

Boris Wernli  
Chef de l'unité Enquêtes, FORS

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

Rapport final

Lausanne, mai 2016

## Table des matières

<b>1</b>	<b>Résumé</b>	<b>3</b>
1.1	Un bon taux de réponse : 32%	3
1.2	Des utilisateurs en majorité satisfaits, avec quelques points à améliorer	3
1.3	Des habitudes variant d'un jour à l'autre et une forte sollicitation des cafétérias	4
1.4	Des utilisateurs soucieux 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
<b>2</b>	<b>Descriptif de l'enquête</b>	<b>6</b>
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	8
2.5	Interprétation des résultats : intervalles de confiance et marges d'erreur	9
<b>3</b>	<b>Résultats</b>	<b>11</b>
3.1	Lieu et provenance des repas	11
3.2	Utilisation des points micro-ondes	14
3.3	Les cafétérias utilisées le plus fréquemment	14
3.4	Satisfaction de l'offre des cafétérias du campus	15
3.5	Les raisons d'insatisfaction quant à l'offre des cafétérias	17
3.6	Évaluation de l'offre à l'UNIL par rapport à d'autres cafétérias	18
3.7	Les raisons de la non-utilisation des cafétérias du campus	18
3.8	Points forts et faibles des cafétérias, propositions d'amélioration	20
3.9	Ouverture des cafétérias le soir	21
3.10	Les critères de choix d'un repas à la cafétéria de l'UNIL	22
3.11	Spécificités alimentaires	23
<b>4</b>	<b>Un regard comparatif</b>	<b>24</b>
4.1	Relative stabilité dans les habitudes de consommation	24
4.2	Stabilité dans les lieux de consommation	25
4.3	Légère augmentation de la satisfaction	25
4.4	Plus d'attention aux spécificités alimentaires	27
<b>5</b>	<b>Questionnaires</b>	<b>29</b>

# 1 Résumé

## 1.1 Un bon taux de réponse : 32%

FORS a été mandaté par la Commission de la Restauration (CRUNIL), avec le soutien de la Direction de l'UNIL, pour mener en 2016 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 novembre 2013, 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 de printemps, afin de couvrir l'ensemble de l'année universitaire.

Le questionnaire, comprenant 30 questions reprenait une grande partie des indicateurs utilisés en 2013, afin d'assurer la meilleure comparabilité possible. Il a été adressé au début mars 2016 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, 5157 questionnaires ont été intégralement complétés en l'espace de trois semaines, ce qui constitue un bon taux de réponse (32%), et une base fiable pour une telle évaluation.

## 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 (6.9), leur goût (6.7), la quantité dans les assiettes ou portions (6.7), l'équilibre diététique et la diversité de l'offre (6.3), la saisonnalité (6.2), ainsi que la provenance des produits et l'offre pour spécificité alimentaires (6.0) sont le plus souvent évalués positivement. Viennent ensuite un cran en dessous le renouvellement ou la rotation de l'offre et le prix des repas et produits (5.8).

Certains aspects sont plus controversés ; l'information sur la provenance des produits est légèrement moins appréciée (5.4), tandis que celles sur le contenu spécifique est la moins bien cotée (5.1), avec toutefois des effectifs moins importants, signe que plusieurs de ces arguments sont peu pertinents pour une partie des interviewés, qui ne répondent pas à la question.

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 (7.5), la propreté du local (moyenne de 7.4), le temps d'attente au retour des plateaux (7.0), et aux caisses (6.7).

La situation est évaluée moins positivement pour le temps d'attente aux stands ou plats (6.0), la tranquillité du local (5.0) et les places disponibles (5.0).

Les questions ouvertes relatives à la cafétéria la plus utilisée montrent que parmi les points forts évoqués spontanément, 43% des répondants citent la diversité ou la variété de l'offre, 36% louent l'amabilité et la disponibilité du personnel, 34% la qualité des produits ou d'un produit en particulier, 20% les aspects esthétiques des cafétérias, 19% la proximité avec le lieu de travail, 16% le prix des repas et produits, 16% le temps d'attente, 14% le goût des produits, et 11% les places ou l'espace disponibles.

Parmi les points faibles, viennent en premier lieu le manque de places et d'espace disponibles (39%), puis le prix (32%), le manque de tranquillité (26%), le temps d'attente (21%), la diversité ou variété de l'offre (20%), la qualité des produits ou d'un produit en

particulier (16%), puis le goût des produits (11%) et l'organisation de l'espace, des tables, des files, etc. (10%).

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 63% de répondants estimant que la situation est meilleure sur le campus de Dorigny qu'ailleurs, contre seulement 21% 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 38% des répondants. Environ le quart (27%) 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. 32% 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. 41% d'entre eux apportent leur pique-nique et le mangent à la cafétéria au moins une fois par semaine. 35% apportent leur pique-nique et le mangent dans un autre lieu à l'UNIL à la même fréquence, de même que 39% 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 (22% 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 gérés par la FAE se révèlent très utiles, avec 57% des personnes apportant leur pique-nique qui déclarent les employer régulièrement (44% 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 (34%), mais aussi pour les pique-niques (34%). Les bureaux sont aussi largement utilisés, tant dans le premier cas (22%) que pour les pique-niques (14%), ainsi que les couloirs et halls (respectivement 16% et 19%) et les salles de cours (11% et 11%).

Concernant les repas pris hors campus, le domicile des répondants vient largement en tête (60%), suivi de l'EPFL (16%) et d'autres restaurants/caféterias (13%).

Outre les lieux, les horaires ont aussi leur importance ; l'ouverture du soir des cafétérias serait utile au moins une fois par semaine pour la moitié (53%) des personnes interrogées durant les périodes d'examen et de révisions, et pour 44% en période de cours, alors que durant les vacances, cette proportion tombe à 16%.

### 1.4 Des utilisateurs soucieux du contenu de leur assiette

Une question portant sur les critères de choix d'un repas ou produit à la cafétéria ou au restaurant de l'UNIL, avec la possibilité d'indiquer trois priorités, montre que le goût est le critère le plus mentionné, cité par 71% des répondants. En second lieu viennent ex aequo l'équilibre alimentaire et le prix (relevés chacun par 62% des interviewés).

Après ce trio de tête, les autres critères arrivent loin derrière, avec 23% des répondants citant la quantité, 22% la provenance et la saisonnalité, puis 18% l'aspect et 16% l'alimentation végétarienne.

L'enquête montre que si 57% des personnes interrogées n'indiquent aucune spécificité alimentaire, nombre d'entre elles (43%) suivent une sorte de régime, que ce soit par choix ou par obligation.

Ainsi, 15% des répondants se disent fléxitariens, et mangent occasionnellement viande et poisson, 13% adoptent une alimentation pauvre en graisse, 8% évitent le lactose, 7% ne mangent pas de viande de porc, 5% sont végétariens (qui ne mangent ni viande, ni poisson, ni fruits de mer). À ceux-ci s'ajoutent 3% de pescétariens ou pesco-végétariens (qui mangent poisson et fruits de mer, mais pas de viande), 4% qui sont allergiques au gluten, 3% qui mangent sans sucre, 2% sans sel et 2% de végétaliens purs ne mangeant aucun produit d'origine animale.

## 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 mars 2016 à ceux de novembre 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 de 2013 et de 2016. L'accroissement est très net (5.1 contre 3.7) concernant la satisfaction sur les informations relatives au contenu des repas/produits, mais aussi quant à l'offre pour les spécificités alimentaires (6.0 contre 5.1), l'information sur la provenance des produits (5.4 contre 4.7), le goût des produits (6.7 contre 6.0) et le renouvellement de l'offre (5.8 contre 5.3). Concernant les infrastructures, le temps d'attente aux stands/plats est nettement mieux évalué (6.0 contre 5.1), de même que les places disponibles (5.0 contre 4.3) et le temps d'attente aux caisses (6.7 contre 6.0).

En d'autres termes, une amélioration a été constatée sur les aspects les moins satisfaisants en 2013. Les autres paramètres connaissent une plus grande stabilité.

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 à la cafétéria de l'UNIL (41% au moins une fois par semaine en 2016, contre 35% en 2013) ou ailleurs sur le campus (35% contre 29%). Il en va de même pour les personnes apportant leur pique-nique trois fois par semaine et plus, que ce soit à la cafétéria de l'UNIL (17% en 2016 contre 12% en 2013) ou dans un autre lieu (12% en 2016, contre 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 (57% en 2016, contre 69% en 2013). Aucune des catégories de spécificité alimentaire ne connaît de bond spectaculaire, mais l'on peut constater que la proportion de fléxitariens, qui mangent occasionnellement viande et poisson, augmente de 4 points (15% contre 11%). Il en va de même pour les personnes optant pour une alimentation pauvre en graisse (13% contre 10%), et celles ne mangeant pas de lactose (8% contre 5%). Au final, la proportion de personnes observant une sorte de régime alimentaire augmente nettement, passant de 31% à 43% 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

FORS a été mandaté par la Commission de la Restauration (CRUNIL), avec le soutien de la Direction de l'UNIL, pour mener en 2016 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 novembre 2013, 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 été cette fois menée durant le semestre de printemps, afin de couvrir l'ensemble de l'année universitaire.

