

Depuis 2009, l'observatoire national des produits biologiques en restauration collective suit l'évolution 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.

L'introduction des produits biologiques dans la restauration collective constitue en effet un des axes d'actions du plan "Ambition Bio 2017" visant à favoriser le développement de l'agriculture biologique. L'objectif de 20% de produits biologiques dans la restauration collective a notamment été maintenu¹.

Principaux résultats²

✓ Depuis 2012, les établissements de restauration déclarant proposer des produits biologiques à leurs convives sont majoritaires : 59% en 2014, alors qu'ils n'étaient que 4% avant 2006 et 56% en 2013.

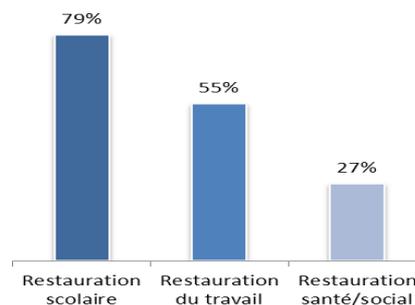
✓ Le secteur scolaire est le plus concerné, avec 79% d'établissements qui déclarent proposer des produits bio, suivi du secteur du travail, avec 55% d'établissements, puis du secteur de la santé et du social, avec 27% des établissements.

✓ L'introduction est plus significative dans le secteur public (70% des établissements) que dans le privé (44% des établissements).

✓ La part des établissements introduisant des produits bio est globalement la même en gestion directe (59%, plutôt stable depuis 3 ans) et concédée (58%, en progression constante depuis 2009).

✓ Les produits bio restent davantage introduits au sein des grosses et moyennes structures (72% de celles de plus de 500 repas par jour en proposent), et dans celles ayant les budgets alimentaires les moins élevés (66%).

Part des acheteurs de produits bio dans les différents secteurs de la restauration (source : Etude Agence Bio/CSA-2014)

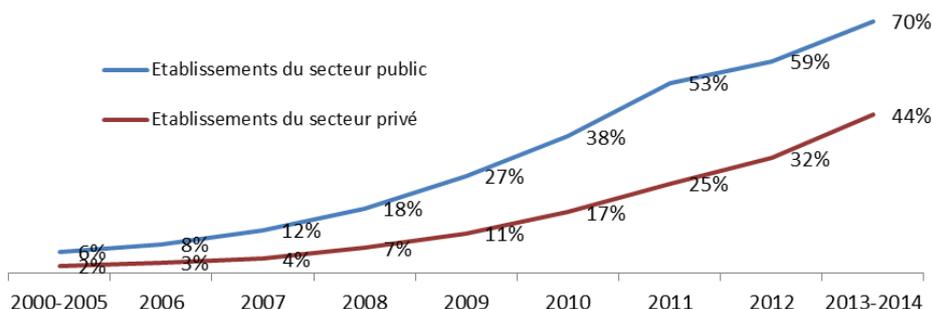


Les formules et la fréquence retenues

✓ L'introduction de produits bio se fait cette année majoritairement en faveur de produits et d'ingrédients bio (51% des établissements, contre 46% en 2013) plutôt que de plats (21% des établissements, 19% en 2013) ou de menus entièrement bio (28% des établissements, 35% en 2013).

✓ Parmi les acheteurs de produits bio, 6 sur 10 en proposent au moins une fois par mois (contre 36% en 2009). 4 sur 10 en proposent au moins une fois par semaine (17% en 2009), et 16% tous les jours (5% en 2009).

Année d'introduction des produits biologiques en restauration collective dans les secteurs publics et privés (source : Etude Agence Bio/CSA-2014)

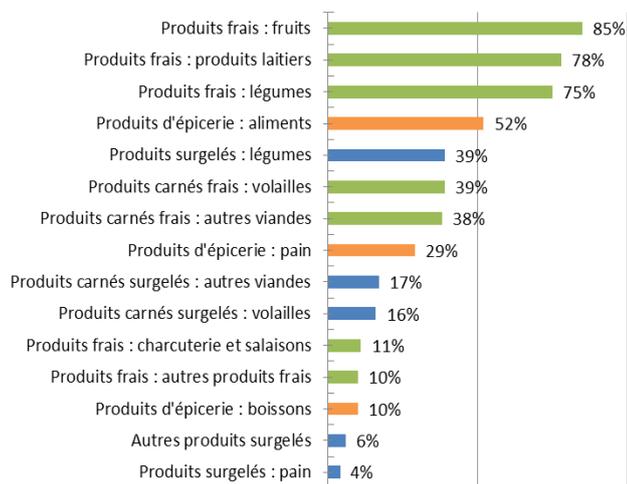


Les produits bio frais toujours les plus introduits

- ✓ Les principaux produits bio introduits en restauration collective sont les produits frais, notamment :
 - les **fruits frais** (85% des restaurants ayant introduit des produits bio déclarent en proposer), les pommes étant toujours autant achetées (81%),
 - les **produits laitiers** (78%) et notamment les yaourts (75%),
 - les **légumes frais** (75%) avec une forte part de carottes (68%), crudités (47%), tomates (46%) et salades (41%).
- ✓ On retrouve également :
 - les **produits d'épicerie** (52% des restaurants ayant introduit des produits bio déclarent en proposer), notamment pâtes (40%) et riz (34%),
 - La **volaille** fraîche (39%) et surgelée (16%), les **viandes** fraîches (38%) et surgelées (17%),
 - les **légumes surgelés** (39%),
 - le **pain** frais (29%) et surgelé (4%).

