produits (3.0 de moyenne) et le contenu spécifique (3.7), ainsi que dans une moindre mesure pour la provenance des produits (4.7), avec toutefois des effectifs nettement moins importants, signe d'indifférence pour une partie des répondants.

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.

Les résultats sont généralement bons concernant la propreté du local (moyenne de 7.3), l'amabilité et la disponibilité du personnel (6.9), le temps d'attente au retour des plateaux (6.5), et aux caisses (6.0).

La situation est plus mitigée pour le temps d'attente aux stands ou plats (5.1), voire évaluée de manière plutôt négative concernant la tranquillité du local (4.6 et 47% d'insatisfaits) et les places disponibles (4.3, 53% d'insatisfaits).

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 56% de répondants estimant que la situation est meilleure sur le campus de Dorigny qu'ailleurs, contre seulement 27% qu'elle est moins bonne.

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

L'étude montre tout d'abord que les repas de midi achetés dans les cafétérias, le restaurant et les commerces de l'UNIL et consommés sur place ressortent globalement comme le cas le plus fréquent (3 fois et plus par semaine pour 41% des répondants), et que les infrastructures de restauration universitaires constituent un acteur dominant dans la restauration universitaire (seuls 9% s'y rendent moins d'une fois par semaine, que ce soit pour consommer ou acheter leur repas). Toutefois, minoritaires sont les personnes achetant et consommant tous ou presque tous leurs repas de midi à la cafétéria (23% entre 4 et 5 fois par semaine), et nombre d'entre elles ont des habitudes variant d'un jour à l'autre. Ainsi 31% des répondants achètent au moins une fois par semaine leur repas à la cafétéria et le consomment dans un autre lieu. 35% d'entre eux apportent leur pique-nique et le mangent à la cafétéria au moins une fois par semaine. 29% apportent leur pique-nique et le mangent dans un autre lieu à l'UNIL à la même fréquence, de même que 40% qui prennent leur repas ailleurs au moins hebdomadairement.

Dans cette perspective, les points micro-ondes gérés par la FAE se révèlent très utiles, avec 53% des personnes apportant leur pique-nique qui déclarent les employer régulièrement (38% 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 (31%), mais aussi pour les pique-niques (32%). Les bureaux sont aussi largement utilisés, tant dans le premier cas (20%) que pour les pique-niques (13%), ainsi que les couloirs et halls (respectivement 14% et 19%) et les salles de cours (19% et 14%).

Concernant les repas pris hors campus, le domicile des répondants vient largement en tête (62%), suivi de l'EPFL (14%) et d'autres restaurants/cafétérias (12%).

Les personnes ne fréquentant pas (ni achat, ni consommation sur place) les cafétérias de l'UNIL ont été interrogées sur les raisons de ce choix (plusieurs réponses possibles). Ce sont le prix (33%), la tranquillité du local (27%), les places disponibles (26%), le temps d'attente aux stands/plats (26%) qui sont le plus évoqués, avec plus d'un quart des réponses, suivis de peu par le fait qu'une partie des répondants préfèrent être chez eux (23%), le goût des produits (22%) et le temps d'attente aux caisses (22%).

Des utilisateurs soucieux du contenu de leur assiette

L'enquête montre encore que si 69% des personnes interrogées n'indiquent aucune spécificité alimentaire, nombre d'entre elles (31%) sont plutôt soucieuses du contenu de leur assiette, que ce soit par choix ou par obligation. 11% des répondants se disent flexitariens, et mangent occasionnellement viande et poisson, 10% font attention à la graisse, 6% ne mangent pas de viande de porc, 5% sont allergiques au lactose, 4% sont végétariens (et ne mangent ni viande, ni poisson, ni fruits de mer), auxquels s'ajoutent 3% de pescétariens ou pesco-végétariens (qui mangent poisson et fruits de mer, mais pas de viande), 3% sont allergiques au gluten, 2% mangent sans sucre, 1% sans sel et 1% sont végétaliens purs et ne mangent aucun produit d'origine animale.