Le questionnaire utilisé pour cette enquête a été conçu par FORS en collaboration avec la CRUNIL, et reprenait une grande partie des indicateurs utilisés en 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 1.3.2016. Outre l'envoi principal, deux rappels ont été adressés (9.3 et 17.3), 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 2.4.2016.

### 2.2 Population concernée et taux de réponse

Le questionnaire a été adressé par courrier électronique aux 15948<sup>1</sup> 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<sup>2</sup>, 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 15948 personnes, 49 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 15899 personnes restantes, 5535 ont répondu au moins aux 5 premières questions (obligatoires) de l'enquête, dont 5157 l'ont valablement complétée, en parcourant l'ensemble du questionnaire, les 378 restants ayant été généralement très vite abandonnés.

Ceci nous donne un taux de réponse de 34.8% en prenant en compte l'ensemble des réponses, et de 32.4% si nous ne considérons que les questionnaires intégralement retournés, qui font l'objet de l'analyse du présent rapport.

Bien que légèrement inférieur à celui obtenu lors de l'enquête de 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 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 45.5% de

---

<sup>1</sup> Le fichier fourni par le Centre Informatique de l'UNIL comprenait 18'338 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<sup>ème</sup> année et le personnel non domicilié sur le site de Dorigny (CHUV principalement), ainsi que quelques rares cas ne disposant pas d'adresse électronique.

<sup>2</sup> 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.

l'ensemble des questionnaires valablement complétés, auxquels s'ajoutent les 30.6% supplémentaires dus au premier rappel et les 23.9% imputables au second.

### 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 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	32%	5157	100%
femmes	37%	3105	60%
hommes	28%	2052	40%
			100%
24 ans et moins	33%	2398	47%
25-34 ans	30%	1609	31%
35-44 ans	33%	546	10%
45-54 ans	38%	366	7%
55 et plus	39%	236	5%
			100%
étudiants	30%	3340	65%
étudiants doctorants	28%	496	10%
invités (organisations hébergées: FORS, etc.)	43%	226	4%
personnel	47%	1095	21%
			100%

Les femmes ont plus souvent participé à l'enquête que les hommes (37% contre 28%), de même que les personnes âgées de 45 ans et plus (38% pour les 45-54 ans, 39% pour les 55 ans et plus). Ceci se confirme au niveau du statut des personnes interro-

gées, le personnel de l'Université enregistrant un taux de participation de 47%, contre 30% pour les étudiants.

Parmi les étudiants, on enregistre des petites différences, avec une participation plus élevée à l'École des Sciences Criminelles (39%), en Lettres et SSP (34%), et moindre pour les HEC (23%). 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 69% 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, 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. 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 de l'enquête 2013, 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 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. Comme en 2013, une partie sociodémographique destinée à fournir un portrait des personnes interrogées conclut l'enquête.

De nouvelles questions ont été introduites quant à la fréquence potentielle d'utilisation des cafétérias si celles-ci étaient ouvertes jusqu'à 21h, et ceci durant différentes périodes (cours, examens, vacances). Ont été aussi ajoutés plusieurs indicateurs relatifs portant sur les critères prioritaires pour le choix de repas à la cafétéria ou au restaurant sur le campus.

En outre, plusieurs champs textuels ont été inclus, afin de récolter les appréciations quant aux points forts et faibles de la cafétéria la plus fréquentée, mais aussi des propositions d'amélioration. Finalement, les questions posées en 2013 et relatives à différentes options permettant de diminuer le temps d'attente aux caisses n'ont pas été reprises.

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 6% des répondants (329 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 10.5 minutes<sup>3</sup> 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 visiblement été remplis avec le plus grand soin et nombre de commentaires textuels, ce qu'atteste l'écart-type élevé de 6.1 minutes. La médiane, moins sensible aux observations extrêmes, s'établit à 8.9 minutes. Si l'on compare ces chiffres à ceux de 2013, on note un allongement de la durée d'enquête de 2 minutes (respectivement moyenne de 8.4 et médiane de 6.9 en 2013), ce qui s'explique par les nouvelles questions ouvertes, qui ont connu un taux de réponse élevé.

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 (32%) 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  $\pm 0.1$  pour l'ensemble de l'échantillon. De ce fait, et dans l'optique d'alléger la présentation des résultats, nous ne donnons pas les inter-

---

<sup>3</sup> 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.

valles 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 distribution<sup>4</sup> 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 38% des répondants. Environ le quart (27%) 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 59% et 68% 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. 32% 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. 41% d'entre eux apportent leur pique-nique et le mangent à la cafétéria au moins une fois par semaine. 35% apportent leur pique-nique et le mangent dans un autre lieu à l'UNIL à la même fréquence, de même que 39% 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 (22% 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.

*Table 2 – Lieu et provenance des repas - % se sommant à 100% en ligne –  
n=5157*

	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	27%	18%	17%	16%	13%	9%	100%
repas acheté à la cafétéria/commerces de l'UNIL et consommé dans un autre lieu à l'UNIL	68%	18%	8%	4%	1%	1%	100%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé à la cafétéria de l'UNIL	59%	15%	9%	8%	5%	4%	100%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans un autre lieu à l'UNIL	65%	15%	8%	6%	4%	2%	100%
repas pris dans un autre lieu hors UNIL	61%	17%	9%	5%	4%	4%	100%

<sup>4</sup> 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.

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 notablement<sup>5</sup> quant à leurs habitudes de consommation.

On constate ainsi que les femmes fréquentent légèrement moins souvent la cafétéria que les hommes (30% y vont 3 fois et plus par semaine, contre 50% de ces derniers). Par contre, elles apportent plus fréquemment leur pique-nique, que ce soit dans une des cafétérias de l'UNIL (49% au moins une fois par semaine, contre 30%) ou dans un autre lieu sur le campus (41% contre 26%).

*Table 3 – 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	73%	38%
- femmes	68%	30%
- hommes	80%	50%
repas acheté à la cafétéria/commerces de l'UNIL et consommé dans un autre lieu à l'UNIL		
- au total	32%	6%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans une des cafétérias de l'UNIL		
- au total	41%	17%
- femmes	49%	21%
- hommes	30%	10%
- étudiants	53%	22%
- personnel	19%	6%
- moins de 24 ans	53%	23%
- 55 ans et plus	11%	4%
- moins d'une année à l'UNIL	45%	18%
- 4 ans et plus à l'UNIL	31%	11%
apport de son propre repas/pique-nique, consommé dans un autre lieu à l'UNIL		
- au total	35%	12%
- femmes	41%	15%
- hommes	26%	8%
repas pris dans un autre lieu hors UNIL		
- au total	39%	13%
- étudiants	45%	15%
- personnel	29%	10%
- moins de 24 ans	47%	14%
- 55 ans et plus	33%	12%

Les étudiants se distinguent en apportant aussi plus souvent leur pique-nique à la cafétéria (53% au moins une fois par semaine), ce qui est largement moins le cas du personnel (19%). Ce dernier se distingue essentiellement en prenant moins souvent son

<sup>5</sup> Différence statistiquement significative et moyenne à forte.

repas hors campus (29% au moins une fois par semaine, contre 45% pour les étudiants). Finalement, l'ancienneté sur le campus joue aussi un rôle, avec une tendance à apporter plus souvent son pique-nique à la cafétéria pour les personnes ayant moins d'une année à l'UNIL (45%), habitude déclinant avec les années d'ancienneté (31% pour ceux fréquentant le campus depuis 4 ans et plus).

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 (34%), mais aussi pour les pique-niques (34%). Les bureaux sont aussi largement utilisés, tant dans le premier cas (22%) que pour les pique-niques (14%), ainsi que les couloirs et halls (respectivement 16% et 19%) et les salles de cours (11% et 11%).

Concernant les repas pris hors campus, le domicile des répondants vient largement en tête (60%), suivi de l'EPFL (16%) et d'autres restaurants/cafétérias (13%).

Naturellement, ces lieux diffèrent selon les catégories d'utilisateurs, avec un fort usage des locaux des instituts/groupes par le personnel (49% des repas achetés à la cafétéria et consommés ailleurs, 56% des pique-niques), ainsi que des bureaux (respectivement 41% et 33%). Les étudiants utilisent de leur côté plus souvent les couloirs (respectivement 29% et 27%), ainsi que les salles de cours (21% et 17%).

*Table 4 – Lieu le plus fréquent des repas hors cafétéria, pour différentes configurations - % se sommant à 100% en colonne – n=1288 à 1713*

	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	34%		34%
dans votre bureau	22%		14%
à la Mezzanine (espace pique-nique) de l'Unithèque	3%		4%
à la CAP	3%		3%
dans les couloirs/halls	16%		19%
dans les salles de cours	11%		11%
dans la nature	7%		7%
au CHUV		3%	
à l'EPFL		16%	
dans un autre restaurant/cafétéria hors du campus		13%	
à domicile		60%	
dans un autre lieu	4%	8%	8%
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 57% des personnes apportant leur pique-nique déclarent les utiliser régulièrement.

