

# Guide d'introduction des produits bio en restauration collective

Début 2015, en France, près de 6 restaurants collectifs sur 10 proposaient des produits biologiques dans leurs menus, et 74% des restaurants scolaires<sup>1</sup>.

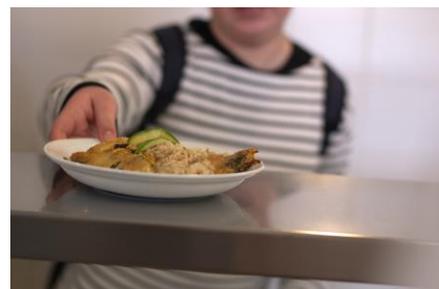
Par ailleurs, 87% des Français se disaient intéressés par des repas avec des produits biologiques à l'école, 76% dans les hôpitaux, 73% dans les maisons de retraite, et 73% des actifs avaient la même attente concernant leur restaurant d'entreprise<sup>2</sup>.

## Des outils disponibles au plan national et dans les régions

Pour réussir l'introduction des produits biologiques, bien s'informer au préalable, engager des actions pédagogiques pour sensibiliser l'ensemble des acteurs, le personnel et les convives aux questions d'environnement, de bien-être animal et de biodiversité, en même temps qu'à l'importance d'une alimentation équilibrée est toujours utile. Et ce, dans le cadre d'un projet global cohérent avec le développement durable.

L'Agence Bio, plateforme nationale d'information et d'actions pour le développement de l'agriculture biologique propose avec ses partenaires, sur l'espace restauration du site [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org), de nombreuses informations et outils notamment :

- les chiffres de l'observatoire national des produits bio en restauration collective,
- des supports d'information et de communication téléchargeables,
- un annuaire des fournisseurs de produits bio spécifiques à la restauration collective,
- un partage d'expériences d'introduction de produits bio en restauration collective (en lien avec le site [www.restaurationbio.org](http://www.restaurationbio.org)).



## Un réseau pour vous accompagner dans votre démarche

Rassemblés au sein du comité de pilotage « Actions en restauration collective bio », de nombreux acteurs peuvent vous accompagner dans votre démarche d'introduction de produits bio, de la recherche de fournisseurs aux questions liées aux marchés publics, notamment :

- Le réseau FNAB : [www.fnab.org](http://www.fnab.org) ; [www.repasbio.org](http://www.repasbio.org)
- Le SYNABIO : [www.synabio.com](http://www.synabio.com)
- Restau'Co : [www.restauco.fr](http://www.restauco.fr)
- Le SNRC : [www.snrc-site.com](http://www.snrc-site.com)

Mais aussi les relais bio régionaux et tous les autres acteurs que vous trouverez dans la rubrique « partenaires » du site [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org).

<sup>1</sup> Observatoire des produits bio en restauration collective Agence Bio/CSA

<sup>2</sup> Baromètre Agence Bio/CSA « Perception et consommation des produits biologiques »

## Comment faire en pratique ?

### 1/ Choisir les produits et la formule

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.

### 2/ Choisir ses fournisseurs

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

Les relais bio régionaux peuvent vous aider à orienter votre choix (cf rubrique « partenaires » du site [www.agencebio.org](http://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 via les sociétés de restauration collective qui ont introduit des produits bio dans leur gamme pour répondre à la demande des collectivités.



### 3/ Bien gérer les surcoûts

En général, les produits issus de l'agriculture biologique sont plus chers à l'achat qu'en conventionnel, du fait de méthodes de production de type extensif, du recours à une main d'œuvre plus importante et des coûts de certification des fournisseurs notamment. Quelques mesures simples permettent de limiter nettement le surcoût :

- 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.

### 4/ Proposer des actions pédagogiques et une communication adaptée

L'Agence Bio propose des supports de communication adaptés, téléchargeables directement sur son site Internet et/ ou disponibles auprès des relais régionaux (cf exemples en fin de document).

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.

### 5/ Un principe de base : pas de tromperie du consommateur

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

Les restaurateurs faisant référence à ces termes doivent donc être en mesure de fournir les justificatifs démontrant que leurs menus sont composés, en tout ou partie, avec des produits et/ou des ingrédients issus de l'agriculture biologique. C'est pourquoi, avant chaque achat, il est essentiel de s'assurer que les produits sont bien issus de l'agriculture biologique en demandant au fournisseur un certificat à son nom les mentionnant, et une garantie sur facture.