2 Descriptif de l'enquête

2.1 Introduction

FORS a été mandaté par la Commission de la Restauration (CRUNIL) et la FAE, avec le soutien de la Direction de l'UNIL, pour mener une enquête destinée à évaluer l'offre et les besoins en matière de restauration sur le campus de l'UNIL.

Le questionnaire utilisé pour cette enquête a été conçu par FORS en collaboration avec la CRUNIL et la FAE. Programmé sur le logiciel LimeSurvey en français et en anglais, il a été placé en ligne, avec un lien envoyé par courrier électronique à ses destinataires le 14.11.2013. Outre l'envoi principal, deux rappels ont été adressés (21.11 et 2-3.12), 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 15.12.2013.

2.2 Population concernée et taux de réponse

Le questionnaire a été adressé par courrier électronique aux 15250¹ 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 Informatique², 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 15250 personnes, 21 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 15229 personnes restantes, 6258 ont répondu au moins aux 5 premières questions (obligatoires) de l'enquête, dont 5939 l'ont valablement complétée, en parcourant l'ensemble du questionnaire, les 319 restants ayant été généralement très vite abandonnés.

Ceci nous donne un taux de réponse de 41.1% en prenant en compte l'ensemble des réponses, et de 39.0% si nous ne considérons que les questionnaires intégralement retournés, qui feront l'objet de l'analyse du présent rapport.

Ce taux est élevé pour une enquête en ligne, auprès d'une population fréquemment sollicitée et ayant généralement un important courrier à gérer, comme celle des enseignants de l'UNIL. On peut le comparer par exemple aux 36% de questionnaires intégralement retournés de l'enquête réalisée en 2012 auprès des utilisateurs des prestations et équipements audio-visuels dans les salles de cours de l'UNIL³.

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 53.0% de l'ensemble des questionnaires valablement complétés, auxquels s'ajoutent les 30.8% supplémentaires dus au premier rappel et les 16.2% imputables au second.

¹ Le fichier fourni par le Centre Informatique de l'UNIL comprenait 17'633 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.

² Nous tenons ici à remercier Monsieur Jacques Guélat, responsable du Groupe Conseils et Etudes du Centre Informatique de l'UNIL, pour son aide décisive dans ce projet ainsi que sa disponibilité.

³ Enquête sur les prestations et équipements audiovisuels dans les salles de cours de l'Université de Lausanne, FORS, 2012, rapport non publié.

2.3 Profil des répondants

Le fait de disposer d'informations de base sur l'ensemble des personnes sollicitées et de pouvoir identifier les répondants à l'aide d'un code personnalisé (« token ») 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 1, 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 1 – Taux de participation à l'enquête, effectifs et pourcentages en colonne des participants pour différents sous-groupes (questionnaires intégralement complétés)

catégories	taux de participation	nombre de participants	% en colonne pour chaque catégorie
total	39%	5939	100%
femmes	43%	3558	60%
hommes	34%	2381	40%
			100%
24 ans et moins	39%	3305	56%
25-34 ans	38%	1568	26%
35-44 ans	37%	513	9%
45-54 ans	43%	358	6%
55 et plus	46%	195	3%
			100%
étudiants	37%	4120	69%
étudiants doctorants	36%	585	10%
invités (organisations hébergées: IDHEAP, FORS, etc.)	41%	218	4%
personnel	53%	1016	17%
			100%

Les femmes ont plus souvent participé à l'enquête que les hommes (43% contre 34%), de même que les personnes âgées de 45 ans et plus (43% pour les 45-54 ans, 46% pour les 55 ans et plus). Ceci se confirme au niveau du statut des personnes interrogées, le personnel de l'Université enregistrant un taux de participation de 53%, contre 37% pour les étudiants.