Pour ces utilisateurs réguliers, la fréquence d'utilisation est assez élevée, avec 44% 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=1668

	moins de 1 fois par se- maine, jamais	1 fois par se- maine	2 fois par se- maine	3 fois par se- maine	4 fois par se- maine	5 fois par se- maine	total
fréquence d'utilisation d'un des points micro-ondes de la FAE	7%	23%	26%	22%	13%	9%	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 6.7.

### 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.

Table 6 – Cafétéria, restaurant ou commerce le plus fréquemment utilisé, en premier lieu et en second lieu – n= respectivement 4636 et 4611

	cafétéria la plus utilisée	cafétéria la plus utilisée en second lieu
cafétéria de l'Unithèque	29%	24%
cafétéria de Géopolis	25%	15%
cafétéria de l'Amphimax	15%	16%
cafétéria de l'Anthropole	11%	17%
cafétéria de l'Internef	8%	6%
Epicentre (l'épicerie de l'UNIL), Anthropole	6%	8%
restaurant de Dorigny	2%	4%
cafétéria du Batochime	2%	2%
Zelig, Géopolis	1%	4%
cafétéria du Centre Sport et Santé	1%	2%
CAP, Anthropole	0%	1%
Sur le pouce (stand de sandwichs chauds), Anthropole	0%	1%
Total	100%	100%

La cafétéria de l'Unithèque arrive en tête dans 29% des cas, et 24% en second lieu. Vient ensuite la cafétéria de Géopolis (25% et 15%), celle de l'Amphimax (15% et 16%), de l'Anthropole (11% et 17%), puis de l'Internef (8% et 6%). Les autres lieux sont cités de manière plus marginale, avec chaque fois moins de 10% des cas (table 6).

### 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 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	4100	6.7	2.3	16%	74%
aspect des produits	4073	6.9	2.3	15%	76%
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	4059	6.3	2.5	22%	67%
saisonnalité des produits	3935	6.2	2.5	22%	64%
provenance des produits	3660	6.0	2.5	23%	60%
quantité dans les assiettes/portions	4071	6.7	2.5	19%	72%
diversité de l'offre	4079	6.3	2.8	25%	66%
renouvellement/rotation de l'offre	4009	5.8	2.9	30%	59%
offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	3668	6.0	3.0	28%	59%
information sur la provenance des produits	3777	5.4	2.9	35%	51%
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes)	3654	5.1	2.9	39%	46%
prix des repas/produits	4082	5.8	2.7	29%	59%

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 50% pour la plupart, et proche voire dépassant 60-70% pour certaines dimensions.

Ainsi l'aspect des produits (6.9), leur goût (6.7), la quantité dans les assiettes ou portions (6.7), l'équilibre diététique et la diversité de l'offre (6.3), la saisonnalité (6.2), ainsi que la provenance des produits et l'offre pour spécificité alimentaires (6.0) sont le plus souvent évalués positivement.

Viennent ensuite un cran en dessous le renouvellement ou la rotation de l'offre et le prix des repas et produits (5.8).

Certains aspects sont plus controversés ; l'information sur la provenance des produits est légèrement moins appréciée (5.4 de moyenne, 35% d'insatisfaits), tandis que celles sur le contenu spécifique est la moins bien cotée (5.1 et 39% 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, du restaurant et des commerces du campus, toujours sur la même échelle (table 8).

Les résultats sont généralement bons concernant l'amabilité et la disponibilité du personnel (7.5), la propreté du local (moyenne de 7.4), le temps d'attente au retour des plateaux (7), et aux caisses (6.7).

La situation est évaluée moins positivement pour le temps d'attente aux stands ou plats (6.0), la tranquillité du local (5.0 et 41% d'insatisfaits) et les places disponibles (5.0, 41% 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 d'adapter au mieux l'offre aux besoins des clients actuels et futurs.

*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	4284	5.0	2.7	41%	46%
temps d'attente aux stands/plats	4270	6.0	2.4	24%	63%
temps d'attente aux caisses	4283	6.7	2.3	17%	73%
temps d'attente au retour des plateaux (chariots ou tapis)	4076	7.0	2.6	16%	74%
tranquillité du local	4235	5.0	2.7	41%	45%
propreté du local	4294	7.4	2.0	9%	83%
amabilité et disponibilité du personnel	4312	7.5	2.6	13%	80%

Outre les appréciations globales, certains sous-groupes de personnes se distinguent notablement<sup>6</sup> dans leur évaluation.

Concernant l'offre, les étudiants sont généralement plus satisfaits du goût des produits que le personnel (6.9 contre 6.3). Dans le même sens, l'ancienneté sur le campus a un fort impact, les nouveaux arrivants (moins d'une année) étant plus satisfaits (7.2) que les personnes depuis plus longtemps sur le campus (6.3 pour celles fréquentant l'UNIL depuis 4 ans et plus). Le même constat<sup>7</sup> 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 6.0 et 6.7), tandis que la quantité des produits est jugée plus sévèrement par les hommes (6.2, contre 7.1 pour les femmes). Finalement, les prix sont évalués moins favorablement par les jeunes (5.8 pour les 24 ans et moins, 5.4 pour les 25-34 ans), que par les personnes de 55 ans et plus (7.2).

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

La tranquillité des locaux est plus souvent critiquée par le personnel (4.2) 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 (3.7 pour les 45-54, 4.5 pour les 55+). Il en va de même pour l'ancienneté à l'UNIL, les personnes arri-

<sup>6</sup> Différences statistiquement significatives et écart moyen à fort.

<sup>7</sup> 7.0 pour les étudiants, 6.6 pour le personnel, 7.3 pour les « nouveaux », 6.6 pour les plus anciens.



vées 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 (4.4).

Finalement, l'amabilité et la disponibilité du personnel sont perçues un peu moins positivement par les étudiants (7.3) que par le personnel (8.0), ce qui est aussi illustré par des évaluations différentes selon l'âge (7.2 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 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 menus du jour (53% en raison du goût et 43% en raison du prix), assiettes du jour (51% et 40%) et sandwiches variés (50% et 43%), et dans une moindre mesure les buffets de salade (31% et 36%) et barquettes à l'emporter (30% et 21%).

Les boissons froides sont critiquées plutôt pour leur prix (28%), ainsi que les viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers (31%). Les boissons chaudes restent relativement épargnées par la critique (6% et 17%).

*Table 9 – Raisons citées pour l'insatisfaction, en raison du goût et du prix – n=respectivement 660 et 1181*

	% de non-satisfaits en raison du goût	% de non-satisfaits en raison du prix
menus du jour	53%	43%
assiettes du jour	51%	40%
sandwichs variés	50%	43%
buffet de salade	31%	36%
barquettes à l'emporter	30%	21%
assiette de crudités	20%	15%
pizzas, quiches, ramequins, nuggets, hamburgers	17%	18%
viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers	16%	31%
boissons chaudes	6%	17%
autre produit	3%	7%
boissons froides	2%	28%

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 (69%), trop salés (31%), ou encore trop sucrés (13%). Là encore plusieurs réponses étaient possibles.

Finalement, une question (table 10) 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 (55%), suivie par celle de produits pauvres en graisses (36%), sans gluten (28%), sans lactose (25%), puis végétaliens (22%). L'offre relative aux autres produits

est nettement moins citée. Là encore, le total excède 100%, plusieurs réponses étant possibles

*Table 10 – Raisons citées pour l'insatisfaction en raison de l'offre spécifique pour certains produits – n = 1007*

	% de non-satisfaits en raison de l'offre spécifique
produits végétariens	55%
produits pauvres en graisse	36%
produits sans gluten	28%
produits sans lactose	25%
produits végétaliens	22%
produits sans sucre	14%
produits sans sel	13%
produits sans viande de porc	13%
autres	12%

### 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 11), 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 63% de répondants estimant que la situation est meilleure sur le campus de Dorigny (moyenne de 6.1) qu'ailleurs, et seulement 21% 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 (6.8) chez les nouveaux arrivants (moins d'une année), et baisse graduellement (5.8 pour les personnes depuis 4 ans et plus à l'UNIL).

*Table 11 – 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 »	4527	6.1	2.2	21%	63%

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

Ce sont le prix (32%), le fait qu'une partie des répondants préfèrent être chez eux (26%), la tranquillité du local (21%), le goût des produits (18%), les places disponibles

(18%), l'équilibre diététique des produits (16%) et le temps d'attente aux stands/plats (16%) qui sont le plus évoqués, avec plus de 15% des réponses. Les autres raisons sont citées moins souvent. On peut encore constater que les raisons sont souvent multiples, avec une moyenne de 2.5 motifs évoqués par personne sur l'ensemble de la liste.

