LE MEMO BIO

Informations sur l'agriculture biologique, ses réalités et perspectives dans la restauration hors domicile

Avant propos

Ce Mémo a été spécialement conçu pour les professionnels et enseignants qui souhaitent mieux connaître l'agriculture biologique, ses principes, ses spécificités et bénéfices, son évolution…

Les principales clés pour une introduction réussie des produits en restauration sont présentées.

Il est utilisable en tout ou partie, en l'état.

Si vous avez des observations ou questions complémentaires, n'hésitez pas à envoyer un mail à:

communication@agencebio.org

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Avant propos

Ce Mémo a été réalisé dans le cadre du programme triennal de communication sur l'agriculture biologique et ses produits mis en œuvre par l'Agence Bio et co-financé par l'Union européenne.

Les autres outils d'information sont disponibles sur le site Internet de l'Agence Bio et le Kiosque Bio :

www.agencebio.org

http://outilsdecom.agencebio.org/

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Sommaire

1) Qu'est-ce que l'agriculture biologique?
2) Comment reconnaître les produits bio ?
3) La Bio, pourquoi ?
4) La Bio en chiffres
5) Les produits bio: une grande diversité
6) Le prix des produits bio
7) La Bio dans la restauration hors domicile à caractère social et commercial
8) Comment introduire les produits bio en pratique ?
9) Témoignages de restaurateurs
10) L'Agence BIO

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

1) QU'EST-CE QUE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE?

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

Agence BIO
www.agencebio.org

AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Agriculture Biologique : de quoi parle-t-on ?

- **Un mode de production durable**, avec notamment la non utilisation de produits chimiques de synthèse et d'OGM, le recyclage de la matière organique et le respect du bien être animal.

- **Un engagement des acteurs tout au long de la chaîne alimentaire**, des producteurs aux distributeurs en passant par les transformateurs.

- **Une réglementation** internationale, européenne et nationale couvrant les produits agricoles bruts et les produits transformés alimentaires.

- **Des produits faisant l'objet de contrôles et d'une certification** par des organismes agréés par l'Etat et identifiés par des logos officiels.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Les objectifs et principes de l'agriculture biologique

L'agriculture biologique, **sur une base réglementaire européenne harmonisée** (règlement CE n 834/2007), s'engage pour:

- une gestion durable,
- le respect des équilibres naturels et de la biodiversité
- des produits de haute qualité dont l'obtention ne nuit pas à l'environnement, à la santé humaine, à la santé des végétaux, des animaux et à leur bien-être.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org

2) COMMENT RECONNAITRE LES PRODUITS BIO?

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

La bio: des repères simples! (1/2)

Logo bio européen (obligatoire sur les produits alimentaires pré-emballés d'origine européenne).

CERTIFIÉ PAR FR-BIO-XX
AGRICULTURE UE/NON-UE

CERTIFIÉ
AB
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Logo AB (facultatif)

Origine de la matière première agricole (obligatoire).

UE : Union européenne

NON-UE : hors Union européenne

ou nom du pays lorsqu'au moins 98% des ingrédients en sont originaires.

Code de l'organisme certificateur (obligatoire). Pour retrouver la liste des organismes certificateurs : www.agencebio.org

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Agence BIO www.agencebio.org

AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La bio: des repères simples! (2/2)

Ces deux logos garantissent le respect de la réglementation en vigueur en agriculture biologique, notamment:

- Des **contrôles stricts et systématiques** à tous les stades (production, transformation, distribution).

- Une **certification** par un organisme agréé, compétent et indépendant.

- Ils indiquent que les produits sont **100% bio** ou contiennent **au moins 95% de produits agricoles bio** dans le cas des produits transformés, si la part restante n'est pas disponible en bio et est expressément autorisée.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

3) LA BIO, POURQUOI ?

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

La Bio, pourquoi ?

- Respect de l'environnement, du bien-être animal, de la biodiversité, de la qualité de l'eau et de l'air.
- **Naturalité et authenticité.**
- Une consommation responsable et un **investissement pour l'avenir.**
- Des **produits variés**, sources de plaisir.
- Des **atouts nutritionnels** reconnus*.
- Des **repères et des garanties.**
- **La Bio : au cœur du développement durable.**

Bio : bon pour l'environnement, bon pour nous !

*Etude AFSSA 2003, étude FSA 2009, programme QLIF 2009, étude Stanford 2012…

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La Bio: pour la protection de l'environnement

Des sols vivants et fertiles

Une qualité de l'eau préservée

Une biodiversité respectée et protégée

L'agriculture biologique garantit la non-utilisation de produits chimiques **de synthèse et d'OGM**.

Elle s'appuie sur le **recyclage des matières organiques**, la **rotation des cultures** et la **lutte biologique.**

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Agence BIO www.agencebio.org

AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La Bio: pour le respect des animaux

- Des animaux disposant d'un **espace suffisant** et d'un **accès aux parcours extérieurs.**

- Des animaux **nourris avec des aliments issus de l'agriculture biologique.**

- Une priorité aux **médecines douces** pour soigner les animaux en cas de besoin.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La Bio: un engagement en faveur d'une consommation responsable

- Une importante **source d'emploi,** avec un recours à davantage de main d'œuvre.

- La création de **valeur ajoutée** au niveau local, régional et national.

- La bio: **au cœur du développement durable**, pour le bien-être des générations futures.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Agence BIO www.agencebio.org

AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La transformation bio: des méthodes spécifiques

- **Des procédés biologiques et physiques ne dénaturant pas les produits.**
  - Liste limitative d'additifs et de conservateurs autorisés.
  - Interdiction des colorants chimiques de synthèse.
  - Interdiction de l'ionisation des produits.

- Un système d'**identification et de traçabilité** des fabrications bio.

- Un entretien des installations rigoureux et une réglementation bio quant aux nettoyants et désinfectants autorisés qui doivent allier **efficacité et non-nuisance environnementale.**

- En complément des **contrôles exigés par la réglementation:** des analyses sur les produits finis, par sondages aléatoires.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
Agence BIO www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Un secteur dynamique qui crée des emplois en France

- **59% d'emplois en plus dans les exploitations bio par rapport à la moyenne générale**

  - 7% de la main d'œuvre agricole totale.
  - 2,4 Unités de Travail Annuel en bio contre 1,5 en moyenne par exploitation.
  - 60 000 emplois en équivalent temps plein.

(Estimation Agence Bio 2013 d'après recensement agricole 2010)

- Et tout au long de la chaîne alimentaire, **sauvegarde et création d'emploi** par la diversification des activités.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
Agence BIO www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

4) LA BIO EN CHIFFRES

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

Agence BIO
www.agencebio.org

AGRICULTURES
PRODUISONS
AUTREMENT

AB
AGRICULTURE
BIOLOGIQUE

La Bio: un secteur en développement

- La Bio en France: un secteur en développement.
- Forte croissance de la production bio ces 5 dernières années.
- Une croissance qui répond à la demande des consommateurs.
  - **Plus de 1 million d'hectares en bio.**
  - **Plus de 25 000 fermes bio.**
  - **Plus de 12 000 transformateurs et distributeurs.**
  - **Un marché de 4,17 milliards € en 2012.**

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org

Chiffres clés / La Bio en France - Le secteur bio a doublé en 5 ans.