Parmi les étudiants, on enregistre une certaine hétérogénéité, avec une participation plus élevée à l'Ecole des Sciences Criminelles (43%), en Théologie (42%) et SSP (41%), et moindre pour les HEC (30%). Il en va de même pour le personnel de l'UNIL, avec une participation très élevée parmi le personnel des secrétariats (75% pour les secrétaires d'unité et de direction) et moindre parmi le personnel enseignant (43% pour les maîtres-assistants par exemple).

L'information disponible pour tous ne permet pas une analyse plus fine de la participation, mais nous retiendrons de la Table 1 que les femmes, le personnel de l'UNIL et les personnes de 45 ans et plus montrent une participation un peu plus forte à l'enquête. Nous verrons que ces groupes n'utilisent pas plus les cafétérias et restaurants du campus que les autres, comme nous l'avons tout d'abord supposé, mais qu'ils montrent une tendance à les fréquenter un peu moins que les autres et à se montrer légèrement plus critiques au regard de l'offre.

Etant donné les taux de réponse différenciés selon les catégories précitées, la question d'une pondération⁴ des résultats s'est posée, afin de faire correspondre la structure de base de l'échantillon des répondants à l'enquête à celle des personnes contactées, sur des critères objectifs et connus. A des fins de contrôle, une pondération basée sur le genre et le statut des personnes interrogées a été calculée et appliquée aux résultats pour vérifier si la sous-représentation numérique de certains groupes avait un impact sur l'évaluation générale. Il s'est avéré que ce n'était pas le cas, et que les chiffres étaient sensiblement égaux, avec ou sans pondération. L'enquête sur la restauration à l'UNIL devant normalement être répétée régulièrement, et le calcul d'une pondération variant de cas en cas et entraînant une complication supplémentaire dans les calculs et interprétations, il a été décidé d'y renoncer.

2.4 Structure et durée de l'enquête

Au niveau du contenu, le questionnaire est constitué de plusieurs parties, reprises 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, taille des portions). En outre, chaque série de questions était suivie d'un champ textuel permettant d'exprimer son opinion.

Ont aussi été abordés l'utilisation et la satisfaction des points micro-ondes gérés par la FAE, 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. De même, plusieurs options destinées à diminuer le temps aux caisses ont été soumises à l'évaluation des répondants. Une partie sociodémographique destinée à fournir un portrait des personnes interrogées conclut l'enquête.

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 5% des répondants (274 cas) ont choisi l'anglais, ce qui n'est pas négligeable.

En tout, le questionnaire comportait 30 questions ou groupes de questions, avec une durée moyenne de 8.4 minutes⁵ pour ceux valablement complétés, c'est-à-dire 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 vi-

⁴ Une pondération consiste à donner un poids différent aux répondants à l'enquête, déterminé par leur propension à participer à celle-ci, sur la base de critères connus pour tous ; les personnes sous-représentées dans l'enquête se voient attribuer une importance plus grande, afin de contrebalancer leur déséquilibre numérique.

⁵ Certains questionnaires ayant été entamés et finis plusieurs heures, voire jours après avoir été initiés, une durée arbitraire de 40 minutes, objectivement très supérieure au temps nécessaire pour remplir l'enquête, a été fixée afin de calculer une moyenne.

siblement été remplis avec le plus grand soin et nombre de commentaires textuels, ce qu'atteste l'écart-type élevé de 5.3 minutes. La médiane, moins sensible aux observations extrêmes, s'établit à 6.9 minutes.

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 (39%) 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 2, portant sur les questionnaires remplis intégralement, présente la distribution⁶ 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 41% des répondants. Moins du quart (24%) des répondants le font moins d'une fois par semaine ou jamais.

Les autres modes de se restaurer sont nettement plus rares, avec une proportion variant entre 60% et 71% 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 à la cafétéria ou au restaurant. 31% 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. 35% d'entre eux apportent leur pique-nique et le mangent à la cafétéria au moins une fois par semaine. 29% apportent leur pique-nique et le mangent dans un autre lieu à l'UNIL à la même fréquence, de même que 40% qui prennent leur repas ailleurs au moins hebdomadairement.