*Table 12 – Raisons citées pour la non-utilisation des cafétérias de l'UNIL – n=504*

raisons	%
prix des repas/produits	32%
préfère être chez soi	26%
tranquillité du local	21%
goût des produits	18%
places disponibles	18%
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	16%
temps d'attente aux stands/plats	16%
diversité de l'offre	12%
temps d'attente aux caisses	12%
a envie de changer de cadre	12%
offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	10%
obligations familiales ou autres	9%
aspect des produits	6%
renouvellement/rotation de l'offre	6%
quantité dans les assiettes/portions	4%
amabilité et disponibilité du personnel	4%
provenance des produits	4%
information sur la provenance des produits	4%
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.)	4%
saisonnalité des produits	3%
informations sur la valeur énergétique (calories) des produits	3%
temps d'attente au retour des plateaux (chariots ou tapis)	3%
préfère ne pas manger avec ses collègues	3%
propreté du local	1%

Une analyse détaillée révèle que les étudiants sont plus rebutés par le prix des repas et produits (37% des étudiants non-utilisateurs l'évoquent, contre 27% pour les employés de l'UNIL), ainsi que les places disponibles (21% contre 14%). Ils déclarent aussi plus souvent préférer manger chez eux (35% contre 17%). C'est par contre le goût des produits (24% contre 13%) qu'évoque plus souvent le personnel de l'UNIL, et dans une moindre mesure la diversité de l'offre (16% contre 9%).

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

Table 13 – Points forts, faibles et propositions d'amélioration pour la cafétéria la plus utilisée - % de citations par les répondants aux questions ouvertes

	points forts	points faibles	propositions d'amélioration
diversité/variété offre	43%	20%	9%
amabilité et disponibilité du personnel	36%	9%	3%
qualité des produits, appréciation générale sur un produit particulier	34%	16%	6%
esthétique, aspect, aménagement, ameublement du local ou du lieu (vue, lumière, terrasse, etc.)	20%	5%	3%
proximité avec le lieu de travail	19%	0%	0%
prix des repas/produits	16%	32%	9%
temps attente, vitesse (au stand, aux caisses, au retour des plateaux)	16%	21%	2%
goût des produits	14%	11%	3%
places/espaces disponibles	11%	39%	8%
organisation (espace, des tables, des files, des caisses, de la salle, de la cuisine)	9%	10%	7%
propreté du local (ordre, propreté, odeurs)	7%	3%	1%
ambiance	5%	1%	0%
choix, diversité des restaurants sur le lieu de travail	4%	0%	0%
spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	4%	7%	6%
aspect des produits	4%	1%	0%
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	3%	6%	2%
provenance des produits	3%	3%	3%
équipement du local (prises, micro-ondes, etc.)	3%	5%	5%
quantité dans les assiettes/portions	3%	9%	5%
produits gratuits (eau, condiments, etc.)	2%	1%	1%
satisfaction globale des usagers	2%	1%	2%
hygiène, propreté (préparation, service, aliments)	2%	2%	1%
horaires ouverture	2%	2%	1%
tranquillité du local (calme, bruit)	1%	26%	3%
choix et diversité des restaurateurs (monopole, concurrence, prestataires, etc.)	1%	1%	3%
commentaire général, autre commentaire infrastructure	1%	0%	0%
renouvellement/rotation offre	1%	5%	2%
saisonnalité des produits	1%	1%	2%
offre thématique spéciale (journée sans viande, à thème, etc.)	0%	0%	1%
gestion des produits (gaspillage, économie, recyclage, etc.)	0%	1%	1%
commentaire général, autre commentaire offre	0%	0%	0%
choix des fournisseurs/marques pour certains produits	0%	1%	1%
valeur énergétique (calories) des produits	0%	0%	0%
informations sur la provenance des produits	0%	1%	1%
autre commentaire	0%	0%	1%
paiement (mode de paiement, cartes, distributeurs, etc.)	0%	1%	1%
affichage, information sur repas et menus	0%	1%	1%
horaire des cours	0%	0%	0%
température du local	0%	3%	1%
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.)	0%	2%	3%
total	269%	247%	98%
N (personnes)	3811	3854	2168

Dans le questionnaire utilisé pour l'enquête de 2016, une série de questions ouvertes portant sur les points forts et respectivement faibles de la cafétéria la plus utilisée permettaient aux répondants d'exprimer leur point de vue. Il était possible d'indiquer trois points forts et trois points faibles, mais aussi d'esquisser des propositions d'amélioration (table 13).

Les questions ouvertes ont eu un succès très important, avec 3811 personnes (74%) des répondants indiquant au moins un point fort, 3854 donnant au moins un point faible (75%) et 2168 (42%) faisant une proposition d'amélioration. On remarque encore que le nombre d'aspects indiqués est important, avec 2.7 réponses relatives aux points forts par personne s'exprimant, et 2.5 pour les points faibles.

Toutes ces réponses ont fait l'objet d'un codage manuel en 45 catégories, qui ont été retenues tant pour les points forts que faibles, ainsi pour les propositions d'amélioration. La table 13 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.

Parmi les points forts cités spontanément, 43% des répondants à ces questions évoquent la diversité ou la variété de l'offre, 36% louent l'amabilité et la disponibilité du personnel, 34% la qualité des produits ou d'un produit en particulier, 20% les aspects esthétiques des cafétérias, 19% la proximité avec le lieu de travail, 16% le prix des repas et produits, 16% le temps d'attente, 14% le goût des produits, et 11% les places ou l'espace disponibles. Les autres aspects viennent avec moins de 10% de citations.

Parmi les points faibles, viennent en premier lieu le manque de places et d'espace disponibles (39%), puis le prix (32%), le manque de tranquillité (26%), le temps d'attente (21%), la diversité ou variété de l'offre (20%), la qualité des produits ou d'un produit en particulier (16%), puis le goût des produits (11%) et l'organisation de l'espace, des tables, des files, etc. (10%). Les autres aspects viennent ensuite avec moins de 10% de citations.

Concernant les points forts, ils varient relativement peu en fonction du profil des répondants ; tout au plus remarque-t-on que la qualité des produits est plus souvent citée par le personnel UNIL que par les étudiants (42% contre 30%), de même que l'amabilité du personnel (45% contre 31%).

Pour les points faibles, le prix est nettement plus souvent cité par les étudiants que par le personnel (37% contre 21%), de même que le manque de places disponibles (43% contre 33%), alors que le personnel souffre nettement plus du bruit (37% contre 21%). Ce dernier se plaint aussi plus souvent de la qualité des produits (21% contre 13%) et de leur goût (15% contre 8%). Le sexe des répondants n'a par contre pas d'influence sur les points susmentionnés.

Concernant les propositions d'amélioration, elles sont réparties dans un nombre de rubriques plus important, aucune des catégories génériques ne dépassant 10% des suggestions. Arrivent en tête des propositions relatives à la diversité et la variété de l'offre (9%) et au prix des produits (9%), souvent pour simplement suggérer une plus grande variété de repas et produits, à des prix inférieurs.

### 3.9 Ouverture des cafétérias le soir

Une des nouvelles questions de l'enquête de cette année portait sur l'ouverture des cafétérias le soir, ceci durant différentes périodes de l'année (de cours, d'examens et révisions et pendant les vacances).

La table 14 montre que cette ouverture du soir serait utile au moins une fois par semaine pour la moitié (53%) des personnes interrogées durant les périodes d'examens et de révisions, et pour plus de 40% (44%) en période de cours. Durant les vacances, ce groupe des utilisateurs potentiels réguliers (au moins une fois par semaine) tombe à 16%.

*Table 14 – Utilisation potentielle des cafétérias de l'UNIL le soir – n=4905 à 5052*

	moins de 1 fois par semaine	1 fois par semaine	2 fois par semaine	3 fois par semaine	4 fois par semaine	5 fois par semaine	total
en période de cours	56%	18%	14%	7%	3%	2%	100%
en période d'examens et de révisions	47%	10%	13%	13%	8%	9%	100%
en période de vacances	84%	7%	5%	2%	1%	1%	100%

Ces proportions varient passablement selon le statut à l'UNIL. Les étudiants sont très intéressés par cette ouverture durant les périodes d'examens (65% au moins une fois par semaine, 41% trois fois par semaine et plus, contre respectivement 30% et 10% pour les employés UNIL), et celles de cours (50% au moins une fois par semaine, 14% trois fois par semaine et plus, contre respectivement 32% et 8%). Leur intérêt tombe drastiquement durant les périodes de vacance (88% les fréquenteraient moins d'une fois par semaine).

Le personnel de l'UNIL se montre plus intéressé par un tel usage que les étudiants durant les périodes de vacances (24% de fréquentation potentielle au moins une fois par semaine, contre 12% pour les étudiants).

### 3.10 Les critères de choix d'un repas à la cafétéria de l'UNIL

Une autre nouvelle question portait sur les critères de choix d'un repas ou produit à la cafétéria ou au restaurant de l'UNIL, avec la possibilité d'indiquer trois priorités.

Le tableau 15 montre que le goût est le critère le plus mentionné, que ce soit en 1<sup>ère</sup> priorité (33%) ou toutes priorités confondues (cité par 71% des répondants, total supérieur à 100%, plusieurs réponses étant possibles). En second lieu vient l'équilibre alimentaire (28% de première priorité, 62% toutes priorités confondues), puis arrive l'argument du prix (16% de 1<sup>ère</sup> priorité, cité par 62% des répondants).