- ✓ En moyenne, chaque établissement introduit **environ 5 familles de produits bio différentes**.

Part des acheteurs par famille de produits bio
(source : Etude Agence Bio/CSA-2014)



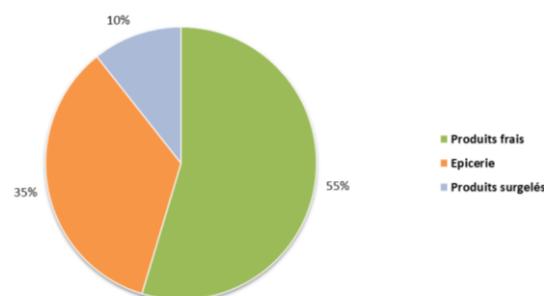
Les produits bio de saison et régionaux plébiscités

- ✓ Les établissements déclarent à 83% acheter des produits bio d'origine française, dont la moitié d'origine régionale, qu'ils sont 79% à privilégier.
- ✓ La saisonnalité demeure le premier critère de choix d'un fournisseur de produits bio pour 86% des établissements.

Le marché des produits bio en restauration collective

- ✓ 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% depuis 2012 en moyenne**. Ce taux monte à 32% pour le pain.
- ✓ Les achats de produits bio en restauration collective ont ainsi été estimés à **172 millions d'euros HT pour 2013** pour l'ensemble des familles de produits (frais, surgelés, épicerie, **hors pain**), soit une progression de 1,4% en un an (contre 7% l'an dernier). Ainsi, ce marché représentait en 2013 :
 - 2,4% des achats alimentaires de la restauration à caractère social (contre 0,6% en 2008),
 - 4% des achats alimentaires de la restauration scolaire,
 - 3,8% du marché des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique.

Répartition des achats en produits bio par famille
(source : Etude Agence Bio/CSA-2014)



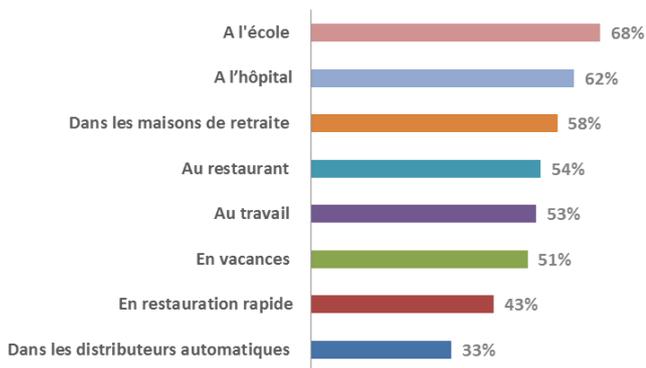
Le coût de l'introduction des produits bio

- ✓ 8 établissements sur 10 ayant introduit des produits bio font état d'un surcoût de 19% en moyenne (en baisse significative depuis 2011 où il était de 26%).
- ✓ 7 sur 10 ont cherché à le réduire, notamment :
 - en limitant le gaspillage (88%),
 - en travaillant sur l'éducation alimentaire (66%),
 - en mettant en concurrence les fournisseurs (66%),
 - en remplaçant certains produits par d'autres moins coûteux (65%),
 - en passant des partenariats au niveau local (63%),
 - en groupant les achats (62%).

Les facteurs d'introduction des produits biologiques

- ✓ Les élus ou la direction sont cités comme principal facteur d'impulsion des produits biologiques (57% des établissements), suivi de l'équipe en cuisine (48%), des parents d'élèves (33%) et des convives (25%).

Part des Français intéressés par l'introduction de produits bio en restauration (source : baromètre Agence Bio/CSA 2013)



Un bilan positif

- Les 2/3 des responsables de restauration ayant opté pour l'introduction de produits biologiques jugent celle-ci satisfaisante, que ce soit pour le personnel (66% de satisfaits) ou pour les convives (63% de satisfaits).
- Ceux qui se déclarent insatisfaits évoquent essentiellement le prix, la méconnaissance des produits bio et des difficultés d'approvisionnement.

