

Observatoire 2015 des produits biologiques en restauration collective¹

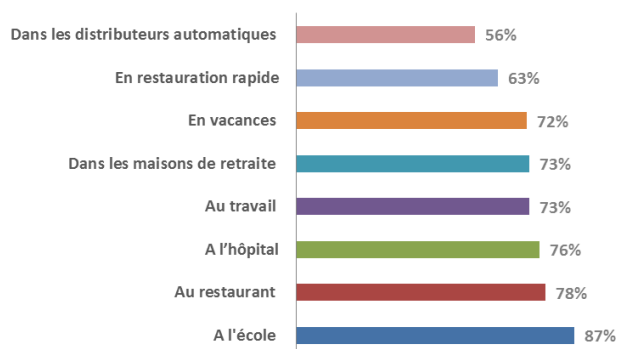
Depuis 2009, l'observatoire national des produits biologiques en restauration collective suit l'évolution des produits biologiques dans le secteur de la restauration collective à caractère social, les différentes voies d'introduction retenues ainsi que les perspectives de développement.

Un des objectifs du plan "Ambition Bio 2017", visant à favoriser le développement de l'agriculture biologique, est d'atteindre 20% de produits biologiques dans la restauration collective d'Etat.

Les facteurs d'introduction des produits biologiques

- ✓ L'introduction de la Bio en restauration collective répond aux attentes des Français, qui souhaitent pouvoir en manger dans tous les types d'établissements. 87 % d'entre eux déclarent être intéressés par la Bio à l'école, 76 % à l'hôpital, 73 % dans les maisons de retraite et autant au travail.
- ✓ L'introduction des produits biologiques en restauration collective résulte d'impulsions données par la direction (54 % des cas), les élus (42 %), l'équipe en cuisine (41 %), les parents d'élèves (35 %) et les convives (30 %).

Part des Français intéressés par l'introduction de produits bio en restauration collective (source : baromètre Agence Bio/CSA 2015)



Le marché des produits bio en restauration collective

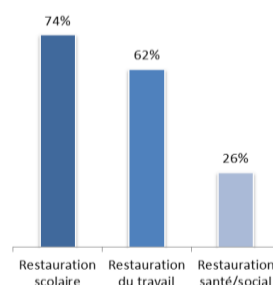
Début 2015 en France, **59% des établissements de restauration collective déclaraient proposer des produits biologiques** à leurs convives. Ils n'étaient que 4% avant 2006.

Le **secteur scolaire est le plus concerné**, avec 74 % d'établissements qui déclarent proposer des produits bio, suivi du secteur du travail qui décolle, avec 62 % d'établissements contre 55 % en 2014, puis du secteur de la santé et du social, avec 26 % des établissements.

L'introduction est plus significative dans le secteur public (72% des établissements en 2015) que dans le privé (41% des établissements).

La part des établissements introduisant des produits bio cette année est de 60% en gestion directe et de 55% en gestion concédée.

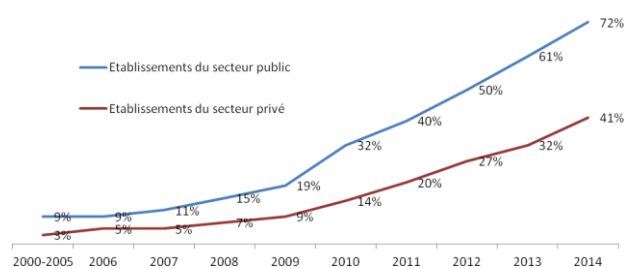
Part des acheteurs de produits bio dans les différents secteurs de la restauration (source : Etude Agence Bio/CSA-2015)



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

64% des établissements interrogés disposent d'un self-service, et 89% ont la possibilité de préparer eux-mêmes des légumes bruts.

Année d'introduction des produits biologiques en restauration collective dans les secteurs publics et privés (source : Etude Agence Bio/CSA-2015)



Les achats de produits bio en restauration collective ont été estimés à **191 millions d'euros HT pour 2014**, soit une **progression de 11 % en un an** (contre 1,4 % en 2013/2012).

