



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective

Rapport d'étude

Mars 2014
Étude n° 1301667

CSA
COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Sommaire

INTRODUCTION	3
Contexte	4
Objectifs de l'étude	5
Méthodologie	6
Grille de lecture des résultats	7
STRUCTURE DE L'ECHANTILLON	8
RESULTATS DETAILLES DE LA VAGUE 6	15
Le marché des produits biologiques	17
Focus sur l'achat de produits biologiques parmi les acheteurs bio	33
Acheteurs de produits biologiques: Le bilan	52
Projection du marché du bio en 2015	64

Introduction

CSA

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Contexte de l'étude



Contexte :

- > L'introduction des produits biologiques en restauration collective a pris une nouvelle ampleur depuis le Grenelle de l'Environnement de 2008.
- > Une première collecte et analyse d'informations sur ce secteur a été initiée par l'Agence Bio en 2009 (étude Gressard/CSA/Agence Bio 2009).
- > Une actualisation des principaux résultats est depuis effectuée chaque année.



Objectifs de l'étude

Objectifs de l'étude :

> La présente étude a pour objectifs principaux de :

Consolider, actualiser et compléter les estimations du marché des produits biologiques en restauration collective.

Disposer d'une évaluation globale des besoins et attentes en produits biologiques par secteur, famille de produits, segment de marché, type d'établissement au plan national et par zone géographique (grande région).

Mettre les résultats en perspective générale et suivre leur évolution d'ici 2015.



Approfondir la question des coûts et de la perception de l'introduction des produits bio par les convives et le personnel.





Méthodologie

Les caractéristiques de l'étude sont les suivantes :

- > Méthode : 401 interviews téléphoniques structurées sur les mêmes bases que les études précédentes (quotas sur le type d'établissement, zone géographique, secteur d'activité)
- > Univers : Ensemble des établissements de la restauration collective sur le territoire français
- > Cible : Responsables de la restauration en charge du choix ou des achats de produits alimentaires
- > Durée de questionnaire : 12 minutes
- > Terrain : du 10 au 14 février 2014 (en raison des élections municipales, susceptibles d'influer sur certaines réponses, l'enquête a été avancée en février).
 - vague 5 : du 18 mars au 22 mars 2013
 - vague 4: du 26 mars au 30 mars 2012
 - vague 3 : du 14 au 21 mars 2011
 - vague 2: du 10 au 15 mars 2010
 - vague 1: du 18 février au 6 mars 2009

> Les écarts significatifs sont indiqués comme suit :

	++/+	<i>Ecart significatif supérieur à 99% par rapport à la base ensemble 2013</i>
	+/+	<i>Ecart significatif supérieur à 95% par rapport à la base ensemble 2013</i>
	--/-	<i>Ecart significatif inférieur à 99% par rapport à la base ensemble 2013</i>
	-/-	<i>Ecart significatif inférieur à 95% par rapport à la base ensemble 2013</i>

	<i>Evolution significative supérieure à 99% par rapport à la précédente vague</i>
	<i>Evolution significative supérieure à 95% par rapport à la précédente vague</i>
	<i>Evolution significative inférieure à 99% par rapport à la précédente vague</i>
	<i>Evolution significative inférieure à 95% par rapport à la précédente vague</i>

> Remarque, le total présenté n'est parfois pas égal à 100% compte tenu des arrondis.