	Au 31 décembre 2012		Evol. 2012 / 2011	Evol. 2012 / 2007
Surfaces	Totales : 1 032 941 ha	3,72 % du territoire agricole national contre 1,98% fin 2007	+6 %	+85%
	dont surfaces certifiées : 855 644 ha		+22%	+72%
Acteurs	24 425 fermes 60 000 emplois (UTA)	4,7 % des fermes françaises 7 % des emplois agricoles	+6%	+104%
	12 341 transformateurs et distributeurs		+2%	+93%
	36 766 opérateurs aval		+4%	+100%
Marché	4,17 milliards €	2,4% du marché alimentaire français	+6,6%	+101%
	Consommation à domicile : 4,0 Md€ Restauration collective : 169 millions €	64% des Français ont consommé bio en 2012 43% consomment bio au moins une fois par mois 75% des parents veulent de la Bio à l'école		
Ext.	Approvisionnements extérieurs *Y compris plus de la moitié de produits exotiques et de produits non disponibles en France*	25% en 2012	Baisse de 7 points en 1 an	

→ **La barre du million d'hectares bio franchie en 2012. La barre des 25 000 fermes bio en 2013.**

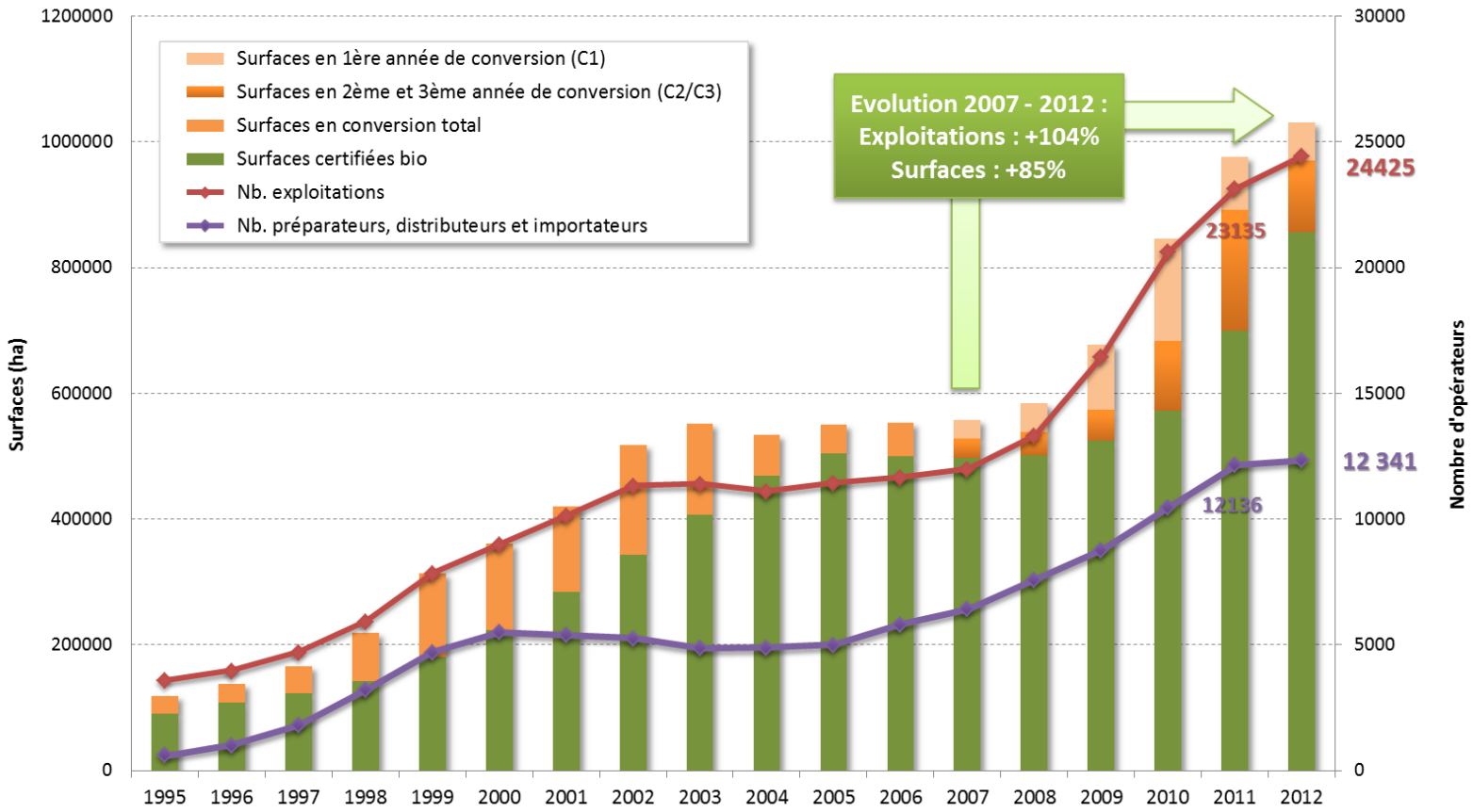
CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Agence BIO www.agencebio.org

AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

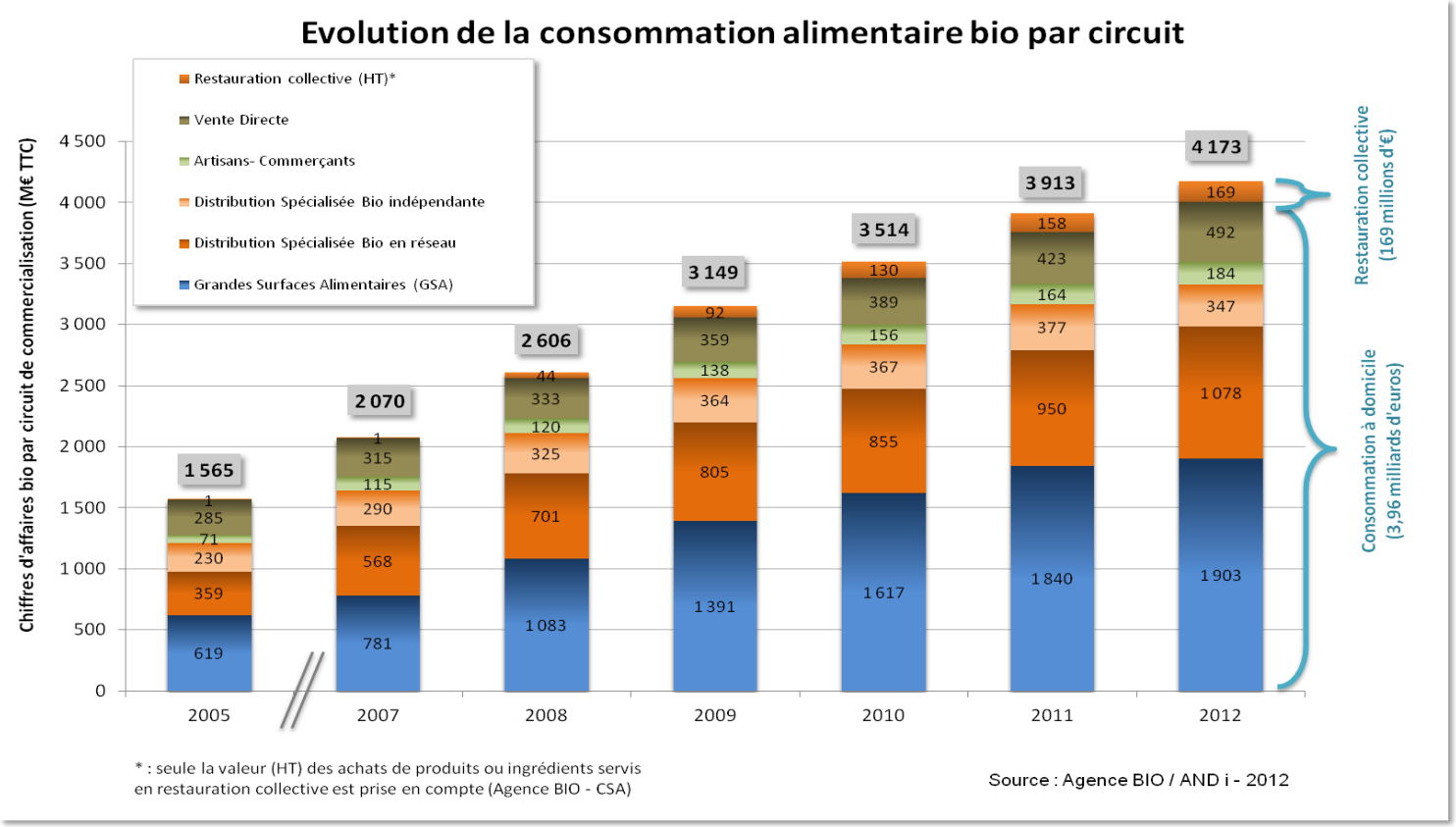
En 5 ans doublement du secteur bio en France



CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Une consommation bio en croissance

- quasi doublement en 4 ans
- plus de 4 milliards d'euros en 2012
- des circuits de distribution diversifiés
- développement en restauration collective

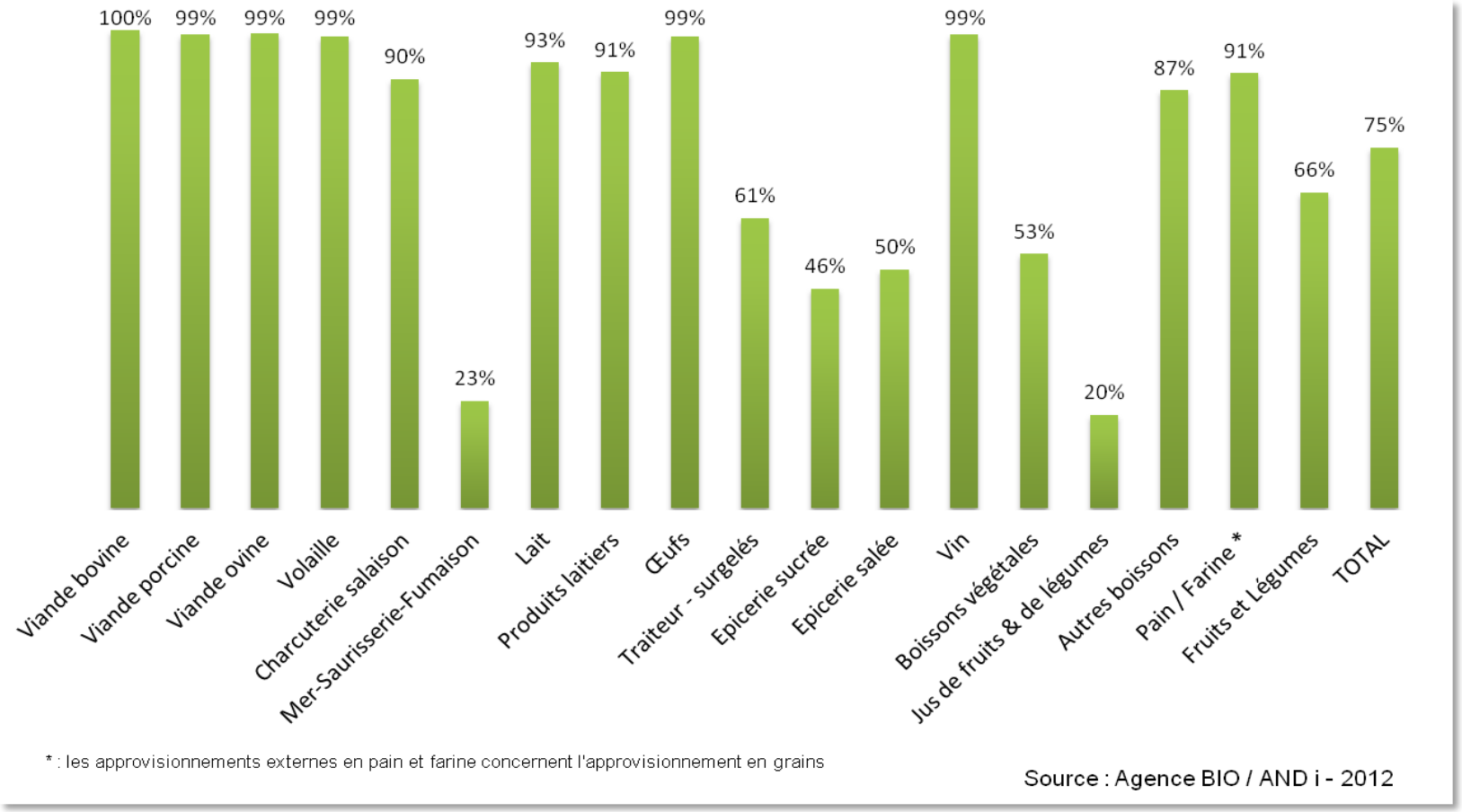


→ La moitié des producteurs bio pratique la vente directe, ne serait ce qu'un peu.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

La part des filières bio totalement ancrées dans le territoire français ne cesse d'augmenter

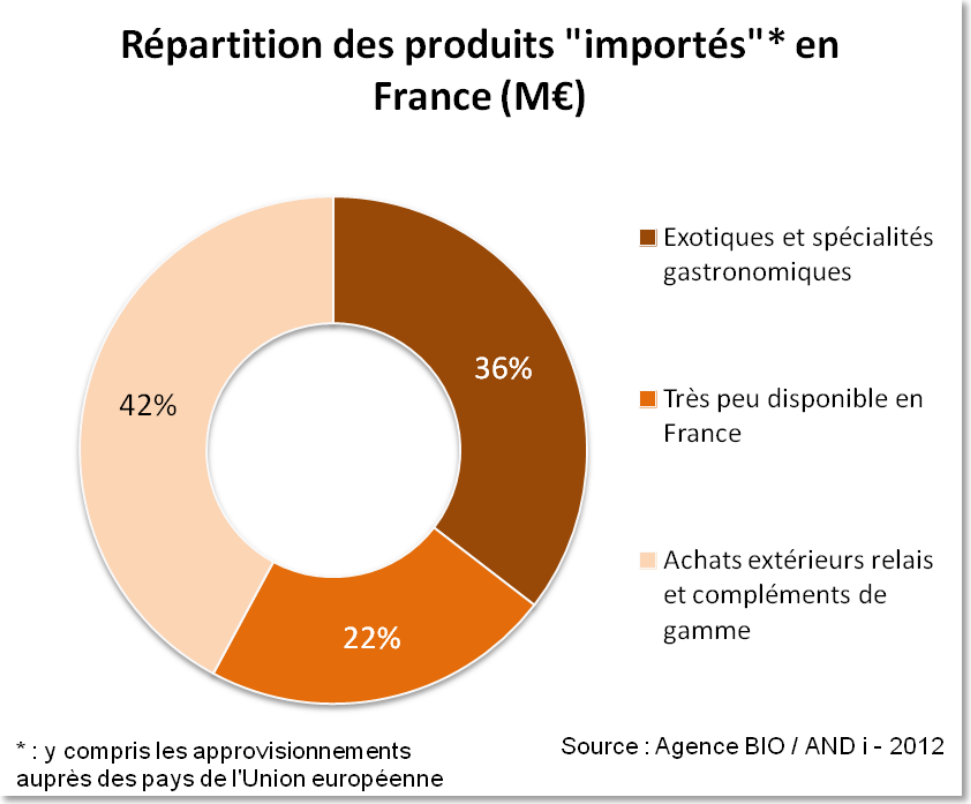


CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
Agence BIO www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La Bio « Made in France » gagne du terrain

S'agissant de la part des approvisionnements externes à la France, une évolution significative à la baisse a été enregistrée avec une part passée de 38% en 2009 à 32% en 2011 puis 25% en 2012.