Après ce trio de tête, les autres critères arrivent loin derrière, avec 23% des répondants citant la quantité (argument toutefois peu cité en 1<sup>ère</sup> priorité), 22% des répondants évoquant la provenance et la saisonnalité, puis 18% l'aspect et 16% l'alimentation végétarienne. Le régime sans gluten est une priorité pour 3% des répondants.

*Table 15 – les critères de choix d'un repas à la cafétéria de l'UNIL – n=5097 à 5127*

	1ère priorité	2ème priorité	3ème priorité	toutes priorités confondues
goût	33%	22%	16%	71%
équilibre alimentaire	28%	20%	15%	62%
prix	16%	26%	21%	62%
alimentation végétarienne	9%	3%	4%	16%
provenance	4%	7%	10%	22%
saisonnalité	3%	8%	11%	22%
aspect	3%	6%	9%	18%
quantité	2%	7%	13%	23%
régime sans gluten	2%	1%	1%	3%
total	100%	100%	100%	299%

Les critères de choix varient sensiblement selon le statut à l'UNIL. Si le goût est plébiscité par tous (cité par 72% des employés et 71% des étudiants), on voit déjà un petit décalage apparaître au niveau de l'équilibre alimentaire, évoqué par 70% des employés, et 59% des étudiants. Le renversement de ce hit-parade se fait au niveau du prix, qui est le critère le plus important pour les étudiants (72%), alors qu'il vient largement ensuite pour le personnel (44% de citations, toutes priorités confondues). La quantité est le 4<sup>ème</sup> critère le plus cité par les étudiants (28%), alors qu'elle est évoquée par seulement 14% des employés. Le contraire prévaut pour la saisonnalité, citée par le tiers (33%) des employés, mais seulement 16% des étudiants UNIL.

On note encore des différences au niveau du sexe des répondants, les femmes étant nettement plus sensibles à l'équilibre alimentaire (67% contre 55%), et dans une moindre mesure à l'alimentation végétarienne (18% contre 11%) que les hommes, alors que ces derniers pointent plus souvent sur la quantité (37% contre 14%).

### 3.11 Spécificités alimentaires

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

La table 16, ordonnée par la fréquence des réponses citées (plusieurs réponses possibles), montre que si 57% des personnes interrogées n'indiquent aucune spécificité alimentaire, nombre d'entre elles (43%) suivent une sorte de régime, que ce soit par choix ou par obligation.

Table 16 – Spécificités alimentaires – n=4850

	%
pas de spécificités alimentaires	57%
fléxitarien (mange occasionnellement viande et poisson)	15%
pauvre en graisse	13%
sans lactose	8%
pas de viande de porc	7%
végétarien (ne mange ni viande, ni poisson, ni fruits de mer)	5%
sans gluten	4%
pescétarien ou pesco-végétarien (mange poisson et fruits de mer, mais pas de viande)	3%
sans sucre	3%
sans sel	2%
végétalien (ne mange aucun produit d'origine animale)	2%

Ainsi, 15% des répondants se disent fléxitariens, et mangent occasionnellement viande et poisson, 13% font attention à la graisse, 8% sont intolérants au lactose, 7% ne mangent pas de viande de porc, 5% 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), 4% sont intolérants au gluten, 3% mangent sans sucre, 2% sans sel et 2% sont végétaliens purs et ne mangent aucun produit d'origine animale.

## 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 mars 2016 à ceux de 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 17) montrent que cette composition a légèrement changé entre le moment des deux enquêtes. Si la répartition selon le sexe est quasi identique (53.2% de femmes en 2016, 53.8% en 2013), de même que celle des statuts à l'UNIL (71% d'étudiants en 2016, 73% en 2013), on note par contre un vieillissement assez net de cette population entre les deux enquêtes.

La proportion des moins de 24 ans à la fin de l'année d'enquête est de 46% en 2016, contre 56% en 2013, l'âge moyen à la fin de l'année étant de 28.9 années contre 27.3 en 2013. Une partie de l'explication est liée au fait que l'enquête a été menée au second semestre en 2016, alors qu'elle avait lieu au premier en 2013, les étudiants ayant donc environ une année de plus (24.5 en moyenne contre 23.3).

*Table 17 – Communauté UNIL fréquentant le campus de Dorigny éligible pour les enquêtes 2013 et 2016 – n=15229 et 15899*

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

Ce paramètre est susceptible d'avoir une influence au niveau global, certaines évaluations données dépendant de l'âge des répondants. Nous en tiendrons compte au niveau des interprétations. En ce qui concerne les taux de participation, ils sont inférieurs en 2016 (32% contre 39% en 2013), mais dans une proportion semblable pour tous les groupes composant la communauté UNIL du campus de Dorigny.

### 4.1 Relative stabilité dans les habitudes de consommation

La table 18 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.

*Table 18 – Lieu et provenance des repas, enquêtes 2013 et 2016*

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

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

Ceci n'est pas lié à l'âge moyen légèrement plus élevé en 2016, car les plus jeunes apportent au contraire en général plus souvent leur pique-nique à la cafétéria.

Il s'agit d'un léger changement de tendance ; l'analyse détaillée montre que 53% des moins de 24 ans (43% pour les 25-34 ans) apportent au moins une fois par semaine leur pique-nique à la cafétéria en 2016, contre 45% en 2013 (31% pour les 25-34 ans). Il en va de même pour l'apport du pique-nique mangé ensuite dans un autre lieu à l'UNIL (34% au moins une fois par semaine pour les plus jeunes en 2016, contre 27% en 2013, respectivement 38% contre 33% pour les 25-34 ans).

## 4.2 Stabilité dans les lieux de consommation

Les cafétérias les plus utilisées ne varient guère, avec des écarts ne dépassant guère quelques pourcents. On note toutefois une belle progression de l'Epicentre, qui est citée par 6% des répondants comme la cafétéria la plus utilisée en 2016, contre 1% en 2013, et même 8% comme cafétéria la plus utilisée en second lieu (1% en 2013). Ceci s'explique par son ouverture au début de l'année 2013.

Concernant les repas hors cafétéria, les lieux ne changent guère, à part les salles de cours qui semblent moins utilisées qu'auparavant pour y manger des repas achetés à la cafétéria (11% en 2016, contre 19% en 2013).

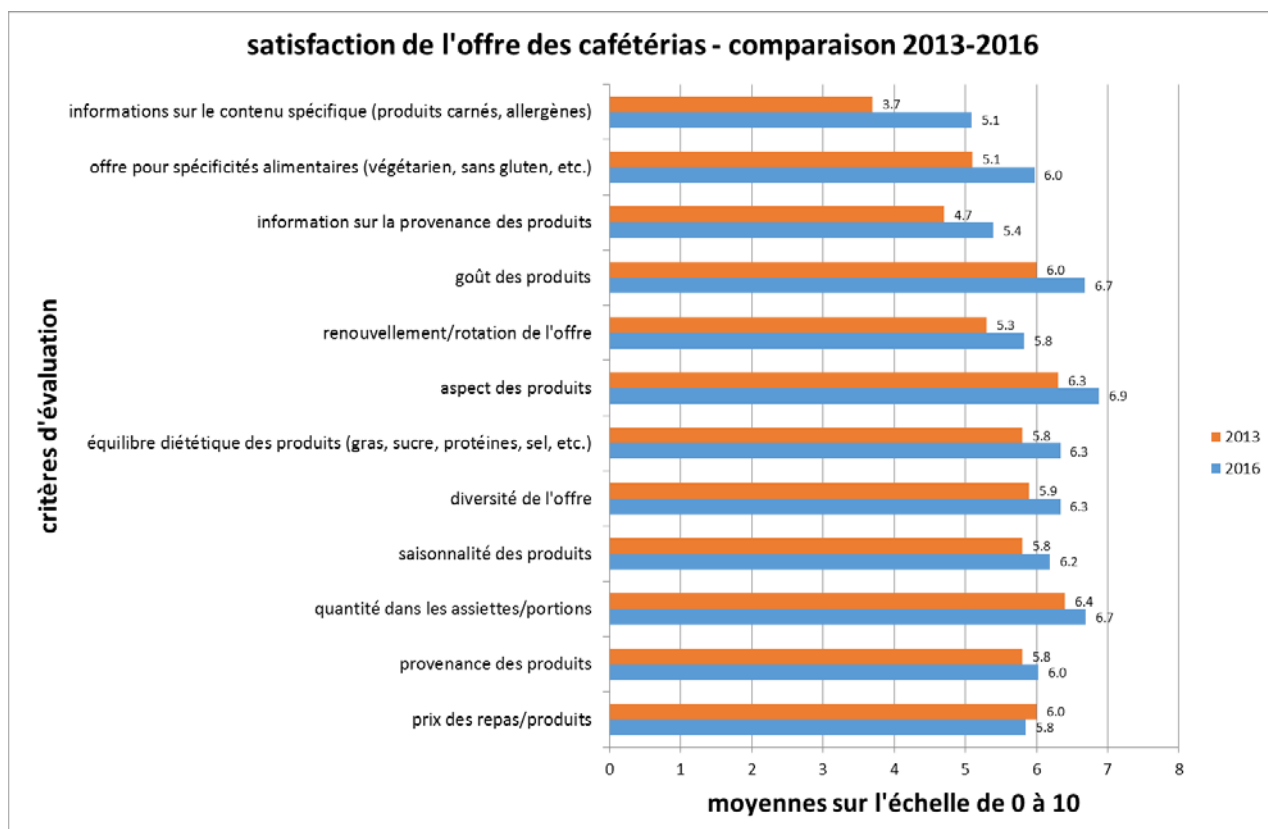
L'utilisation des micro-ondes ne connaît non plus pas de grande variation ; on relève toutefois que la part de leurs utilisateurs réguliers parmi les personnes apportant leur pique-nique, que ce soit à la cafétéria ou ailleurs, augmente légèrement, passant de 53% en 2013 à 57% en 2016.

