

L'observatoire national des produits biologiques en restauration collective suit depuis 2009 l'évolution du marché et de la perception des produits biologiques dans le secteur de la restauration collective à caractère social, les différentes voies d'introduction retenues ainsi que les perspectives de développement. Depuis 2015, il est complété d'une évaluation du marché de la RHD en général dont les résultats sont présentés ci-après.

Dans ce document, la mention RHD (restauration hors domicile) recouvre à la fois la restauration collective à caractère social (ci-après dénommée « restauration collective ») et la restauration collective à caractère commercial (ci-après dénommée « restauration commerciale »).

Une réponse aux attentes des Français¹

✓ **83% des Français attendent des produits bio dans les restaurants, 80% dans les hôpitaux, 77% dans les maisons de retraite, 73% dans les centres de vacances, 70% en restauration rapide et même 56% dans les distributeurs automatiques.**

✓ **90% des parents** sont intéressés par une offre de produits biologiques à l'école.

✓ **81% des actifs** souhaitent des repas avec des produits bio sur leur lieu de travail ou dans leur restaurant d'entreprise.



Le marché de la RHD bio en France²

✓ **Le marché des produits bio en restauration tous circuits confondus est estimé à 411 millions d'euros en 2016**, en croissance de 6,8% par rapport à 2015. Il se répartit en 229 millions d'euros en restauration collective et 182 millions en restauration commerciale.

Estimation de la valeur du marché alimentaire AB dans la restauration

Source : Agence BIO / AND International

En M EUR	2016	2015	2014	16/15	15/14
Commerciale	182	166	152	9,6%	9,2%
Collective	229	219	206	4,6%	6,3%
TOTAL	411	385	358	6,8%	7,5%

La série ci-dessus a été rétropolée pour tenir compte des éléments reçus en 2017 et rectifier les recueils de données précédents

✓ **La part des produits biologiques en restauration collective est estimée à 2,9% de la valeur d'achat des denrées.** En 2016, la croissance a été moindre dans le secteur concédé (à des sociétés de restauration) que dans le secteur autogéré (en gestion directe).

✓ **En restauration commerciale, la part des achats bio est de 1%.**

✓ **37% des restaurants traditionnels indépendants proposent des produits bio**, cette offre se limitant au vin une fois sur deux.

✓ L'offre bio demeure en revanche très peu présente dans le circuit de la restauration de chaînes, rapide ou à table.

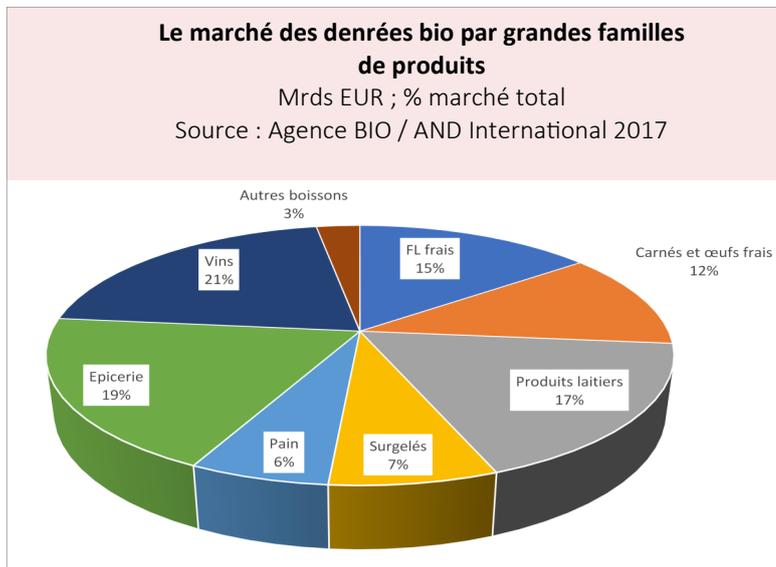
✓ On estime à 350 le nombre de restaurants ayant introduit une part significative de produits bio (plus de 50% de la valeur des achats) en France. Dans ce micro secteur, 8 restaurants sur 10 se fournissent directement auprès de producteurs bio.