Finalement, rares sont les personnes prenant tous ou presque tous leurs repas de midi à la cafétéria (23% 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 9% 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.

*Table 2 – Lieu et provenance des repas - % se sommant à 100% en ligne –
n=5939*

	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	24%	18%	17%	18%	13%	10%	100%
repas acheté à la cafétéria/commerces de l'UNIL et consommé dans un autre lieu à l'UNIL	69%	18%	8%	3%	1%	1%	100%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé à la cafétéria de l'UNIL	65%	14%	9%	6%	4%	2%	100%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans un autre lieu à l'UNIL	71%	13%	7%	4%	3%	2%	100%
repas pris dans un autre lieu hors UNIL	60%	16%	10%	6%	4%	4%	100%

⁶ Les réponses sont globalement cohérentes entre elles, avec un contrôle qui révèle que 94% des répondants indiquent au maximum 7 repas de midi par semaine, ce qui est possible étant donné l'ouverture de certaines cafétérias aussi durant le week-end. 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.

La table 3 reprend et résume certains chiffres de la table 2 ; elle détaille aussi le lieu et la provenance du repas pour certains groupes qui se distinguent notablement⁷ quant à leurs habitudes de consommation.

On constate ainsi que les femmes fréquentent légèrement moins souvent la cafétéria que les hommes (33% y vont 3 fois et plus par semaine, contre 53% de ces derniers). Par contre, elles apportent plus fréquemment leur pique-nique, que ce soit dans une des cafétérias de l'UNIL (44% au moins une fois par semaine, contre 22%) ou dans un autre lieu sur le campus (35% contre 21%). Les étudiants se distinguent en apportant aussi plus souvent leur pique-nique à la cafétéria (43% au moins une fois par semaine), ce qui est largement moins le cas du personnel (15%). Ce dernier se distingue essentiellement en consommant plus souvent son pique-nique dans un autre lieu sur le campus (34% au moins une fois par semaine) et en prenant moins souvent son repas hors campus (29% au moins une fois par semaine, contre 43% pour les étudiants). Finalement, l'ancienneté sur le campus joue aussi un rôle, avec une tendance à prendre plus souvent le repas hors campus pour les personnes ayant moins d'une année à l'UNIL (49%), habitude déclinant avec les années d'ancienneté (35% pour ceux fréquentant le campus depuis 4 ans et plus).

Table 3 – Lieu et provenance des repas - % - n variable > 1500

	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	76%	41%
- femmes	72%	33%
- hommes	82%	53%
repas acheté à la cafétéria/commerces de l'UNIL et consommé dans un autre lieu à l'UNIL		
- au total	31%	5%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans une des cafétérias de l'UNIL		
- au total	35%	12%
- femmes	44%	15%
- hommes	22%	6%
- étudiants	43%	15%
- personnel	15%	4%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans un autre lieu à l'UNIL		
- au total	29%	9%
- femmes	35%	11%
- hommes	21%	6%
- étudiants	27%	8%
- personnel	34%	12%
repas pris dans un autre lieu hors UNIL		
- au total	40%	14%
- étudiants	43%	15%
- personnel	29%	9%
- moins d'une année à l'UNIL	49%	17%
- 4 ans et plus à l'UNIL	35%	13%

⁷ Différence statistiquement significative et moyenne à forte.

La table 4 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 (31%), mais aussi pour les pique-niques (32%). Les bureaux sont aussi largement utilisés, tant dans le premier cas (20%) que pour les pique-niques (13%), ainsi que les couloirs et halls (respectivement 14% et 19%) et les salles de cours (19% et 14%).

Concernant les repas pris hors campus, le domicile des répondants vient largement en tête (62%), suivi de l'EPFL (14%) et d'autres restaurants/cafétérias (12%).