## 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 1) montre une augmentation générale entre les enquêtes de 2013 et de 2016. L'ampleur de cette augmentation est variable, avec un accroissement très net (5.1 contre 3.7) de la satisfaction sur les informations relatives au contenu des repas/produits, mais aussi de l'offre pour les spécificités alimentaires (6.0 contre 5.1), de l'information sur la provenance des produits (5.4 contre 4.7), du goût des produits (6.7 contre 6.0) et du renouvellement/rotation de l'offre (5.8

contre 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 baisse (5.8 contre 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, et la population visée ayant légèrement changé, seuls les écarts d'environ un demi-point sont réellement pertinents si l'on ne veut pas verser dans la surinterprétation.

Figure 1 – satisfaction de l'offre – évolution entre 2013 et 2016

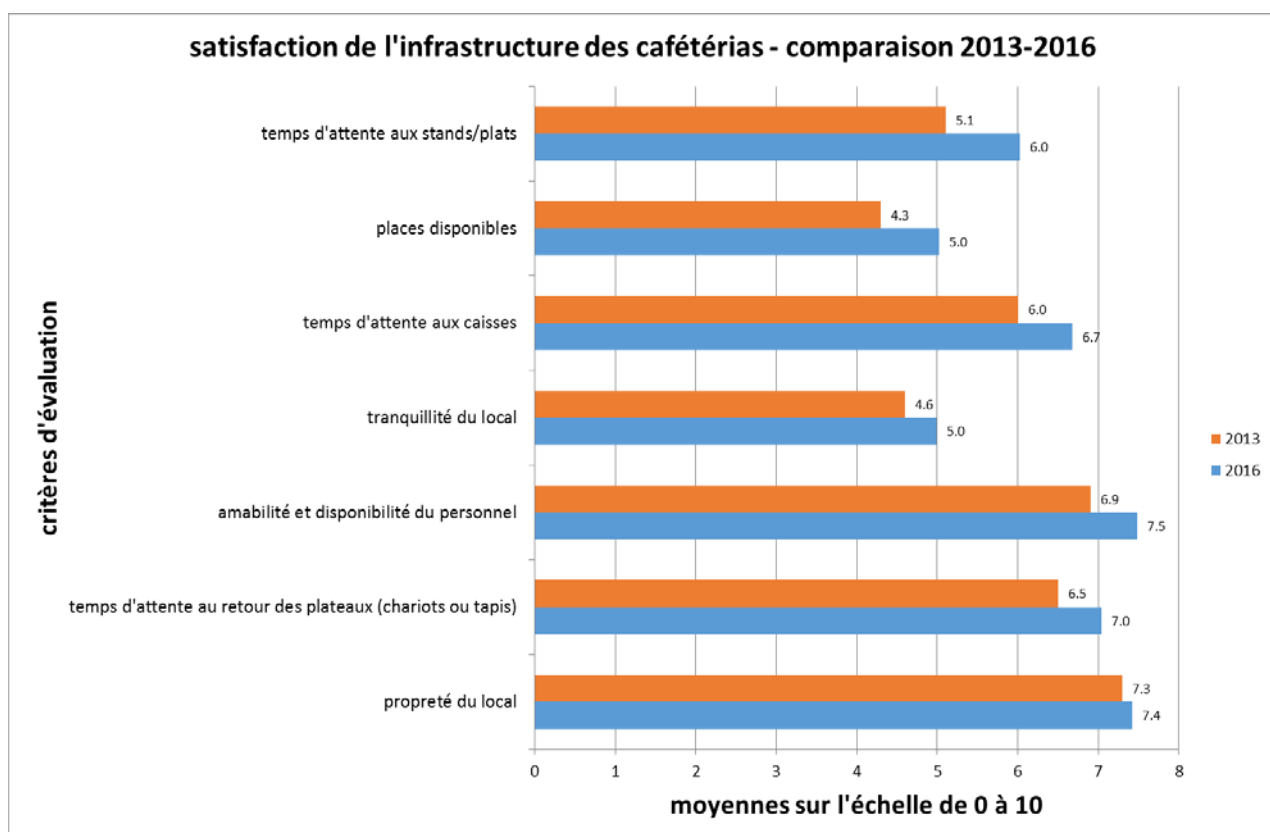


Le constat est semblable pour l'évolution de la satisfaction relative à l'infrastructure des cafétérias, avec une augmentation générale du niveau entre 2013 et 2016. Le temps d'attente aux stands/plats est nettement mieux évalué (6.0 contre 5.1), de même que les places disponibles (5.0 contre 4.3) et le temps d'attente aux caisses (6.7 contre 6.0). L'évaluation des autres critères varie moins, avec une augmentation contenue de la moyenne (entre 2 et 9%).

En d'autres termes, une amélioration a été constatée sur les aspects les moins satisfaisants en 2013. Les autres paramètres connaissent une plus grande stabilité.

Ceci n'est pas lié à l'âge légèrement plus élevé des étudiants en 2016, étant donné que ce sont justement les plus jeunes qui donnent généralement une évaluation meilleure aux aspects susmentionnés.

Figure 2 – satisfaction de l'infrastructure – évolution entre 2013 et 2016



Concernant les personnes insatisfaites par le goût des produits, une grande stabilité prévaut dans les articles les plus cités entre 2013 et 2016. On note toutefois une diminution de la proportion de citation des sandwiches variés (62% en 2013, 50% en 2016) pour justifier cette insatisfaction, ce qui relève probablement d'une augmentation de la qualité gustative de ceux-ci. Les autres produits sont cités dans des proportions similaires durant les deux 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 6.1 en 2016 contre 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 2016.

#### 4.4 Plus d'attention aux spécificités alimentaires

Concernant les spécificités alimentaires (table 19), on observe une diminution de la proportion de membres de la communauté UNIL mangeant de tout sans restrictions (57% en 2016, contre 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 4 points (15% contre 11%). Il en va de même pour les personnes optant pour une alimentation pauvre en graisse (13% contre 10%), et celles ne mangeant pas de lactose (8% contre 5%). 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% à 43% de la communauté UNIL, montrant une attention généralement plus grande portée au choix des produits retenus dans l'alimentation.

Table 19 – Spécificités alimentaires, enquêtes 2013 et 2016

	2013	2016	différence
pas de spécificités alimentaires	69%	57%	-12%
fléxitarien (mange occasionnellement viande et poisson)	11%	15%	4%
pauvre en graisse	10%	13%	3%
sans lactose	5%	8%	3%
pas de viande de porc	6%	7%	1%
végétarien (ne mange ni viande, ni poisson, ni fruits de mer)	4%	5%	1%
sans gluten	3%	4%	1%
pescétarien ou pesco-végétarien (mange poisson et fruits de mer, mais pas de viande)	3%	3%	0%
sans sucre	2%	3%	1%
sans sel	1%	2%	1%
végétalien (ne mange aucun produit d'origine animale)	1%	2%	1%

## 5 Questionnaires

## Questionnaire en français

### Bienvenue à l'enquête

Dans le but d'évaluer l'offre et les besoins en matière de restauration sur le campus de l'UNIL, la Commission de la Restauration ([CRUNIL](#)) lance une enquête. Avec le soutien de la Direction de l'UNIL, elle a mandaté, [FORS](#), le Centre de compétences suisse en sciences sociales, pour la réaliser.

L'enquête est destinée à tous les membres de la communauté universitaire susceptibles d'utiliser les restaurants et les cafétérias du campus. Le questionnaire dure entre 2 à 8 minutes selon le type d'utilisation des infrastructures de restauration. Vos réponses seront traitées de manière anonyme et en respectant la plus stricte confidentialité.

Il est important que vous participiez à cette enquête, même si vous n'utilisez pas les restaurants et cafétérias, car vos réponses nous permettront d'adapter au mieux l'offre à vos besoins actuels et futurs.

Les résultats, publiés dans le courant 2016, permettront de mieux connaître vos attentes et de suggérer des adaptations de l'offre.