✓ Le **marché des boissons** est le premier en valeur. Il repose essentiellement sur la vente de vin bio, principalement en circuit court : le vin représente plus d'un cinquième (21%) de la valeur du marché des denrées bio.

Les autres segments sont :

✓ Les **produits d'épicerie** (salée : riz, légumes secs, quinoa, flocons de pomme de terre, pâtes, huiles et vinaigres, épices, conserves de légumes, sauces tomates ; sucrée : biscuits, compotes, café, chocolats) qui représentent 19% du marché.

✓ Les **produits laitiers** (17% du marché), en majorité distribués en restauration collective, les yaourts arrivant au 1^{er} rang.



✓ Les **fruits et légumes frais** (15% du marché). Ce segment est le plus dynamique, avec une croissance de l'ordre de 18%.

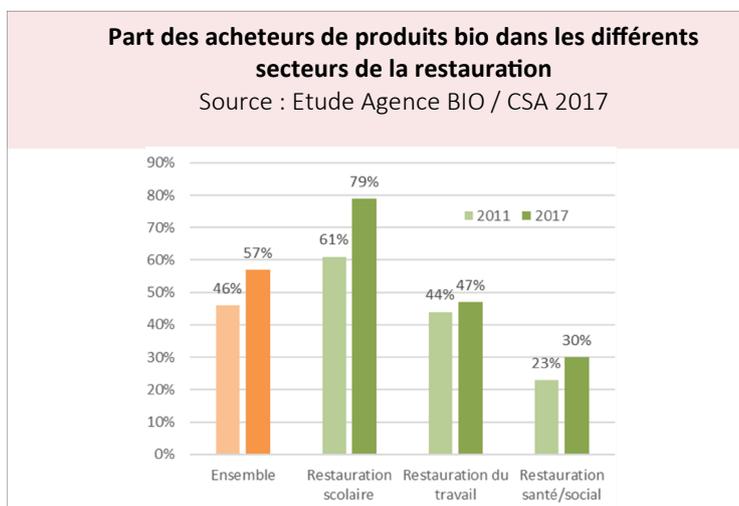
✓ Les **produits carnés et œufs frais** (12% du marché).

Les ventes par famille de produit et par circuit
Source : Agence BIO / AND International

En M EUR	TOTAL	Collective	Commerciale	PDM Collective	PDM Commerciale	2016/15 Général	2016/15 Collective	2016/15 Commerciale
FL frais	60,0	44,5	15,5	19%	9%	18%	17%	19%
Carnés et œufs frais	49,0	34,0	15,0	15%	9%	0%	0%	0%
Produits laitiers	72,0	58,0	14,0	25%	8%	7%	4%	17%
Surgelés	30,0	17,0	13,0	7%	7%	-3%	-6%	0%
Pain	25,0	18,5	6,5	8%	4%	4%	3%	8%
Épicerie	79,0	55,0	24,0	24%	13%	5%	6%	4%
Vins	85,0	1,0	84,0	0%	46%	12%	0%	12%
Boissons Autres	11,0	1,0	10,0	0%	5%	10%	0%	11%
TOTAL	411	229	182	100%	100%	7%	5%	10%

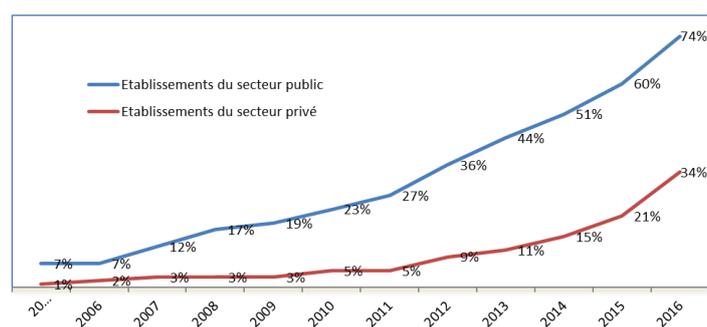
Les produits biologiques en restauration collective à caractère social³