Ainsi, ce marché représentait en 2014 :

- ✓ 2,7 % des achats alimentaires de la restauration à caractère social (contre 0,6 % en 2008),
- ✓ 3,8 % du marché des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique.

Lorsqu'ils sont introduits, la part des produits biologiques dans le montant total des achats des établissements est passée de 5 % en 2008 à 13 % en 2014 en moyenne (28 % pour le pain). Elle s'élève à 17 % pour les établissements en ayant introduit depuis 7 ans et plus.

Les formules et la fréquence retenues

✓ L'introduction de produits bio se fait cette année encore majoritairement en faveur de **produits et d'ingrédients bio (48% des établissements)** plutôt que de plats (26% des établissements) ou de menus entièrement bio (27% des établissements).

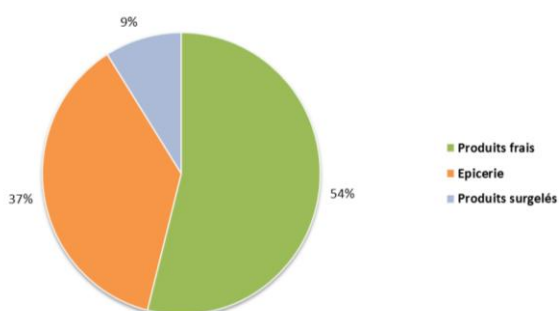
✓ Parmi les acheteurs de produits bio, **65% en proposent au moins une fois par mois** (contre 36% en 2009). 39% en proposent au moins une fois par semaine (17% en 2009), et 15% tous les jours (5% en 2009).

Les produits bio frais toujours les plus introduits

En moyenne, chaque établissement introduit environ 5 familles de produits bio différentes. Les principaux produits bio introduits en restauration collective sont les produits frais, notamment :

- ✓ les **fruits frais** (88% des restaurants ayant introduit des produits bio déclarent en proposer), les pommes étant toujours autant achetées (83%),
- ✓ les **produits laitiers** (75%) et notamment les yaourts (73%),
- ✓ les **légumes frais** (75%) avec une forte part de carottes (68%), crudités (49%), tomates (45%) et salades (42%).

Répartition des achats en produits bio par famille
(source : Etude Agence Bio/CSA-2015)



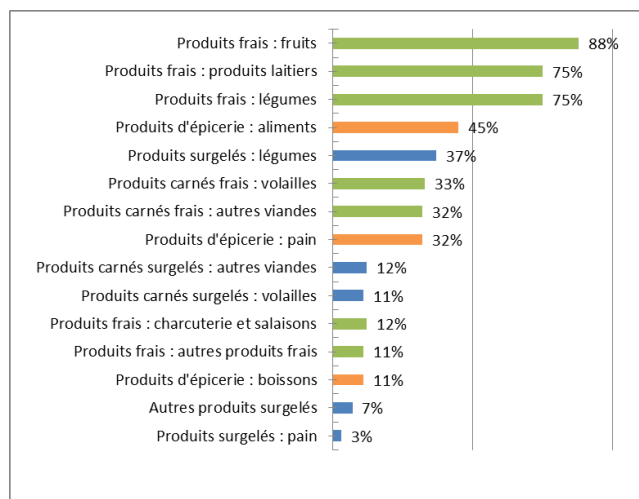
On retrouve également :

- ✓ les produits d'épicerie (45% des restaurants ayant introduit des produits bio déclarent en proposer), notamment pâtes (35%) et riz (33%),
- ✓ la volaille fraîche (33%) et surgelée (11%), les **viandes** fraîches (32%) et surgelées (12%),
- ✓ les légumes surgelés (37%),
- ✓ le pain frais (32%) et surgelé (3%).

Les produits bio de saison et régionaux plébiscités

- ✓ 80% des établissements déclarent acheter des produits bio d'origine française, dont plus de la moitié d'origine régionale qu'ils sont 64% à privilégier.
- ✓ La saisonnalité demeure le premier critère de choix d'un fournisseur de produits bio pour 77% des établissements. 56% privilégient les circuits courts et 48% ont d'autres exigences en termes de développement durable.