01 Structure de l'échantillon

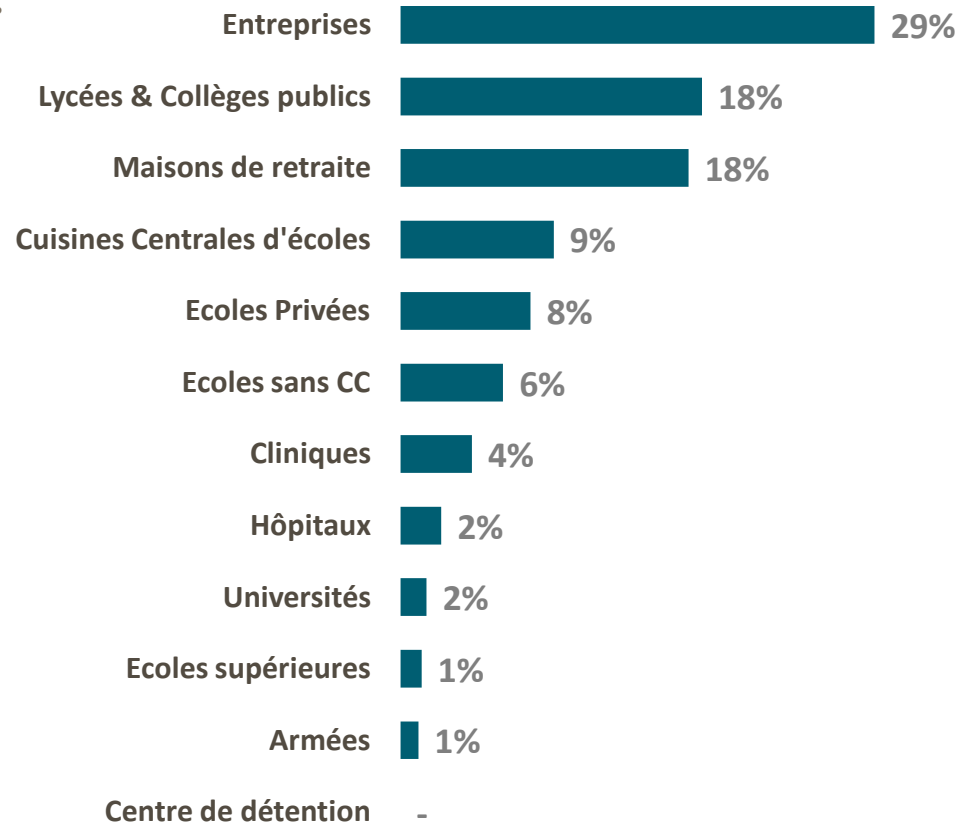
Structure de l'échantillon:

Les quotas

Information fichier

Base : ensemble (n=401)

% calculés sur la base ensemble



Structure de l'échantillon:

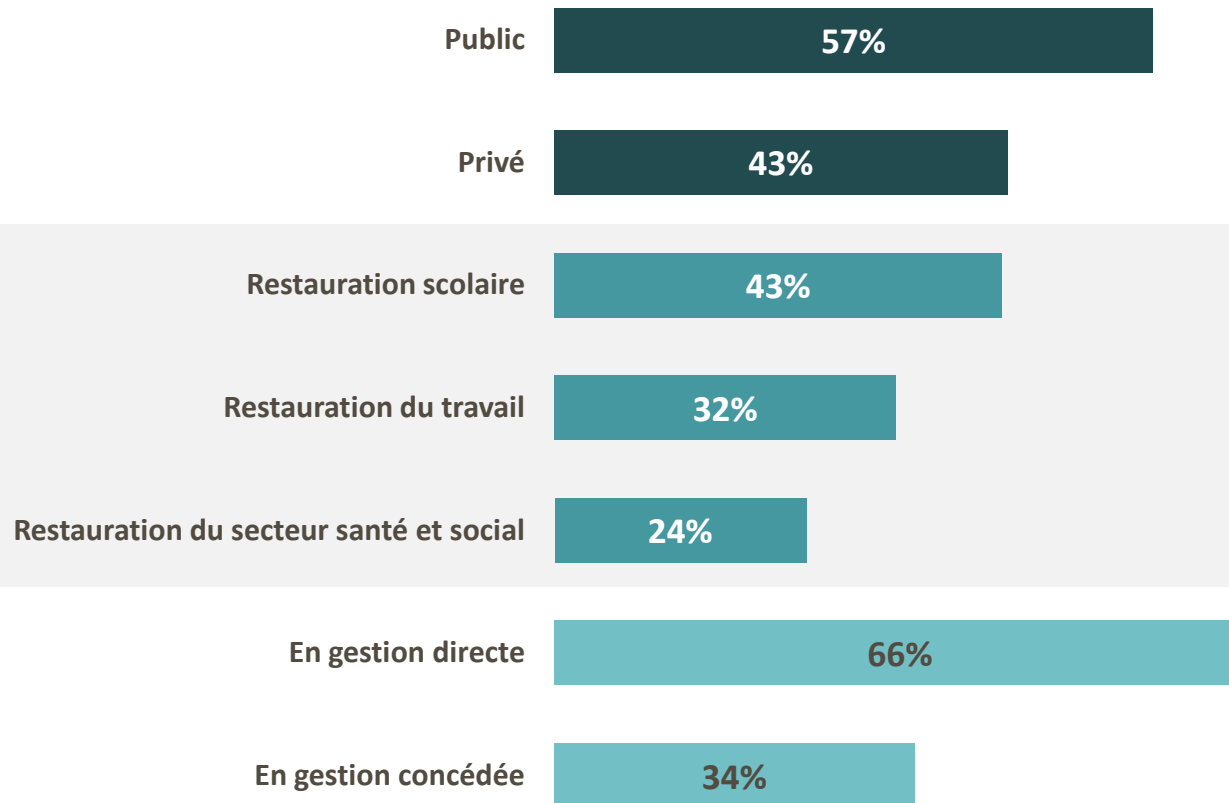
Le statut, la catégorie et le mode de gestion