✓ **Début 2017 en France, 57% des établissements de restauration collective** (soit plus de 40 000 à l'échelle nationale) **déclaraient proposer des produits biologiques à leurs convives, résultat stable depuis 2012, contre seulement 4% avant 2006.** Le secteur public (avec 74% des établissements) en propose plus largement que le secteur privé (34% des établissements). De même, les établissements en gestion directe en proposent davantage que ceux en gestion concédée (60% vs 47%) ainsi que les grosses et moyennes structures (73% de celles de plus de 500 repas par jour en proposent).



Année d'introduction des produits biologiques en restauration collective dans les secteurs publics et privés

source : Etude Agence Bio/CSA 2017



Des menus de plus en plus bio

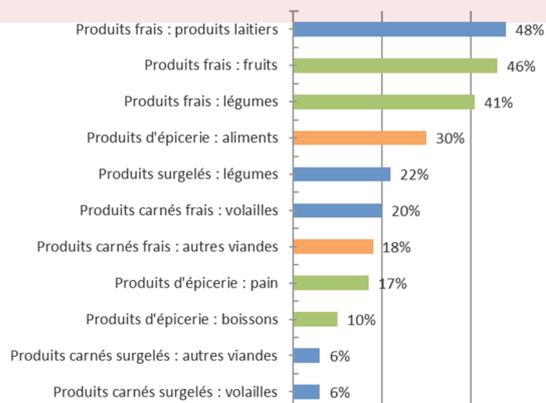
- ✓ L'introduction des produits biologiques en restauration collective résulte d'impulsions données par la direction (49% des cas), l'équipe en cuisine (46%), les élus (41%), les parents d'élèves (38%) et les convives (32%).
- ✓ 88% des établissements acheteurs choisissent d'introduire des produits et des ingrédients bio, 48% des plats entièrement bio et 29% des menus entièrement bio.
- ✓ La fréquence d'introduction augmente puisque **75% des établissements acheteurs en proposent au moins une fois par mois** (contre 69% en 2016), **57% en proposent au moins une fois par semaine** (48% en 2016), et **20% tous les jours** (18% en 2016).

La Bio présente dans près de 8 restaurants scolaires sur 10

- ✓ Le secteur scolaire est le plus concerné, avec **79% d'établissements proposant des produits bio** (vs 75% en 2016), suivi du secteur du travail en recul cette année avec 47% d'établissements (59% en 2016), puis du secteur de la santé et du social avec 30% d'établissements (25% en 2016).

Part des acheteurs par famille de produits bio sur l'ensemble des établissements de restauration collective

source : Etude Agence Bio/CSA 2017



Les produits bio frais toujours majoritaires

Chaque établissement proposant des produits bio introduit environ 5 familles différentes en moyenne. Il s'agit principalement de produits frais, notamment :