- **produits exotiques : café, thé, cacao, bananes et autres fruits, …**
- **et spécialités gastronomiques étrangères : exemple : fromages d'appellation d'origine italienne.**
- **produits peu ou très peu disponibles en France : riz, produits aquacoles, agrumes méditerranéens, …**
- **achats extérieurs relais de l'offre française et/ou des compléments de gamme : céréales et produits qui en découlent, fruits et légumes tempérés frais ou transformés.**



CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Les Français et les produits bio

- 6 Français sur 10 consomment ne serais-ce que de temps en temps des produits bio, 4 sur 10 au moins une fois par mois
- 8% en consomment tous les jours
- 8 Français sur 10 connaissent les valeurs portées par les produits bio
- Plus d'1 Français sur 2 désireux de manger bio hors domicile

(source : baromètre Agence Bio/CSA 2012)

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

5) LES PRODUITS BIO: UNE GRANDE DIVERSITÉ

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

Agence BIO
www.agencebio.org

AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Les fruits et légumes bio

- Les fruits et légumes issus de l'agriculture biologique, de par leur mode de culture, redonnent le **sens des saisons.**

- Leur **mode de culture spécifique et les choix variétaux** expliquent leur aspect : parfois moins gros avec des formes moins régulières.

- Les **qualités gustatives et nutritionnelles** des fruits et légumes sont pleinement respectées.

Info +

Retrouvez le calendrier des saisons sur: www.agencebio.org!

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

Les produits laitiers bio

- Une **large gamme** de produits « 7 familles » :
  - laits de consommation
  - beurres
  - crèmes fraîches
  - crèmes dessert
  - fromages
  - fromages frais
  - yaourts

- Les produits laitiers bio sont **garantis sans additif alimentaire de synthèse** (conservateurs, arômes de synthèse, émulsifiants, colorants chimiques de synthèse,…).

Bénéfices consommateurs

Les vaches bio sont nourries essentiellement avec de l'herbe, ce qui favorise une richesse naturelle du lait en Oméga 3!

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
Agence BIO www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Les viandes et volailles bio

- **Une offre large** :
  - agneau bio
  - boeuf bio
  - veau bio
  - porc bio
  - volaille bio…

Bénéfices consommateurs

Des viandes savoureuses et authentiques, issues d'animaux élevés

dans le respect des cycles naturels et de l'environnement !

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

Les pains et céréales bio

- Une **gamme très étendue** :
  - pains bio
  - mélanges de céréales pour le petit-déjeuner, mueslis...
  - biscuits, pains d'épices
  - viennoiseries
  - association de céréales à cuire, galettes de céréales
  - pâtes, farines

Bénéfices consommateurs

*La **non-utilisation de pesticides chimiques de synthèse** permet de consommer sans hésitation les produits à base de céréales complètes, dont toutes les **qualités nutritionnelles** sont conservées.*

*L'utilisation fréquente du levain naturel permet une **plus grande durée de conservation** du pain.*

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

Les huiles biologiques

- **Une gamme pour tous les usages et tous les goûts** : olive, colza, noisette, noix, amande, arachide, argan, bourrache, cameline, carthame, chanvre, pépins de raisin, sésame, soja, tournesol…

- L'extraction des graines oléagineuses biologiques se fait **uniquement par pression mécanique, et sans adjonction de solvants artificiels**.

Bénéfices consommateurs

Les huiles bio sont essentiellement des huiles vierges. Elles ***conservent ainsi les micronutriments*** *(vitamine A,…) et* ***tous les composés aromatiques.***

Elles possèdent des ***acides gras de bonne qualité.***

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Agence BIO www.agencebio.org

AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Les vins biologiques

- Vins rouges, blancs et rosés, champagnes, mousseux et crémants, moelleux et liquoreux, vins de liqueur et vins doux naturels : **tous les types de vins peuvent être issus de l'agriculture biologique**!

- Depuis le 1er août 2012, les raisins ne sont plus les seuls à être certifiés bio : à présent, la vinification est également concernée.

- Les **mentions officielles** sont :
  - **« vin issu de raisins de l'agriculture biologique »** (uniquement pour les vins élaborés avant le 1er août 2012)

  ou
  - **« vin biologique »,** si la vinification est également réalisée dans le respect du cahier des charges européen.

- Pour plus d'information: www.agencebio.org

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

6) LE PRIX DES PRODUITS BIO

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

Un autre rapport qualité-prix

- Pour une bonne partie des consommateurs bio, manger bio ne revient pas forcément plus cher, du fait d'habitudes d'achat plus économes, et par l'utilisation prioritaire de produits de saison.

- Néanmoins, le différentiel de prix peut s'expliquer pour différentes raisons, notamment :

  - La production biologique demande **plus d'espace**, car elle met en œuvre des pratiques extensives.
  - Le respect de l'environnement et des cycles naturels conduit à des **rendements de production plus modestes**.
  - La Bio nécessite **davantage de main d'œuvre** notamment pour des raisons techniques.
  - Le coût des **contrôles** et de la certification est à la charge de l'opérateur.

Pour plus d'information: cf. lettre « La Bio: un autre rapport qualité-prix », sur www.agencebio.org (rubrique communication)

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

7) LA BIO DANS LA RESTAURATION HORS DOMICILE

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

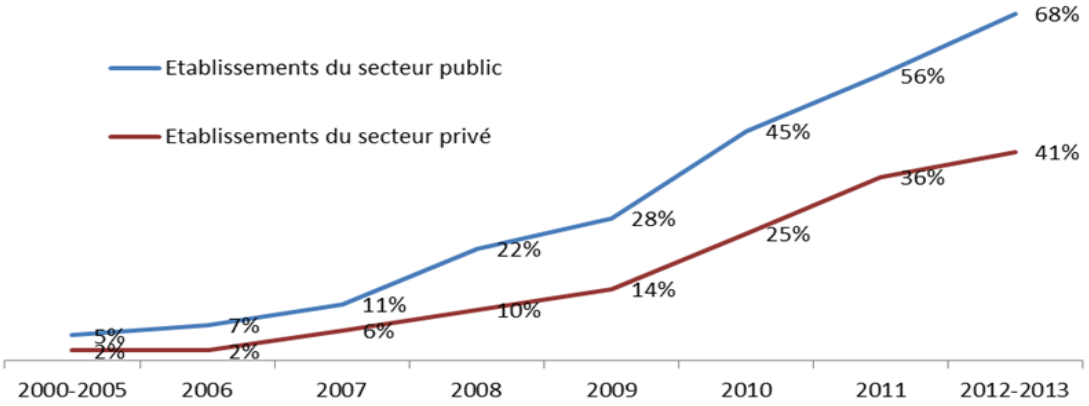
www.agencebio.org

a) Zoom sur la restauration collective à caractère social

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

La Bio progresse dans les assiettes en restauration collective

Part des établissements proposant des produits biologiques en restauration collective dans les secteurs publics et privés (source : Etude Agence Bio/CSA-2013)



Début 2013, les établissements de restauration déclarant proposer des produits biologiques à leurs convives étaient majoritaires (56%), soit plus d'un établissement sur deux alors qu'ils n'étaient que 4% avant 2006 et 46% début 2011.