Naturellement, ces lieux diffèrent selon les catégories d'utilisateurs, avec un fort usage des locaux des instituts/groupes par le personnel (50% des repas achetés à la cafétéria et consommés ailleurs, 61% des pique-niques), ainsi que des bureaux (respectivement 42% et 30%). Les étudiants utilisent de leur côté plus souvent les couloirs (respectivement 24% et 30%), ainsi que les salles de cours (32% et 21%).

Table 4 – Lieu le plus fréquent des repas hors cafétéria, pour différentes configurations - % se sommant à 100% en colonne – n=1338 à 1594

	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	31%		32%
dans votre bureau	20%		13%
à la Mezzanine (espace pique-nique) de l'Unithèque	2%		5%
à la CAP	4%		5%
dans les couloirs/halls	14%		19%
dans les salles de cours	19%		14%
dans la nature	5%		5%
au CHUV		3%	
à l'EPFL		14%	
dans un autre restaurant/cafétéria hors du campus		12%	
à domicile		62%	
dans un autre lieu	5%	9%	7%
Total	100%	100%	100%

3.2 Utilisation des points micro-ondes

La question de l'utilisation des points micro-ondes gérés par la FAE, 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 53% des personnes apportant leur pique-nique déclarent les utiliser régulièrement.

Pour ces utilisateurs réguliers, la fréquence d'utilisation est assez élevée, avec 38% d'entre eux les employant 3 fois par semaine ou plus (table 5).

Table 5 – Fréquence d'utilisation des points micro-ondes de la FAE – n=1500

	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 de la FAE	7%	28%	27%	21%	10%	7%	100%

Une question supplémentaire posée aux utilisateurs réguliers des points micro-ondes portait sur la satisfaction quant à la propreté de ceux-ci ; le niveau de satisfaction général sur l'échelle allant de 0 (pas du tout satisfait) à 10 (tout à fait satisfait) est assez élevé, avec une moyenne de 7.0.

3.3 Horaire des repas

Une question traite de l'horaire des repas dans les cafétérias et le restaurant ; il s'avère que 56% des répondants mangent entre 12h et 12h30, 20% avant 12h et 24% après 12h30. Cette information sera à mettre en relation avec les données sur la satisfaction que nous abordons dans le point suivant.

3.4 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 dans 29% des cas, et 26% en second lieu. Vient ensuite la cafétéria de Géopolis (21% et 16%), celle de l'Amphimax (15% et 19%), de l'Anthropole (14% et 16%), puis de l'Internef (10% et 8%). Les autres lieux sont cités de manière plus marginale, avec chaque fois moins de 10% des cas (table 6).

Table 6 – Cafétéria, restaurant ou commerce le plus fréquemment utilisé, en premier lieu et en second lieu – n= respectivement 5298 et 4692

	cafétéria la plus utilisée	cafétéria la plus utilisée en second lieu
cafétéria de l'Unithèque	29%	26%
cafétéria de Géopolis	21%	16%
cafétéria de l'Amphimax	15%	19%
cafétéria de l'Anthropole	14%	16%
cafétéria de l'Internef	10%	8%
cafétéria du Batochime	3%	2%
restaurant de Dorigny	3%	5%
cafétéria du Centre Sport et Santé	1%	1%
Sur le pouce (stand de sandwiches chauds), Anthropole	1%	2%
Epicentre (l'épicerie de l'UNIL), Anthropole	1%	1%
CAP, Anthropole	1%	1%
Zélig, Géopolis	1%	3%
Total	100%	100%

3.5 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 7).