**Veillez 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 fois par semaine	2 fois par semaine	3 fois par semaine	4 fois par semaine	5 fois par semaine
repas acheté à la cafétéria/restaurant/commerces de l'UNIL et consommé sur place	<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)	<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	<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)	<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.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**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
- dans votre bureau
- à la Mezzanine (espace pique-nique) de l'Unithèque
- à la CAP
- dans les couloirs/halls
- dans les salles de cours
- dans la nature
- au CHUV
- à l'EPFL
- dans un autre restaurant/cafétéria hors du campus
- à domicile
- dans un autre lieu

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

- dans le local de votre institut/groupe/service
- dans votre bureau
- à la Mezzanine (espace pique-nique) de l'Unithèque
- à la CAP
- dans les couloirs/halls
- dans les salles de cours
- dans la nature
- au CHUV
- à l'EPFL
- dans un autre restaurant/cafétéria hors du campus
- à domicile
- dans un autre lieu



**Utilisez-vous régulièrement un des quatre points micro-ondes gérés par la FAE (Fédération des associations d'étudiant-e-s de l'UNIL)?**

Ceux-ci sont situés aux cafétérias de l'Anthropole, de l'Internef, de l'Amphimax et à la Mezzanine de l'Unithèque.

- oui
- non

**A quelle fréquence utilisez-vous un des points micro-ondes de la FAE?**

- moins de 1 fois par semaine
- 1 fois par semaine
- 2 fois par semaine
- 3 fois par semaine
- 4 fois par semaine
- 5 fois par semaine

**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
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

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

- cafétéria de l'Unithèque
- cafétéria de l'Amphimax
- cafétéria de l'Anthropole
- cafétéria de l'Internef
- cafétéria du Batochime
- cafétéria de Géopolis
- cafétéria du Centre Sport et Santé
- restaurant de Dorigny
- Sur le pouce (stand de sandwichs chauds), Anthropole
- Epicentre (l'épicerie de l'UNIL), Anthropole
- CAP, Anthropole
- Zelig, Géopolis

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

- cafétéria de l'Unithèque
- cafétéria de l'Amphimax
- cafétéria de l'Anthropole
- cafétéria de l'Internef
- cafétéria du Batochime
- cafétéria de Géopolis
- cafétéria du Centre Sport et Santé
- restaurant de Dorigny
- Sur le pouce (stand de sandwichs chauds), Anthropole
- Epicentre (l'épicerie de l'UNIL), Anthropole
- CAP, Anthropole
- Zelig, Géopolis
- n'utilise aucune autre cafétéria

**Concernant l'offre de (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent), 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	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
goût des produits	<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"/>
aspect des produits	<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"/>
équilibre diététique des produits (gras, sucre, protéines, sel, etc.)	<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"/>
saisonnalité des produits	<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"/>
provenance des produits	<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"/>
quantité dans les assiettes/portions	<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"/>
diversité de l'offre	<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"/>
renouvellement/rotation de l'offre	<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"/>
offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)	<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"/>
informations sur la provenance des produits	<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"/>
informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.)	<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"/>
prix des repas/produits (ceux-ci ne sont pas subventionnés)	<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"/>

**Concernant l'infrastructure de (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent), 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	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
places disponibles	<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	<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	<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)	<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	<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	<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	<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"/>

**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
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

**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
- aspect des produits
- équilibre diététique des produits (gras, sucres, protéines, sel, etc.)
- saisonnalité des produits
- provenance des produits
- quantité dans les assiettes/portions
- diversité de l'offre
- renouvellement/rotation de l'offre
- offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.)
- informations sur la valeur énergétique (calories) des produits
- informations sur la provenance des produits
- informations sur le contenu spécifique (produits carnés, allergènes, etc.)
- prix des repas/produits (ceux-ci ne sont pas subventionnés)
- places disponibles
- temps d'attente aux stands/plats
- temps d'attente aux caisses
- temps d'attente au retour des plateaux (dans les chariots ou sur les tapis)
- tranquillité du local
- propreté du local
- amabilité et disponibilité du personnel
- préfère être chez soi
- obligations familiales ou autres
- préfère ne pas manger avec ses collègues
- a envie de changer de cadre
- ne travaille / n'étudie pas sur le campus de Dorigny
- autre

**Vous n'êtes plutôt pas satisfait-e du goût des produits (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent). A quel(s) produit(s) pensez-vous en particulier? Plusieurs réponses possibles**

- boissons froides
- boissons chaudes
- viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers
- sandwichs variés
- assiette de crudités
- buffet de salade
- assiettes du jour
- menus du jour
- pizzas, quiches, ramequins, nuggets, hamburgers
- barquettes à l'emporter
- autre

**Vous n'êtes plutôt pas satisfait-e de l'offre pour spécificités alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.) (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent). A quoi pensez-vous en particulier?**

Plusieurs réponses possibles

- produits sans viande de porc
- produits végétariens
- produits végétaliens
- produits sans gluten
- produits sans lactose
- produits sans sucre
- produits sans sel
- produits pauvres en graisse
- autres

**Vous n'êtes plutôt pas satisfait-e du prix des produits (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent). A quel(s) produit(s) pensez-vous en particulier?**

Plusieurs réponses possibles

- boissons froides
- boissons chaudes
- viennoiseries, pâtisseries, tartes aux fruits, yogourts et birchers
- sandwichs variés
- assiette de crudités
- buffet de salade
- assiettes du jour
- menus du jour
- pizzas, quiches, ramequins, nuggets, hamburgers
- barquettes à l'emporter
- autre

**Vous n'êtes plutôt pas satisfait-e de l'équilibre diététique des produits (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent). Ceux-ci sont-ils ?**

Plusieurs réponses possibles

- trop sucrés
- trop salés
- trop gras
- autre

**Quels sont les trois points forts de (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent) ?**

- 1
- 2
- 3

**Quels sont les trois points faibles (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent) ?**

- 1
- 2
- 3

**Avez-vous des propositions d'amélioration concernant les prestations (nom de la cafétéria utilisée le plus souvent) ?**



S'il y avait une cafétéria ouverte le soir jusqu'à 21h, à quelle fréquence l'utiliserez-vous ?

	moins de 1 fois par semaine	1 fois par semaine	2 fois par semaine	3 fois par semaine	4 fois par semaine	5 fois par semaine
En période de cours	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En période d'examens (et de révision)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En période de vacances	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Parmi les critères suivants, lequel est le plus important pour vous dans le choix d'un repas ou produit dans une cafétéria ou restaurant de l'UNIL ? 1ère priorité**

- alimentation végétarienne
- aspect
- équilibre alimentaire
- goût
- prix
- provenance
- quantité
- régime sans gluten
- saisonnalité

**Lequel vient en seconde priorité ? 2ème priorité**

**Lequel vient en troisième priorité ? 3ème priorité**

**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
- pas de viande de porc
- fléxitarien (mange occasionnellement viande et poisson)
- pescétarien ou pesco-végétarien (mange poisson et fruits de mer, mais pas de viande)
- végétarien (ne mange ni viande, ni poisson, ni fruits de mer)
- végétalien (ne mange aucun produit d'origine animale)
- sans gluten
- sans lactose
- sans sucre
- sans sel
- pauvre en graisse
- autre

**Pour finir, nous allons vous poser quelques questions sur vous-même.**

**Veillez nous indiquer votre sexe**

- féminin
- masculin

**Veillez indiquer votre date de naissance.**

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

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

- Faculté de biologie et de médecine (FBM)
- Faculté de droit, des sciences criminelles et de l'administration publique
- Faculté de théologie et de sciences des religions
- Faculté des géosciences et de l'environnement (GSE)
- Faculté des hautes études commerciales (HEC)
- Faculté des lettres
- Faculté des sciences sociales et politiques (SSP)
- Direction et ses services
- autre

**Statut**

- étudiant-e
- assistant-e
- chargé-e de cours / de recherche / privat-docent (PD)
- maître assistant-e (MA)
- maître d'enseignement et de recherche (MER)
- professeur-e
- personnel administratif et technique (PAT)
- collaborateur-trice scientifique
- autre

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

- bachelor
- master
- doctorat

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

- 1ère année
- 2ème année
- 3ème année

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

## Questionnaire en anglais

### Welcome to the survey

With the goal of evaluating the offer and needs concerning food services on the UNIL campus, the Commission de la Restauration ([CRUNIL](#)) is conducting a survey. With the support of the UNIL management, [FORS](#), the Centre of Expertise in the Social Sciences, was mandated to implement it.

The survey is destined to all members of the university community who may use the restaurants and cafeterias on the campus. The questionnaire lasts between 2 and 8 minutes, depending on the type of use of the food service infrastructures. Your responses will be treated anonymously, respecting the strictest confidentiality.

It is important that you participate in this survey, even if you do not use the restaurants and cafeterias, as your answers will enable us to better adapt the services to your current and future needs.

The results, to be published during 2016, will allow us to better understand your expectations and provide suggestions on how to adapt the offer accordingly.