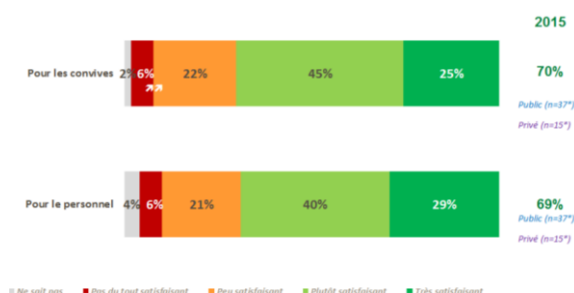
Part des acheteurs par famille de produits bio
(source : Etude Agence Bio/CSA-2015)



La bio en restauration collective source de satisfaction

- ✓ 7 établissements sur 10 ayant opté pour l'introduction de produits biologiques jugent celle-ci satisfaisante, que ce soit pour le personnel ou pour les convives.
- ✓ 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-2015)



Le coût de l'introduction des produits bio maîtrisé

Début 2015, 86 % des établissements ayant introduit des produits bio font état d'un surcoût de 20 % en moyenne (il était de 26 % en 2011). Celui-ci est lissé sur l'ensemble des repas dans 2 cas sur 3 et n'implique pas de surcoût pour les convives.

6 établissements sur 10 ont cherché à réduire ce surcoût, notamment :

- ✓ en limitant le gaspillage (88 %, comme en 2014),
- ✓ en remplaçant certains produits par d'autres moins coûteux (73 %, contre 65 % en 2014),
- ✓ en mettant en concurrence les fournisseurs (71 %, 66 % en 2014),
- ✓ en travaillant sur l'éducation alimentaire (66 %),
- ✓ en passant des partenariats au niveau local (64 %),
- ✓ en groupant les achats (64 %).

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, du secteur santé/social et des petits établissements (moins de 200 repas par jour)).
- ✓ La part des achats pourrait atteindre 16% en projection en moyenne (contre 15% envisagés l'an dernier).

Tous secteurs confondus, les produits bio les plus présents resteront :

- ✓ les fruits frais (69% des établissements envisagent d'en introduire),
- ✓ les légumes frais (63%),
- ✓ les produits laitiers (58%).



Quelques données sur la restauration collective à caractère social en France²

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

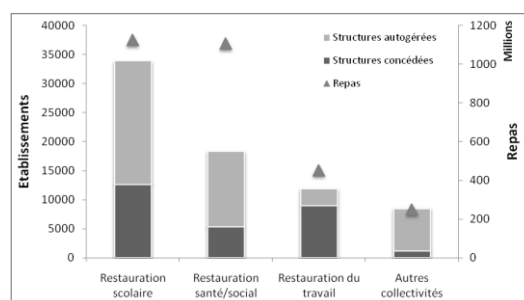
Près de 73 000 structures de restauration collective, publiques ou privées, distribuent plus de 3,5 milliards de repas par an dans les secteurs de :

- 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



¹ L'ensemble des données de l'observatoire 2015 des produits biologiques en restauration collective est issu de l'enquête Agence Bio/CSA réalisée du 10 au 16 mars 2015 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).

² D'après données sur la restauration collective fournies par Gira Foodservice.

LE COMITE « ACTIONS EN RESTAURATION COLLECTIVE BIO »

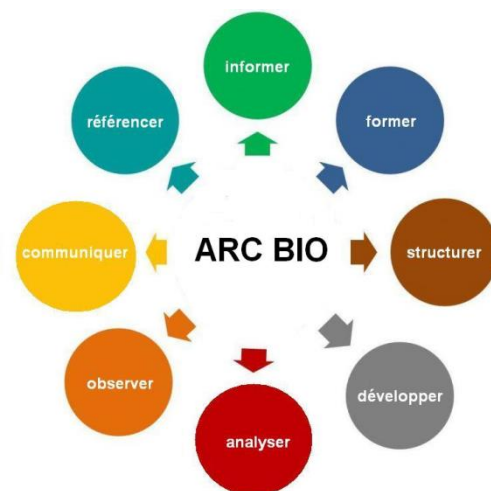
Une plateforme de concertation, d'expertises et de développement de complémentarités

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 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