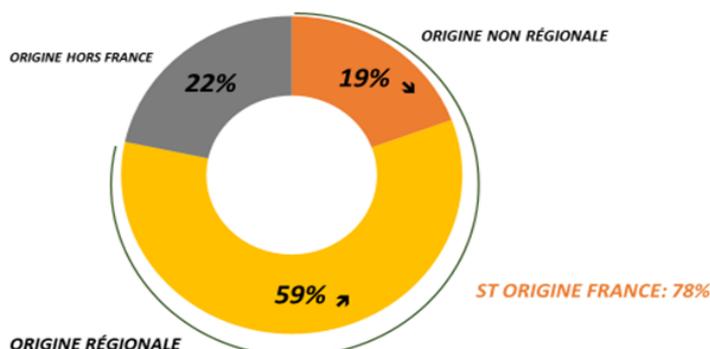
- ✓ les **produits laitiers** (48% des restaurants collectifs en proposent au niveau national), majoritaires cette année, et notamment les yaourts,
 - ✓ les **fruits frais** (46% des établissements au niveau national), la pomme étant toujours le produit phare,
 - ✓ les **légumes frais** (41% des établissements au niveau national) avec une forte part de carottes.
- On trouve également :
- ✓ les **produits d'épicerie**, (30% des établissements en proposent au niveau national), notamment pâtes, riz et autres céréales,
 - ✓ les **légumes surgelés** (22%),
 - ✓ les **volailles** fraîches (20%) et surgelées (6%),
 - ✓ les **autres viandes** fraîches (18%) et surgelées (6%),
 - ✓ le **pain** frais (17%),
 - ✓ les **boissons** (10%).

Les approvisionnements locaux privilégiés

- ✓ 78% des produits bio achetés sont d'origine française, et **59% d'origine régionale**.
- ✓ 65% des établissements encouragent l'approvisionnement bio de proximité dans leurs appels d'offre, essentiellement en utilisant le critère « circuits courts » (77%) et le critère « fraîcheur » (75%).

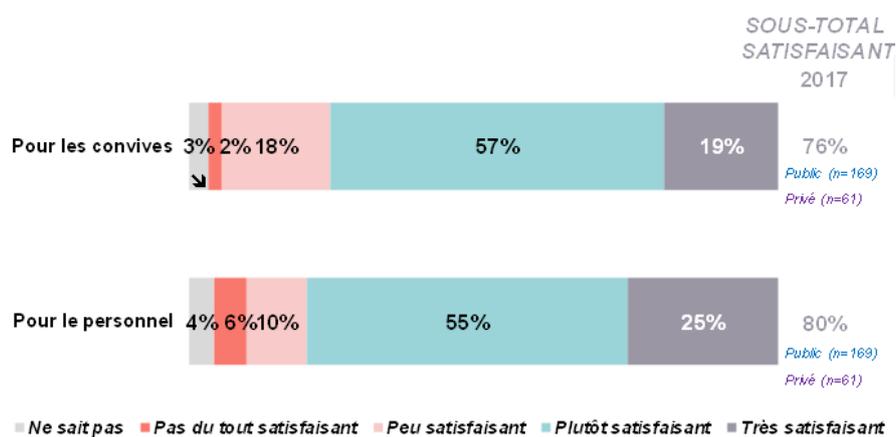
Origine des produits bio en restauration collective

source : Etude Agence Bio/CSA 2017



Bilan de l'introduction des produits biologiques

source : Etude Agence Bio/CSA 2017



La Bio en restauration collective, source de satisfaction

- ✓ 76% des établissements ayant opté pour l'introduction de produits biologiques jugent celle-ci satisfaisante pour les convives (contre 66% en 2012). Côté personnel, le taux de satisfaction est de 80% cette année, contre 73% en 2012.

Le coût de l'introduction des produits bio maîtrisé

- ✓ Début 2017, 77% des établissements ayant introduit des produits bio font état d'un surcoût (ils étaient 91% en 2012). Ce surcoût est de 18% en moyenne (contre 24% en 2012).
- ✓ Dans 2 restaurants sur 3 cependant, il n'y a pas de surcoût pour les convives, celui-ci étant soit lissé sur l'ensemble des repas (52% des établissements) soit pris en charge par le donneur d'ordre (16% des établissements).

- ✓ 54% de ces établissements ont cherché à limiter ce surcoût, notamment en : limitant le gaspillage (91% des établissements), mettant en concurrence les fournisseurs (73%), remplaçant certains produits par d'autres moins coûteux (73%).

Les perspectives

✓ L'introduction des produits bio devrait se poursuivre et toucher encore de nouveaux établissements : 16% de non acheteurs de produits bio actuellement déclarent avoir l'intention d'introduire des produits biologiques dans leurs menus. La principale raison de non achat de produits bio est de loin le coût des produits (pour 2 répondants sur 3).