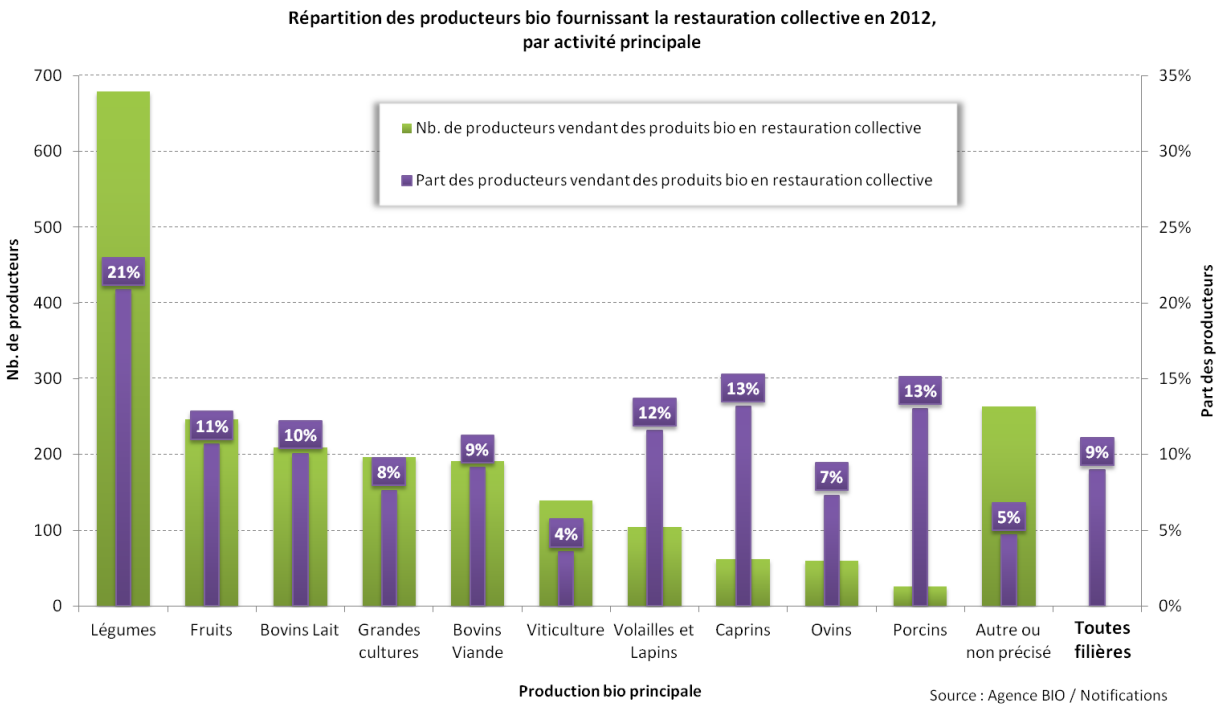
CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La Bio en restauration collective – Plus de 4 500 opérateurs bio fournisseurs en 2013

- **2 282 producteurs** dans toutes les régions et tous les secteurs de produits.
- **1 684 préparateurs et 862 distributeurs** de produits bio.

  +50% par rapport à fin 2010, doublement par rapport à fin 2009.

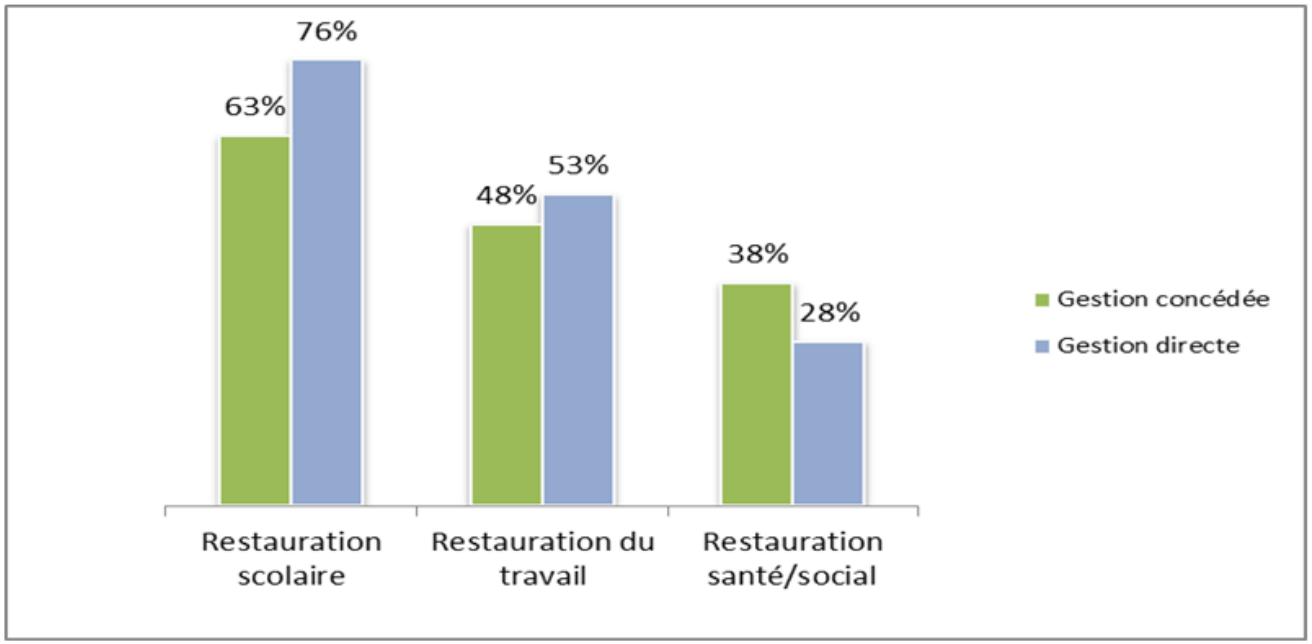
  13% des opérateurs bio (cf http://annuaire.agencebio.org).



CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

En moyenne, 6 acheteurs sur 10 proposent des produits bio en gestion directe et 5 sur 10 en gestion concédée

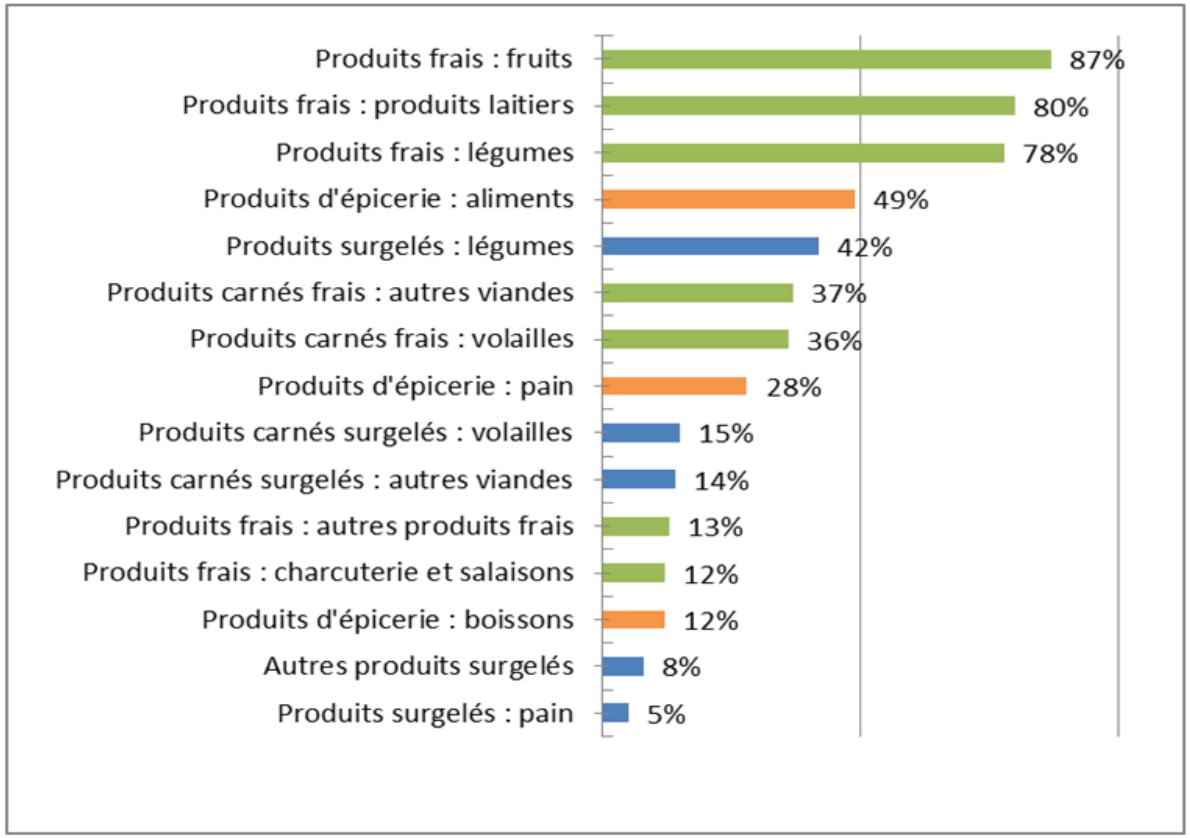
Part des acheteurs de produits bio dans les différents secteurs de la restauration (source : Etude Agence Bio/CSA-2013)



CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Les produits frais N°1 des produits bio en restauration collective

Part des acheteurs par famille de produits bio (source : Etude Agence Bio/CSA-2013)



CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
Agence BIO www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La bio de plus en plus présente dans les assiettes

- L'introduction de produits bio se fait sous la forme de :
  - produits ou ingrédients bio (46% des établissements),
  - plats bio (19%),
  - menus bio (35%).

- La fréquence d'introduction est en constante hausse. Parmi les acheteurs de produits bio :
  - 65% en proposent au moins une fois par mois (36% en 2009),
  - 45% en proposent au moins une fois par semaine (17% en 2009),
  - 16% tous les jours (5% en 2009).

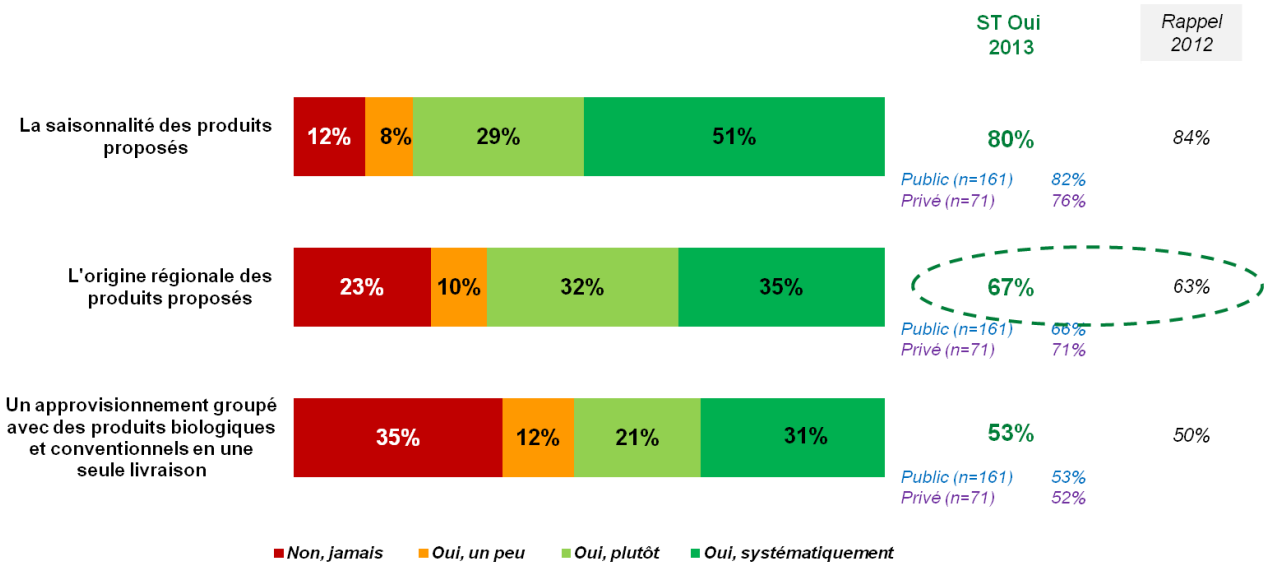
- Lorsqu'ils sont introduits, la part des produits biologiques dans le montant total des achats des établissements est passée de 5% en 2008 à 12% en 2012 en moyenne.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
Agence BIO www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La Bio en restauration collective : française à 85%

Q2B.Bis Pour choisir vos fournisseurs de produits biologiques, privilégiez-vous ?

➔ ***Lecture : 80% des établissement de restauration collective achetant du bio privilégient les produits de saison pour choisir un fournisseur de produits biologiques***



Base filtrée: 56% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=232)

Les établissements déclarent acheter des produits bio d'origine française à 85%. Parmi ces derniers, la part des produits régionaux a progressé et est devenue majoritaire depuis 2012.

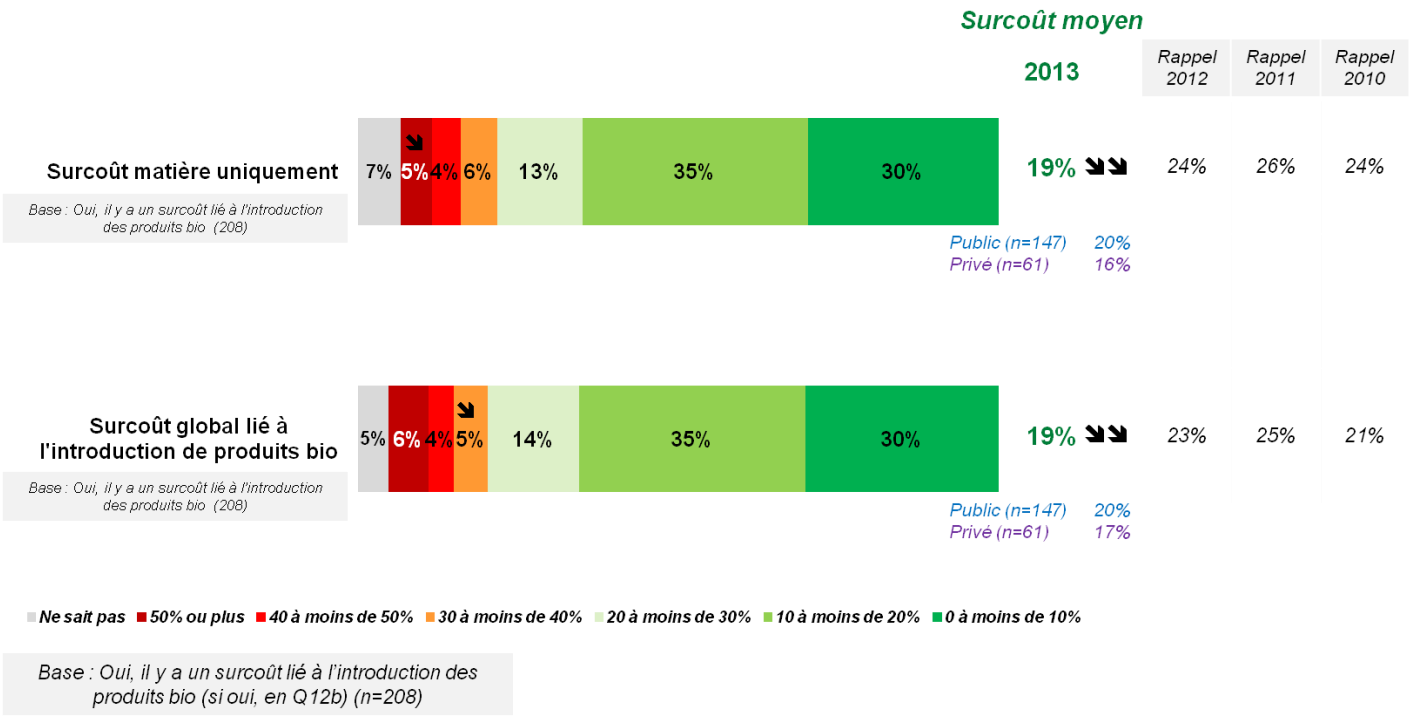
La saisonnalité est le critère de choix de fournisseurs privilégié par 8 acheteurs sur 10, devant l'origine régionale (plus de 6 acheteurs sur 10).