Table 7 – 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	4829	6.0	2.4	25 %	64 %
aspect des produits	4773	6.3	2.4	22 %	67 %
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	4553	5.8	2.6	30 %	58 %
saisonnalité des produits	4130	5.8	2.7	29 %	59 %
provenance des produits	3107	5.8	2.8	29 %	58 %
quantité dans les assiettes/portions	4703	6.4	2.7	23 %	68 %
diversité de l'offre	4779	5.9	2.9	32 %	59 %
renouvellement/rotation de l'offre	4566	5.3	3.0	38 %	51 %
offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	3091	5.1	3.2	41 %	48 %
informations sur la valeur énergétique (calories) des produits	3210	3.0	2.8	70 %	20 %
information sur la provenance des produits	3556	4.7	3.1	47 %	42 %
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes)	3099	3.7	3.0	60 %	28 %
prix des repas/produits	4722	6.0	2.8	29 %	61 %

Il en ressort que le niveau de satisfaction est généralement plutôt 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% pour certaines dimensions.

Ainsi le goût des produits (6.0), leur aspect (6.3), la quantité dans les assiettes ou portions (6.4), ainsi que le prix des repas ou produits (6.0) sont le plus souvent évalués positivement. Il en va de même pour la diversité de l'offre (5.9), l'équilibre diététique, la saisonnalité et la provenance des produits (5.8).

Certains aspects sont toutefois plus controversés et parfois considérés comme problématiques, même si le nombre de répondants montre que plusieurs de ces arguments sont peu pertinents pour une partie des interviewés, qui ne répondent pas à la question.

Le renouvellement de l'offre est déjà moins apprécié, avec 38% d'insatisfaits, 51% de satisfaits, mais toutefois une moyenne de 5.3. Même constat pour l'offre pour les spécificités alimentaires (végétarien, gluten, etc.), avec 41% d'insatisfaits et 5.1 de moyenne.

L'évaluation globale devient cependant négative pour l'information sur la valeur énergétique des produits (3.0 de moyenne) et le contenu spécifique (3.7), ainsi que dans une moindre mesure pour la provenance des produits (4.7), avec toutefois des effectifs nettement moins importants, signe d'indifférence pour une partie des répondants.

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 8).

Les résultats sont généralement bons concernant la propreté du local (moyenne de 7.3), l'amabilité et la disponibilité du personnel (6.9), le temps d'attente au retour des plateaux (6.5), et aux caisses (6.0).

La situation est plus mitigée pour le temps d'attente aux stands ou plats (5.1), voire évaluée de manière plutôt négative concernant la tranquillité du local (4.6 et 47% d'insatisfaits) et les places disponibles (4.3, 53% d'insatisfaits).

On remarquera toutefois l'écart-type parfois important dans les tables 7 et 8, 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 de trouver des solutions adaptées.

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

	N	Moyenne	Ecart type	% d'insatisfaits (0 à 4)	% de satisfaits (6 à 10)
places disponibles	4958	4.3	2.7	53%	35%
temps d'attente aux stands/plats	4849	5.1	2.6	40%	48%
temps d'attente aux caisses	4894	6.0	2.6	26%	62%
temps d'attente au retour des plateaux (chariots ou tapis)	4444	6.5	2.8	24%	67%
tranquillité du local	4854	4.6	2.8	47%	39%
propreté du local	4918	7.3	2.1	11%	81%
amabilité et disponibilité du personnel	4923	6.9	2.9	20%	73%

Outre les appréciations globales, certains sous-groupes de personnes se distinguent notablement⁸ dans leur évaluation.

Concernant l'offre, les étudiants sont généralement plus satisfaits du goût des produits que le personnel (6.3 contre 5.6). Dans le même sens, l'ancienneté sur le campus a un fort impact, les nouveaux arrivants (moins d'une année) étant plus satisfaits (6.8) que les personnes depuis plus longtemps sur le campus (5.5 pour celles fréquentant l'UNIL depuis 4 ans et plus). Le même constat⁹ est valable, et dans une mesure similaire pour 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 5.2 et 6.5), tandis que la quantité des produits est jugée plus sévèrement par les hommes (5.7, contre 7.0 pour les femmes). Finalement, les prix sont évalués moins favorablement par les jeunes (6.0 pour les 24 ans et moins, 5.5 pour les 25-34 ans), que par les personnes d'âge mûr (7.1 pour les 55 ans et plus).