Bilan de l'introduction des produits biologiques (source : Etude Agence Bio/CSA-2014)



Les perspectives

- L'introduction des produits bio devrait se poursuivre et toucher encore de nouveaux établissements : **18% de non acheteurs de produits bio actuellement déclarent avoir l'intention d'introduire des produits biologiques dans leurs menus.**
- Le potentiel de nouveaux acteurs est plus important dans les secteurs actuellement en retrait (restauration du secteur privé et du secteur santé/social).
- La part des achats pourrait atteindre 15% en projection en moyenne** (contre 19% envisagés l'an dernier).
- Tous secteurs confondus, les produits bio les plus présents resteront :
 - les fruits frais (67% des établissements envisagent d'en introduire),
 - les légumes frais (61%),
 - les produits laitiers (58%).



Quelques données sur la restauration collective à caractère social en France³

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

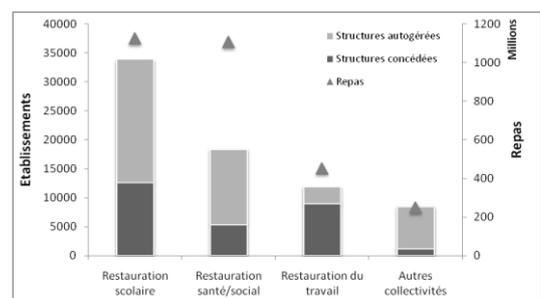
Près de 73 000 structures de restauration collective, publiques ou privées, distribuent plus de 3,5 milliards de repas par an dans les secteurs de :

- 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 plus de 7 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)



¹ Dans tous les secteurs de la restauration collective, l'Etat donne l'exemple avec l'objectif d'introduire 20% de produits biologiques dans ses commandes.

² L'ensemble des données de l'observatoire 2014 des produits biologiques en restauration collective est issu de l'enquête Agence Bio/CSA réalisée du 10 au 14 février 2014 auprès de 401 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).

³ D'après données sur la restauration collective fournies par Gira Foodservice.

LE COMITE « ACTIONS EN RESTAURATION COLLECTIVE BIO »

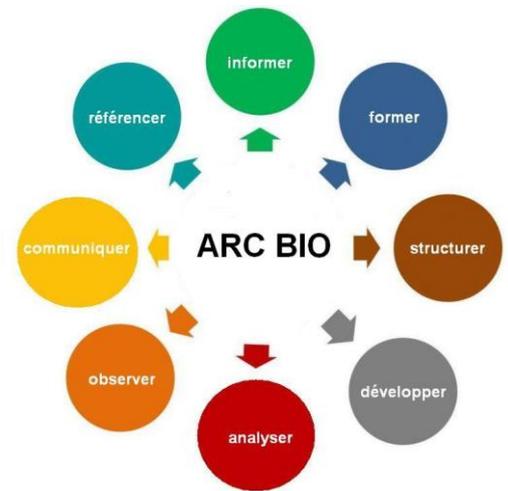
Une plateforme de concertation, d'expertises et de développement de complémentarités

Rassemblés au sein du comité de pilotage ARC Bio (Actions en Restauration Collective Bio), tous les acteurs se mobilisent en vue d'une introduction réussie des produits bio en restauration collective :

INFORMER

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,**
- ✓ **site de recueil d'expériences,**
- ✓ **principaux contacts et sites partenaires.**



FORMER

Pour ceux qui souhaitent aller plus loin, des formations sont proposées par l'Etat et les relais régionaux de la Bio, que ce soit pour les cuisiniers, responsables des achats, gestionnaires, décideurs...

COMMUNIQUER

L'Union européenne, l'Agence Bio, les relais régionaux (GAB, CIVAM...), certaines interprofessions et des fournisseurs proposent des outils de communication et d'accompagnement pour informer les convives et le personnel sur les spécificités et l'intérêt des produits biologiques.

REFERENCER

Les producteurs, transformateurs, distributeurs et sociétés de restauration sont de plus en plus nombreux à proposer des produits biologiques et services adaptés au secteur de la restauration collective. Des annuaires sont disponibles au niveau national et régional pour mieux les identifier.

STRUCTURER

Mettre en relation les différents acteurs et structurer l'offre et la demande sont des étapes essentielles pour atteindre les objectifs souhaités. L'émergence de projets régionaux et supra régionaux associant décideurs, acteurs de la bio, fournisseurs et utilisateurs doit être par tous les moyens encouragée. Avenir Bio et d'autres dispositifs d'accompagnement font partie des multiples leviers disponibles.

DEVELOPPER

L'approvisionnement en produits biologiques pour la restauration collective nécessite de convertir de nouveaux opérateurs à ce mode de production, notamment au niveau local. Les chambres d'agriculture et autres relais régionaux interviennent pour les sensibiliser et les accompagner dans cette évolution.

Pour en savoir plus : www.agencebio.org
Espace pro / espace restauration