- **Lecture : 57% des établissements de l'échantillon sont des établissements publics**

Information fichier

QF3. Votre restaurant collectif est-il :

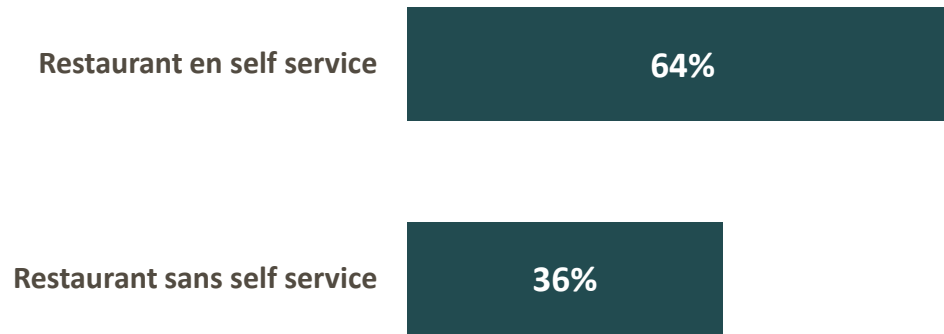
Base : ensemble (n=401)



Structure de l'échantillon: Restauration en self service

- **Lecture : 64% des RC sont des restaurants en self service.**

QF3c. S'agit-il d'un restaurant en self service ?
Base : ensemble (n=401)



<i>Rappel</i> 2013	<i>Rappel</i> 2012	<i>Rappel</i> 2011	<i>Rappel</i> 2010	<i>Rappel</i> 2009
62%	65%	63%	63%	66%
38%	35%	37%	37%	34%

Structure de l'échantillon:

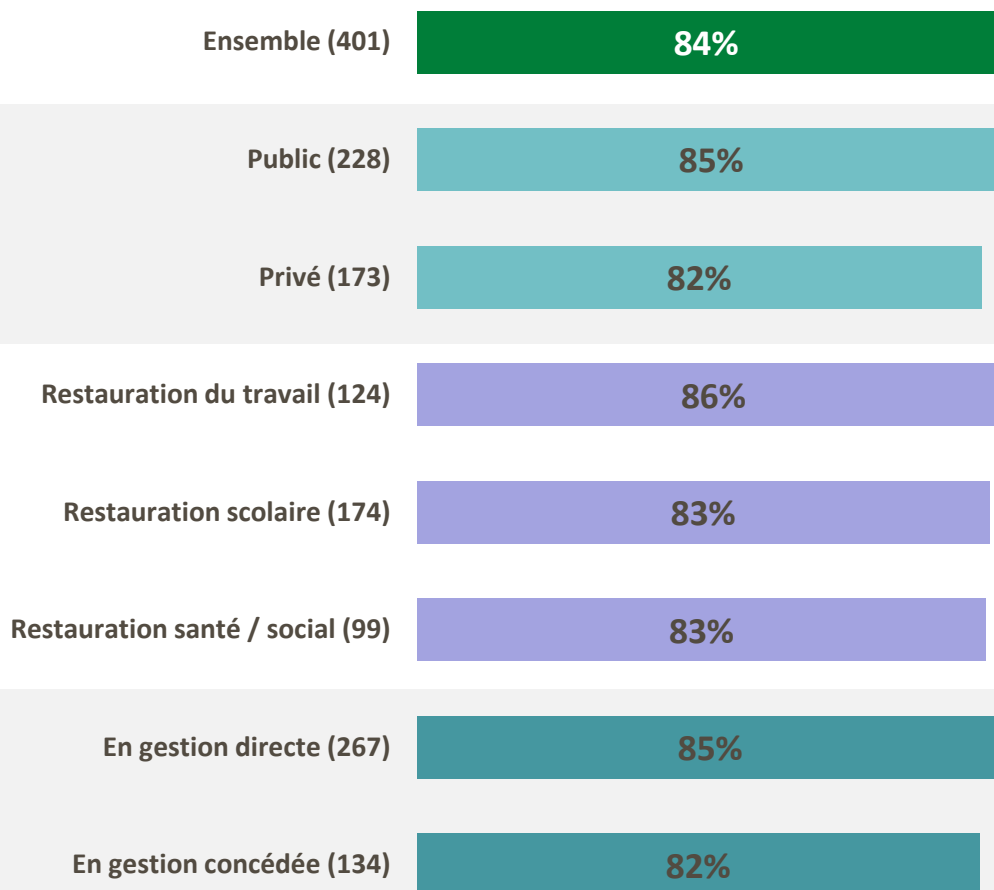
Possibilité de préparer des légumes bruts

- **Lecture : 85% des RC du secteur public ont la possibilité de préparer eux-mêmes des légumes bruts.**

QF10bis. Dans votre établissement, avez-vous la possibilité de préparer/cuisiner des légumes bruts (main d'œuvre, matériel adapté,...) ?