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

Les critiques relatives aux places disponibles sont plus souvent le fait des étudiants (4.2) et des personnes mangeant entre 12h et 12h30 (3.9), la satisfaction étant supérieure pour le personnel (4.7) et ceux prenant leurs repas avant 12h (4.6) ou après 13h30 (5.0). Idem¹⁰, et dans une mesure similaire concernant l'attente aux plats ou stands.

La tranquillité des locaux est plus souvent critiquée par le personnel (3.7) que les étudiants (4.9). Ceci se confirme au niveau de l'âge, les plus jeunes (jusqu'à 24 ans) étant moins dérangés (5.0) que les personnes au-dessus de la quarantaine (3.3 pour les 45-54, 3.8 pour les 55+).

Finalement, l'amabilité et la disponibilité du personnel sont perçues un peu moins positivement par les étudiants (6.7) que par le personnel (7.6), ce qui est aussi illustré par des évaluations différentes selon l'âge (6.6 jusqu'à 24 ans, 8.1 pour les 55+).

3.6 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.

⁸ Différences statistiquement significatives et écart moyen à fort.

⁹ 6.5 pour les étudiants, 5.9 pour le personnel, 7.0 pour les « nouveaux », 5.8 pour les plus anciens.

¹⁰ 4.9 pour les étudiants, 5.7 pour les autres, 4.7 pour les repas pris entre 12 et 12h30, 5.5 avant 12h, 5.7 après 12h30.

La table 9, ordonnée par les raisons de non-satisfaction en raison du goût, montre que plusieurs produits sont critiqués sur les deux aspects, à savoir les sandwiches (62% en raison du goût et 51% en raison du prix), assiettes du jour (53% et 41%) et menus du jour (51% et 44%), et dans une moindre mesure les barquettes à l'emporter (36% et 28%) et buffets de salade (29% et 39%).

Les boissons froides sont critiquées plutôt pour leur prix (37%), ainsi que les viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers (31%). Les boissons chaudes restent relativement épargnées par la critique (6% et 13%).

Table 9 – Raisons invoquées pour l'insatisfaction, en raison du goût et du prix – n=respectivement 1188 et 1360

	% de non-satisfaits en raison du goût	% de non-satisfaits en raison du prix
sandwichs variés	62%	51%
assiettes du jour	53%	41%
menus du jour	51%	44%
barquettes à l'emporter	36%	28%
buffet de salade	29%	39%
assiette de crudités	23%	21%
pizzas, quiches, ramequins, nuggets, hamburgers	22%	27%
viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers	18%	31%
boissons chaudes	6%	13%
boissons froides	2%	37%

En ce qui concerne l'insatisfaction liée à la quantité dans les assiettes ou portions (0 à 4 sur l'échelle, 23% d'insatisfaits, voir table 7), une question complémentaire permet de constater qu'elle s'avère liée à une quantité insuffisante dans la quasi-totalité (96%) des cas.

3.7 Diminuer le temps d'attente aux caisses

Afin de diminuer le temps d'attente aux caisses aux heures de pointe, plusieurs options ont été envisagées et soumises au verdict des répondants. Les personnes fréquentant les cafétérias de l'UNIL ont été questionnées quant à l'opportunité de l'introduction de deux mesures. Celles-ci sont rejetées assez largement ; seuls 18% des répondants sont d'accord de rendre la campus card (porte-monnaie électronique) obligatoire pour le paiement à la plupart des caisses, et 30% se déclarent en faveur de l'introduction d'une différence de prix selon que l'on paie avec la campus card ou non.

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

Finalement, 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 10), 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 56% de répondants estimant que la situation est meilleure sur le campus de Dorigny (moyenne de 5.7) qu'ailleurs, et seulement 27% 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 (6.4) chez les nouveaux arrivants (moins d'une année), et baisse graduellement (5.5 pour les personnes depuis 4 ans et plus à l'UNIL).