Please indicate how often you have your lunch in the following ways (during a day of classes/study/work).

	less than once per week / never	once per week	2 times per week	3 times per week	4 times per week	5 times per week
meals purchased from the cafeteria/restaurant/UNIL businesses and eaten there	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
food purchased from the cafeteria/UNIL businesses that you eat elsewhere at the UNIL (common area of your institute/group/department, office, picnic space, CAP, corridors, etc., on the Dorigny campus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
bring your own food that you eat at the UNIL cafeteria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
bring your own food that you eat at another location at the UNIL (common area of your institute/group/department, office, picnic space, CAP, corridors, etc., on the Dorigny campus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
meals eaten at another place outside the UNIL (CHUV, EPFL, off-campus restaurant, at home, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Where do you most frequently eat at a place other than a UNIL cafeteria or restaurant?**

- in the common area of your institute/group/department
- in your office
- in the Mezzanine (picnic area) of the Unithèque
- at the CAP
- in the corridors/halls
- in the classrooms
- outdoors
- at the CHUV
- at the EPFL
- in another restaurant/cafeteria off-campus
- at home
- at another location

**Where do you most often eat the meal that you bring?**

- in the common area of your institute/group/department
- in your office
- in the Mezzanine (picnic area) of the Unithèque
- at the CAP
- in the corridors/halls
- in the classrooms
- outdoors
- at the CHUV
- at the EPFL
- in another restaurant/cafeteria off-campus
- at home
- at another location

**Do you regularly use one of the four microwave spots managed by the FAE (the Federation of Students' Associations of the UNIL)? These are located at the Anthropole, Internef, and Amphimax cafeterias, as well as the Mezzanine of the Unithèque.**

- yes
- no

**How often do you use one of the microwave spots of the FAE?**

- less than once per week
- once per week
- 2 times per week
- 3 times per week
- 4 times per week
- 5 times per week

**In general, how satisfied are you with the cleanliness of these microwaves  
0 means "not at all satisfied" and 10 "completely satisfied".**

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

**Which UNIL cafeteria or restaurant do you most frequently use?**

- Unithèque cafeteria
- Amphimax cafeteria
- Anthropole cafeteria
- Internef cafeteria
- Batochime cafeteria
- Géopolis cafeteria
- Sport and Health Centre cafeteria
- Dorigny restaurant
- Sur le pouce (hot sandwich stand), Anthropole
- Epicentre (UNIL grocery), Anthropole
- CAP, Anthropole
- Zelig, Géopolis
- 

**Which UNIL cafeteria or restaurant do you use second most frequently?**

- Unithèque cafeteria
- Amphimax cafeteria
- Anthropole cafeteria
- Internef cafeteria
- Batochime cafeteria
- Géopolis cafeteria
- Sport and Health Centre cafeteria
- Dorigny restaurant
- Sur le pouce (hot sandwich stand), Anthropole
- Epicentre (UNIL grocery), Anthropole
- CAP, Anthropole
- Zelig, Géopolis
- use no other cafeteria



Regarding the food at the (name of the most often used cafeteria), how satisfied are you with the following aspects?

0 means "not at all satisfied" and 10 "completely satisfied". No opinion: leave unanswered

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
taste of the products	<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"/>
appearance of the products	<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"/>
dietary balance of the products (fat, sugar, protein, salt, etc.)	<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"/>
seasonality of the products	<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"/>
origin of the products	<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"/>
size of the portions	<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"/>
diversity of the food	<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"/>
renewal/rotation of the food	<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"/>
food for special diets (vegetarian, gluten free, etc.)	<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"/>
information on the origin of the products	<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"/>
information on the specific content (meat products, allergens, etc.)	<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"/>
price of the meals/products (these are not subsidized)	<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"/>



Regarding the infrastructure at the (name of the most often used cafeteria), how satisfied are you with the following aspects?

0 means "not at all satisfied" and 10 "completely satisfied". No opinion: leave unanswered

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
availability of seating	<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"/>
waiting time at the stands	<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"/>
waiting time at checkout counters	<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"/>
waiting time to return trays (in carts or conveyor belt)	<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"/>
calm of the premises	<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"/>
cleanliness of the premises	<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"/>
friendliness and availability of the staff	<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"/>

**You may have attended in the past, or even continue to do so, other school, university, or company cafeterias than the one at the UNIL. Comparatively, how would you generally evaluate the level of services at the UNIL cafeterias or restaurants? 0 means that they are "much worse" and 10 "much better" than that of school, university, or company cafeterias that you have used. 5 means they are of "the same level".**

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

**For which reasons do you not usually purchase / eat your meals at a UNIL cafeteria or restaurant? To what extent does each of the following reasons explain your choice? I do not generally use the UNIL cafeteria because of the following reasons...**

**Choose all that apply**

- taste of the products
- appearance of the products
- dietary balance of the products (fat, sugar, protein, salt, etc.)
- seasonality of the products
- origin of the products
- size of the portions
- diversity of the food
- renewal/rotation of the food
- food for special diets (vegetarian, gluten free, etc.).
- information on the amount of energy (calories) of the products
- information on the origin of products
- information on the specific content (meat products, allergens, etc.)
- price of the meals/products (these are not subsidized)
- availability of seating
- waiting time at the stands
- waiting time at checkout counters
- waiting time to return trays (in carts or conveyor belt)
- calm of the premises
- cleanliness of the premises
- friendliness and availability of the staff
- prefers to be at home
- family or other obligations
- prefers not to eat with colleagues
- wants a change of scene
- not working / not studying on the Dorigny campus
- other

**You are not very satisfied with the taste of the products at the (name of the most often used cafeteria). Which product(s) are you referring to in particular?**

**Choose all that apply**

- cold drinks
- hot drinks
- pastries, cakes, fruit pies, yogurts, and mueslis
- different sandwiches
- raw vegetable plates
- salad buffet
- dishes of the day
- daily menus
- pizzas, quiches, ramekins, nuggets, burgers
- take-away meals
- other

**You are not very satisfied with the offer for special diets (vegetarian, gluten free, etc.) at the (name of the most often used cafeteria). Which product(s) are you referring to in particular?**

**Choose all that apply**

- products without pork
- vegetarian products
- vegan products
- gluten-free products
- lactose-free products
- sugar-free products
- low salt products
- low fat products
- others

**You are not very satisfied with the prices of the products at the (name of the most often used cafeteria). Which product(s) are you referring to in particular?**

**Choose all that apply**

- cold drinks
- hot drinks
- pastries, cakes, fruit pies, yogurts, and mueslis
- different sandwiches
- raw vegetable plates
- salad buffet
- dishes of the day
- daily menus
- pizzas, quiches, ramekins, nuggets, burgers
- take-away meals
- other

**You are not very satisfied with the dietary balance of the products at the (name of the most often used cafeteria). Do they have?**

**Choose all that apply**

- too much sugar
- too much salt
- too much fat
- other

**Which are the three strengths of the (name of the most often used cafeteria)?**

- 1
- 2
- 3

**Which are the three weaknesses of the (name of the most often used cafeteria)?**

- 1
- 2
- 3

**Do you have propositions for improving the services of the (name of the most often used cafeteria)?**

**If a cafeteria were open in the evening until 9pm, how often would you use it?**

	less than once a week	once a week	2 times per week	3 times per week	4 times per week	5 times per week
During the semester	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
During the exam period (and revision)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
During vacations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Among the following criteria, which is the most important for you when choosing a meal or a product at a UNIL cafeteria or restaurant? 1st priority**

- vegetarian diet
- aspect
- dietary balance
- taste
- price
- origin
- quantity
- gluten-free diet
- seasonality

**And which is the second most important criterion? 2nd priority**

**And which is the third most important criterion? 3rd priority**



**Some people, by choice or by necessity, follow specific diets. Do you follow one or more of the following diets yourself?**

**Choose all that apply**

- no specific diet
- no pork
- flexitarian (occasionally eats meat and fish)
- pescetarian or pesco-vegetarian (eats fish and seafood, but no meat)
- vegetarian (does not eat meat, fish or seafood)
- vegan (eats no animal products)
- gluten-free
- lactose-free
- sugar-free
- salt-free
- low-fat
- other

**Finally, we will ask you some questions about yourself. Please indicate your gender**

- female
- male

**Birthyear**

**In what year did you begin study/work at the UNIL?**

**To which faculty or department do you mainly belong?**

- Faculty of Biology and Medicine (FBM)
- Faculty of Law, Criminal Justice and Public Administration
- Faculty of Theology and Religious Studies
- Faculty of Geosciences and Environment (GSE)
- Faculty of Business and Economics (HEC)
- Faculty of Arts
- Faculty of Social and Political Sciences (SSP)
- Management and staff
- other

**Status**

- student
- assistant
- part-time lecturer / research associate / privat-docent PD
- lecturer (MA)
- senior lecturer (MER)
- professor
- administrative and technical staff (PAT)
- scientific collaborator
- other

**What is the level of the program that you are enrolled in?**

- bachelor
- master
- PhD

**In which year of bachelor studies are you enrolled?**

- 1st year
- 2nd year
- 3rd year

**Do you have any comments to add on the survey or any other matter in relation to food services on the Dorigny campus?**