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org

Des coûts de mieux en mieux maîtrisés

Q12c. Pour chacun des éléments suivants, à combien estimez-vous ce surcoût ?

➔ ***Lecture: 65% des établissements estiment que le surcout global engendré par l'introduction de produits bio est inférieur à 20%***



Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=208)

La bio génère un surcoût pour 9 établissements sur 10, de 19% en moyenne (26% en 2011). Il est généralement lissé sur l'ensemble des repas.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

b) Zoom sur la restauration commerciale

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

Une demande des Français

- Fin 2012, 58% des Français se disaient intéressés par des produits bio au restaurant (Source : Baromètre Agence Bio/CSA 2012).

- Jusqu'en 2012, quelques restaurateurs et traiteurs avaient fait le choix d'une certification en tant que préparateurs de produits biologiques, à titre volontaire, cette activité n'étant pas couverte par la réglementation européenne en agriculture biologique.

- Pour accompagner le développement de l'offre, assurer une communication loyale sur les produits bio dans les restaurants et apporter toutes les garanties souhaitées par les consommateurs, un cahier des charges national pour la restauration hors foyer à caractère commercial en agriculture biologique a été établi.

- Il est entré en application en France le 1er octobre 2012.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
Agence BIO www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Depuis octobre 2012, un cahier des charges spécifique pour la restauration commerciale

- Ce cahier des charges, établi par l'Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO) avec les professionnels concernés et homologué par l'arrêté du 28 novembre 2011, **s'applique aux opérations de la restauration définies comme activités principales ou secondaires relevant de la division 56 de la Nomenclature d'Activités Française (NAF).**

- Les activités relevant du règlement (CE) n 834/2007 (traiteurs étiquetant leurs produits notamment) doivent être certifiées comme une préparation sur la base de ce règlement.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org

Depuis octobre 2012, un cahier des charges spécifique pour la restauration commerciale

- Ce cahier des charges **ne s'applique pas** :

  - **à la restauration à caractère social** (cantines scolaires, restaurants universitaires, restaurants d'entreprises, de prisons, d'hôpitaux, de collectivités militaires ou religieuses…),

  - **aux activités ponctuelles de restauration** exercées de manière limitée dans le temps et n'excédant pas un total de 15 jours cumulés par an,

  - **aux opérateurs ne proposant que des produits préemballés présentés dans leur conditionnement d'origine** et portant les mentions de conformité au mode de production biologique (ex: vin, thé, yaourts…), ou pour lesquels l'offre en produits biologiques ne concerne que du café.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org

3 niveaux d'engagement

- Le cahier des charges prévoit des modalités de production, de certification et de communication adaptées au niveau d'introduction des produits bio dans le restaurant :
  - Cas 1 : ingrédients ou produits bio (ex: pain, farine, pommes, carottes, œufs, poulet…).
  - Cas 2 : plats ou menus bio (ex: tourte aux légumes, bœuf bourguignon…).
  - Cas 3 : restaurants bio.

Dans les cas 2 et 3, le restaurateur doit faire certifier son activité par un organisme agréé (coordonnées disponibles sur www.agencebio.org et sur www.inao.gouv.fr).

- Les modalités et fréquences de contrôle prévues, permettant de vérifier la conformité au cahier des charges et en conséquence la certification, sont adaptées aux risques inhérents à chacun, tout en tenant compte des contraintes et de l'organisation propres à la restauration.
- Pour en savoir plus, consulter le guide d'introduction des produits bio en restauration commerciale et le cahier des charges sur :

www.agencebio.org/restauration_commerciale

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Des contrôles pour apporter les garanties souhaitées par les consommateurs

- Les principaux points de contrôle portent sur :
  - le **registre des entrées**,
  - les **garanties bio des fournisseurs** (certificats, factures, bons de livraison),
  - les **étiquetages** des produits bio,
  - les **fiches recettes**,
  - le **registre des sorties**,
  - la **communication** faite auprès du consommateur sur les cartes, menus et signalétiques.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org

Une rubrique dédiée sur l'annuaire officiel des opérateurs en agriculture biologique

- Chaque restaurant concerné par ce cahier des charges doit notifier son activité auprès de l'Agence Bio, ce qui lui permet de figurer sur l'annuaire officiel des opérateurs en agriculture biologique et par conséquent, de se faire connaître :

http://annuaire.agencebio.org

→ accès rapide « restaurants » ou

→ accès « préparateurs » puis recherche par activité

- Des recherches sont également possibles par catégorie et thématique :
  - restauration traditionnelle,
  - restauration rapide,
  - salon de thé,
  - restauration à thème,
  - traiteurs.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

8) COMMENT FAIRE EN PRATIQUE ?

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

Agence BIO
www.agencebio.org

AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Quelle formule choisir ?

- Plusieurs formules sont possibles :
  - des menus totalement bio,
  - des plats biologiques,
  - des ingrédients ou produits bio (ex : viande, pain, fruit, produits laitiers…).

- Il est possible d'en proposer tous les jours, régulièrement ou de temps en temps, l'important étant de choisir une formule adaptée à l'offre en produits biologiques et aux attentes des convives.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org

Où trouver des produits bio ?

- Les coordonnées de producteurs et entreprises proposant des produits bio pour la restauration sont disponibles sur l'annuaire professionnel de l'Agence Bio : http://annuaire.agencebio.org

- Les relais bio régionaux proposent souvent une mise en relation avec des fournisseurs spécialisés (cf rubrique « partenaires » du site www.agencebio.org).

- En bio, les possibilités d'approvisionnement sont en effet multiples :
  - approvisionnement direct auprès de producteurs, regroupés en plateformes dans certaines régions,
  - achat auprès de fournisseurs spécialisés, agissant à l'échelle régionale ou nationale,
  - achat auprès des sociétés de restauration collective qui ont introduit des produits bio dans leur gamme.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

La Bio et la commande publique

- Le code des marchés publics permet aux acheteurs d'intégrer des produits issus de l'agriculture biologique.

- Des conseils, témoignages, modèles et exemples de cahiers des charges-type sont disponibles sur www.repasbio.org

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Limiter les surcoûts

- Quelques mesures simples permettent de limiter le surcoût occasionné par l'introduction des produits bio :

  - limiter le gaspillage,
  - privilégier la régularité dans les approvisionnements et adopter une logistique appropriée,
  - privilégier les produits de saison,
  - construire ses menus en fonction de l'offre, tout en veillant au respect de l'équilibre nutritionnel et de l'équilibre matières,
  - introduire des céréales et des légumineuses (large gamme disponible en bio),
  - limiter le nombre de composantes le cas échéant,
  - prendre en compte la spécificité de certains produits bio pour les quantités nécessaires.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org

Communiquer sur la Bio

- L'Agence Bio propose des supports de communication adaptés:
  - téléchargeables directement sur son site Internet
  - Disponibles auprès des relais régionaux

http://outilsdecom.agencebio.org/

- De nombreuses régions proposent également des outils spécifiques et un accompagnement ou de la formation dans le domaine de la bio et de la restauration collective.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Un principe de base : pas de tromperie du consommateur

- Le règlement CE 834/2007 concernant le mode de production biologique encadre strictement l'utilisation des termes « bio » et « biologique», et les produits auxquels ils sont attribués.