✓ Les acheteurs actuels déclarent que la part de leurs achats bio pourrait atteindre 20% en projection en moyenne en 2018, et jusqu'à 25% en 2020.

✓ Tous secteurs confondus, les produits bio les plus présents resteront : les fruits frais (63% des établissements envisagent d'en introduire), les légumes frais (60%), et les produits laitiers (60%).



Quelques données sur ... la restauration collective à caractère social en France⁴

15 millions de Français prennent chaque jour au moins un repas hors de leur domicile, dont plus de la moitié en restauration collective.

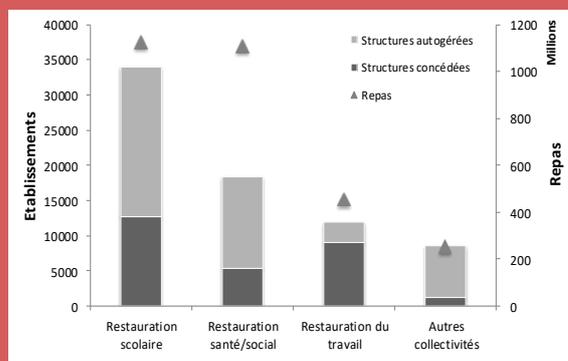
Près de 73 000 structures de restauration collective, publiques ou privées, distribuent plus de 3,5 milliards de repas par an dans les secteurs de :

- ✓ l'enseignement (restauration scolaire et universitaire),
- ✓ la santé et le social (restauration hospitalière, maisons de retraite...),
- ✓ le travail (restauration d'entreprises et d'administrations),
- ✓ les autres collectivités (centres de vacances, armées, établissements pénitentiaires...).

En moyenne, sur 10 établissements de restauration collective, 6 fonctionnent en gestion directe et 4 en gestion concédée à des sociétés spécialisées.

L'ensemble de ces secteurs totalise 8 milliards d'euros HT d'achats alimentaires (hors petits déjeuners), répartis de façon quasiment égale entre produits frais, produits surgelés et produits d'épicerie.

Part des différents secteurs de la restauration collective en fonction du nombre de restaurants et du nombre de repas (d'après données Gira Foodservice)



L'ensemble des données de l'observatoire 2017 des produits biologiques en restauration collective sont issues :

¹ du baromètre consommation Agence BIO / CSA Research janvier 2018 : étude menée par internet, via l'Access panel grand public CSA buzz, du 16 au 22 novembre 2017 auprès d'un échantillon représentatif de 1002 Français âgés de 18 ans et plus, constitué d'après la méthode des quotas

² de l'estimation du marché alimentaire bio en restauration collective et commerciale Agence BIO /AND International 2017

³ de l'enquête Agence BIO / CSA Research réalisée du 5 au 20 avril 2017 auprès de 403 responsables des achats d'établissements de la restauration collective représentatifs de l'ensemble des opérateurs du secteur en France (hors établissements sociaux, structures collectives de loisirs et communautés religieuses)

⁴ des données sur la restauration collective fournies par Gira Foodservice

LA BIO EN RESTAURATION



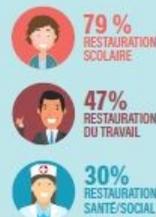
UN MARCHÉ EN CROISSANCE

411 millions d'euros en 2016 (+ 6,8 % vs 2015) ²



EN RESTAURATION COLLECTIVE

57 % des établissements proposent des produits bio ³



78% DES PRODUITS BIO SONT D'ORIGINE FRANÇAISE



59% D'ORIGINE RÉGIONALE



Source

1 - Baromètre consommation Agence BIO / CSA Research Janvier 2017

2 - Etude Agence BIO / AND-1 Mai 2017

3 - Etude Agence BIO / CSA Research Mai 2017