Table 10 – 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 »	4781	5.7	2.3	27%	56%

3.9 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 11 présente les raisons invoquées par ces personnes, ordonnées selon leur fréquence de citation ; plusieurs réponses étaient possibles.

Ce sont le prix (33%), la tranquillité du local (27%), les places disponibles (26%), le temps d'attente aux stands/plats (26%) qui sont le plus évoqués, avec plus d'un quart des réponses, suivis de peu par le fait qu'une partie des répondants préfèrent être chez eux (23%), le goût des produits (22%) et le temps d'attente aux caisses (22%). Les autres raisons sont citées moins souvent. On peut encore constater que les raisons sont souvent multiples, avec une moyenne de 3 motifs invoqués par personne sur l'ensemble de la liste.

Table 11 – Raisons invoquées pour la non-utilisation des cafétérias de l'UNIL – n=542

raisons	%
prix des repas/produits	33 %
tranquillité du local	27 %
places disponibles	26 %
temps d'attente aux stands/plats	26 %
préfère être chez soi	23 %
goût des produits	22 %
temps d'attente aux caisses	22 %
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	15 %
diversité de l'offre	15 %
a envie de changer de cadre	15 %
aspect des produits	11 %
amabilité et disponibilité du personnel	9 %
renouvellement/rotation de l'offre	8 %
offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	8 %
quantité dans les assiettes/portions	7 %
obligations familiales ou autres	7 %
provenance des produits	6 %
saisonnalité des produits	5 %
information sur la provenance des produits	5 %
temps d'attente au retour des plateaux (chariots ou tapis)	5 %
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.)	4 %
propreté du local	4 %
préfère ne pas manger avec ses collègues	3 %
informations sur la valeur énergétique (calories) des produits	2 %

Une analyse détaillée révèle que les étudiants sont plus rebutés par le prix des repas et produits (40% des étudiants non-utilisateurs l'invoquent, contre 23% pour les employés de l'UNIL), les places disponibles (32% contre 16%) et le temps d'attente aux stands ou plats (31% contre 19%). C'est par contre la tranquillité des locaux qui dé-

range le plus le personnel de l'UNIL (35% des non-utilisateurs l'invoquent, contre 22% chez les étudiants).

3.10 Spécificités alimentaires

Un autre aspect évalué dans le questionnaire portait sur les spécificités alimentaires. La table 12, ordonnée par la fréquence des réponses citées (plusieurs réponses possibles), montre que si 69% des personnes interrogées n'indiquent aucune spécificité alimentaire, nombre d'entre elles (31%) suivent une sorte de régime, que ce soit par choix ou par obligation.

Table 12 – Spécificités alimentaires – n=5939

	%
pas de spécificités alimentaires	69%
fléxitarien (mange occasionnellement viande et poisson)	11%
pauvre en graisse	10%
pas de viande de porc	6%
sans lactose	5%
végétarien (ne mange ni viande, ni poisson, ni fruits de mer)	4%
pescétarien ou pesco-végétarien (mange poisson et fruits de mer, mais pas de viande)	3%
sans gluten	3%
sans sucre	2%
sans sel	1%
végétalien (ne mange aucun produit d'origine animale)	1%

Ainsi, 11% des répondants se disent fléxitariens, et mangent occasionnellement viande et poisson, 10% font attention à la graisse, 6% ne mangent pas de viande de porc, 5% sont allergiques au lactose, 4% sont végétariens (qui ne mangent ni viande, ni poisson, ni fruits de mer), auxquels s'ajoutent 3% de pescétariens ou pesco-végétariens (qui mangent poisson et fruits de mer, mais pas de viande), 3% sont allergiques au gluten, 2% mangent sans sucre, 1% sans sel et 1% sont végétaliens purs et ne mangent aucun produit d'origine animale.