## COMMUNIQUER SUR LES PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE A CARACTERE SOCIAL

Conformément à l'article L. 120-1 et L. 121-1 du Code de la Consommation, toute allégation ou toute référence à l'agriculture biologique doit être loyale, lisible et compréhensible quant à la portée des engagements annoncés. Il est donc recommandé aux professionnels de la restauration qui souhaitent communiquer sur le caractère biologique de leurs produits de s'assurer que leur communication et/ou présentation n'est pas de nature à induire le consommateur en erreur, le règlement européen n°834/2007 encadrant strictement l'utilisation des termes « bio » et « biologique » et les produits auxquels ils sont attribués.

**RAPPEL : toute utilisation du logo 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](http://www.agencebio.org) espace pro/utiliser les logos).**

Niveau d'introduction d'ingrédients bio	Conditions particulières	Exemples	Utilisation possible des termes « bio » / « biologique » et de la marque AB de communication
Cas 1 : Un ou plusieurs produits dans le menu sont bio	Pouvoir distinguer facilement les produits bio et non bio	pain bio, aubergines bio, yaourt bio, pomme bio...	Uniquement en lien direct et à proximité immédiate des produits bio.  Exemple : ratatouille où seules les aubergines sont bio.  <ul style="list-style-type: none"> <li>1ère communication possible : Dans le menu : « Ratatouille* » En bas du menu : « *Les aubergines sont bio » OU « *Les ingrédients suivants sont issus de l'agriculture biologique : aubergines »</li> <li>2ème communication possible : Dans le menu : « Ratatouille (aubergines bio) »</li> </ul>
Cas 2 : Plat bio          Cas 2 bis: Menu bio	Au moins 95% des ingrédients du plat sont issus de l'agriculture biologique (les 5% restants n'étant pas disponibles en bio)          Tous les plats constituant le menu sont bio, au sens ci-dessus	Exemple 1 : « Assiette de crudités bio » Toutes les crudités de l'assiette (éventuellement la sauce) sont bio  Exemple 2 : « Steak Frites bio » Le steak et les pommes de terre (éventuellement l'huile) sont bio  Exemple 3 : « Crème au chocolat bio » Au moins 95% des ingrédients sont bio  L'ensemble des plats qui composent le menu sont bio, au sens ci-dessus	Uniquement en lien direct et à proximité immédiate des plats ou menus bio
Cas 3 : L'ensemble des plats et menus sont bio	Au moins 95% des ingrédients de chaque plat sont issus de l'agriculture biologique, les 5% restants n'étant pas disponibles en bio		Sur tous supports en lien avec des produits bio et dans la présentation générale du restaurant.

## Exemples d'outils d'information et de communication disponibles auprès de l'Agence Bio

De nombreux outils d'information et de communication sur l'agriculture biologique utilisables en restauration collective sont proposés par l'Agence BIO. Retrouvez-les sur [www.agencebio.org/lekiosquebio](http://www.agencebio.org/lekiosquebio)

Quelques exemples d'outils actuellement proposés :

### Affiches 40\*60



La Bio : un engagement global

La Bio : le respect de l'environnement

La Bio : une filière de qualité, avec des acteurs engagés à tous les stades

### Affiches 40\*60



La diversité des produits bio, pour une alimentation bio variée et équilibrée

### Guirlande 5 fanions



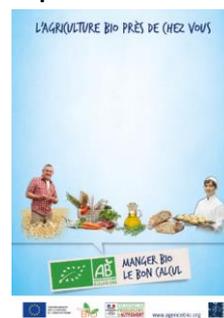
### Stop-rayons (6\*6)



### Affiche saisonnalité



### Affiches personnalisables



Le mémo Bio en restauration collective (uniquement en version numérique)



Le magazine Chef & Bio



Cartes postales

Et retrouvez de nombreux outils complémentaires, disponibles en version numérique haute définition (**dépliants adultes, dépliants enfants, kits pédagogiques...**) sur : [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)

De nouveaux outils, notamment des kits pédagogiques et kits pour la restauration scolaires seront mis à disposition à la rentrée 2015-2016. **Abonnez-vous aux actus de l'Agence BIO pour être informé directement des nouveaux outils disponibles !**