- C'est pourquoi les restaurateurs faisant référence à ces termes doivent être en mesure de fournir tous les justificatifs nécessaires : certificats, factures, étiquetages, bons de livraison doivent préciser le caractère biologique des produits.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Bien utiliser les logos et mentions bio

Il est possible d'utiliser le terme bio et/ou la marque AB à côté de la dénomination d'un plat si au moins 95% des ingrédients sont bio.

Dans les autres cas, la communication ne doit porter que sur les ingrédients concernés.

Exemple d'une ratatouille où seules les aubergines sont bio :

- *1ère communication possible : dans le menu : « Ratatouille* » avec en bas du menu : « *Les aubergines sont bio » ou « *Les ingrédients suivants sont issus de l'agriculture biologique : aubergines » ;*
- *2ème communication possible : dans le menu : « Ratatouille (aubergines bio) ».*

Toute utilisation de la marque AB (logo de communication, d'utilisation facultative) doit faire l'objet d'une demande préalable d'autorisation auprès de l'Agence Bio (règles d'usage et formulaire téléchargeables sur www.agencebio.org).

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Quelques pistes

- Prévoir une introduction progressive et régulière.
- Commencer par des produits avec un différentiel de coût faible ou nul à la portion (ex : fruits, yaourts, blé, pâtes, légumes secs, surgelés, ovoproduits, sautés, steak hachés…).
- Penser produits complets/non épluchés (ex : céréales, pommes, potirons, carottes).
- Proposer des tests/tables de dégustation (ex : pain, tomates, huiles…).
- Former et accompagner le personnel le cas échéant (spécificités des produits bio, recettes, appels d'offre…).
- Rencontrer les acteurs locaux et nationaux pour planifier les besoins.
- Assurer une communication et un affichage adaptés (cf outils proposés par l'Agence Bio et ses partenaires).
- Réaliser des opérations pilotes pendant le Printemps Bio.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Pour en savoir plus

www.agencebio.org/restauration

Manger Bio en restauration scolaire

De plus en plus de repas, totalement ou partiellement bio sont proposés en restauration collective, notamment en restaurants scolaires. Ces initiatives témoignent de la volonté des acteurs de s'engager dans la voie du développement durable, en donnant une place croissante aux produits obtenus selon des modes de production et de transformation très respectueux de l'environnement.

Exemple dans un collège de la Drôme, avec Jean-Luc Baconnier, chef de cuisine.

Le respect de la qualité de l'eau

Les pratiques spécifiques de l'agriculture biologique permettent d'éviter la contamination des eaux superficielles et souterraines ainsi que d'améliorer leur qualité phytosanitaire et diminuer leur teneur en nitrates.
Les agriculteurs bio utilisent des engrais organiques en quantité limitée pour fertiliser leurs sols et n'ajoutent pas d'engrais minéral azoté. En bio, les agriculteurs implantent des cultures intermédiaires qui permettent notamment de piéger les nitrates en période d'inter-culture.
La bio, une contribution majeure au maintien ou à l'amélioration de la qualité de l'eau.

Exemple d'une démarche territoriale exemplaire à Lons-le-Saunier, avec Didier Thévenet, responsable du service de restauration de la ville.

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Pour en savoir plus

Depuis **l'espace restauration** de son site Internet www.agencebio.org, l'Agence Bio propose d'accéder facilement aux principales données et informations concernant l'introduction des produits bio en restauration collective :

- **observatoire** national des produits bio en restauration collective
- **guides d'introduction** des produits bio en restauration
- **annuaires des fournisseurs** de produits bio spécifiques à ce secteur
- **outils de communication** disponibles
- **lettres d'information, témoignages**
- **idées recettes bio**
- **site de recueil d'expériences**
- **principaux contacts et sites partenaires**

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

9) TÉMOIGNAGE DE RESTAURATEURS

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

Agence BIO
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Témoignages

Retrouvez sur la médiathèque de l'Agence Bio http://www.agencebio.org/mediatheque et sur le Kiosque Bio http://outilsdecom.agencebio.org de nombreux témoignages :

- La Minute Bio
- Le mini magazine Chef'nBio
- Le Mémo Bio en restauration collective
- Les lettres d'information….

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.restaurationbio.org : un site web de partage d'expériences

- Un site **actualisé directement par les acteurs de la restauration collective bio**
- Une **initiative commune pour faciliter les échanges**
- **Des expériences concrètes** d'introduction de produits bio réussies
- **Une carte** pour localiser facilement les projets et en prendre connaissance

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

10) L’AGENCE BIO

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

L'Agence BIO: une organisation partenariale…

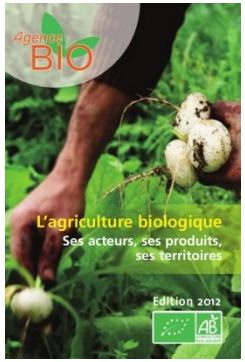
Plateforme nationale d'information et d'actions pour le développement de l'agriculture biologique, qui rassemble les pouvoirs publics et les professionnels :

L'agence BIO associe aussi les autres acteurs concernés dans les secteurs publics, parapublics et associatifs: collectivités territoriales, Interprofessions, organisations professionnelles, de consommateurs, de recherche, etc…

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

Pour contribuer au développement de l'agriculture biologique



- **Concertation et synergies entre acteurs**
- **Observatoire national de la Bio,** des producteurs aux consommateurs
- **Outil d'information** sur l'agriculture biologique et ses produits
  - mise en œuvre d'un programme triennal de communication en partenariat avec 5 interprofessions (cofinancement européen)
  - gestion de la marque AB aux fins de communication
- Acteur de la structuration des filières bio en France
  - gestion du Fonds Avenir Bio

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE
www.agencebio.org
AGRICULTURES PRODUISONS AUTREMENT
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Pour contribuer au développement de l'agriculture biologique :

- Plateforme nationale de **concertation** et de **synergie**
- **Observatoire national** de la Bio, des producteurs aux consommateurs
- **Outil d'information** sur l'agriculture biologique et ses produits
- **Acteur de la structuration des filières bio en France** avec notamment la gestion du Fonds **Avenir BIO**

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

www.agencebio.org

Des temps forts tout au long de l'année, avec notamment :

- Chaque année, **une participation au Salon International de l'Agriculture,** à Paris

- **Printemps BIO**: **première quinzaine de juin**, avec des animations dans toute la France

- **3 rencontres professionnelles par an:** Assises de la Bio, séminaire international, rencontres Printemps BIO

- Participations régulières à des salons grands publics et professionnels

- **Une page Facebook « Agriculture Biologique »**

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

Pour en savoir plus

www.agencebio.org

- S'informer sur l'Agriculture Biologique
- En savoir plus sur la qualité des produits biologiques
- Trouver des fournisseurs de produits biologiques
- Communiquer sur la bio
- Contacts utiles

www.facebook/AgricultureBIO et
twitter.com/leblogdelabio

CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE LA FRANCE

MERCI DE VOTRE ATTENTION!

CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

Agence BIO
www.agencebio.org

AGRICULTURES
PRODUISONS
AUTREMENT

AB
AGRICULTURE
BIOLOGIQUE