Base : ensemble (n=401)

Nouvelle question
2014



Structure de l'échantillon:

Les cibles selon le statut de l'établissement

- **Lecture : 47% des établissements du privé sont des restaurants du travail**

Base : ensemble (n=401)

	Ensemble	Statut de l'établissement	
		Privé	Public
Total brut	401	173	228
Catégorie de l'établissement			
Restauration du travail	32%	47%	<u>21%</u>
Restauration scolaire	43%	<u>19%</u>	60%
Restauration du secteur santé et social	24%	32%	<u>18%</u>
Autres	1%	1%	1%
Mode de gestion du restaurant			
En gestion directe : il n'y a pas de prestataires extérieurs pour les repas	66%	<u>44%</u>	82%
En gestion concédée à une société de restauration ...	34%	56%	<u>18%</u>
Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant			
Entre 1 et 200 repas	37%	53%	<u>24%</u>
Entre 201 et 500 repas	32%	28%	36%
Plus de 500 repas	31%	<u>18%</u>	40%
Coût matière des denrées au couvert			
Moins de 2 euros	32%	<u>22%</u>	40%
De 2 à 3 euros	40%	37%	42%
Plus de 3 euros	21%	31%	<u>14%</u>
Ne veut pas répondre	4%	5%	3%
Nsp	3%	5%	<u>1%</u>

Structure de l'échantillon:

Les cibles selon les types de restauration

- Lecture : 46% des restaurants du travail sont en gestion directe

Base : ensemble (n=401)

	Ensemble	Catégorie de l'établissement		
		Restauration du travail	Restauration scolaire	Restauration du secteur santé et social
Total brut	401	124	174	99
Statut de l'établissement				
Privé	43%	63%	<u>20%</u>	58%
Public	57%	<u>37%</u>	80%	<u>42%</u>
Mode de gestion du restaurant				
En gestion directe	66%	<u>46%</u>	78%	71%
En gestion concédée à une société de restauration	34%	54%	<u>22%</u>	29%
Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant				
Entre 1 et 200 repas	37%	49%	<u>14%</u>	61%
Entre 201 et 500 repas	32%	32%	36%	26%
Plus de 500 repas	31%	<u>19%</u>	49%	<u>13%</u>
NSP	1%	2%	1%	-
Nombre moyen de repas	576,8	<u>457,4</u>	817,4	<u>319,3</u>
Coût matière des denrées au couvert				
Moins de 2 euros	32%	<u>10%</u>	53%	26%
De 2 à 3 euros	40%	40%	39%	41%
Plus de 3 euros	21%	44%	<u>3%</u>	22%
Ne veut pas répondre	4%	5%	3%	3%
Nsp	3%	1%	1%	8%

02 Résultats détaillés de la vague 6

Principaux enseignements

- *Le nombre de restaurants proposant des produits bio continue à augmenter, l'augmentation est de 3% cette année : ils sont à présent 59% (56% en 2013).*
 - *Cette augmentation tendancielle se retrouve à la fois dans les **établissements publics** (70% contre 68%) et **privés** (44% contre 41%), ainsi que **dans les établissements de la restauration du travail** (55% contre 50%) et **du scolaire** (79% contre 73%).*
 - *Les produits les plus introduits demeurent :*
 - *Les fruits frais (50% au global des établissements)*
 - *Les produits laitiers frais (46%)*
 - *Les légumes frais (44%)*

- *La part des produits bio dans les achats est au même niveau que les deux précédentes années : 12%, ce qui conduit à une estimation globale du montant des achats bio en restauration collective (hors pain) de 172 M€ (169 M€ en 2012).*

- *Le potentiel de nouveaux acheteurs demeure important (18% contre 21% en 2013), la part des réfractaires est stable (23% vs 22%).*

I.

Le marché des produits biologiques

CSA

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Le marché des produits bio

Evolution de l'introduction du bio en restauration collective

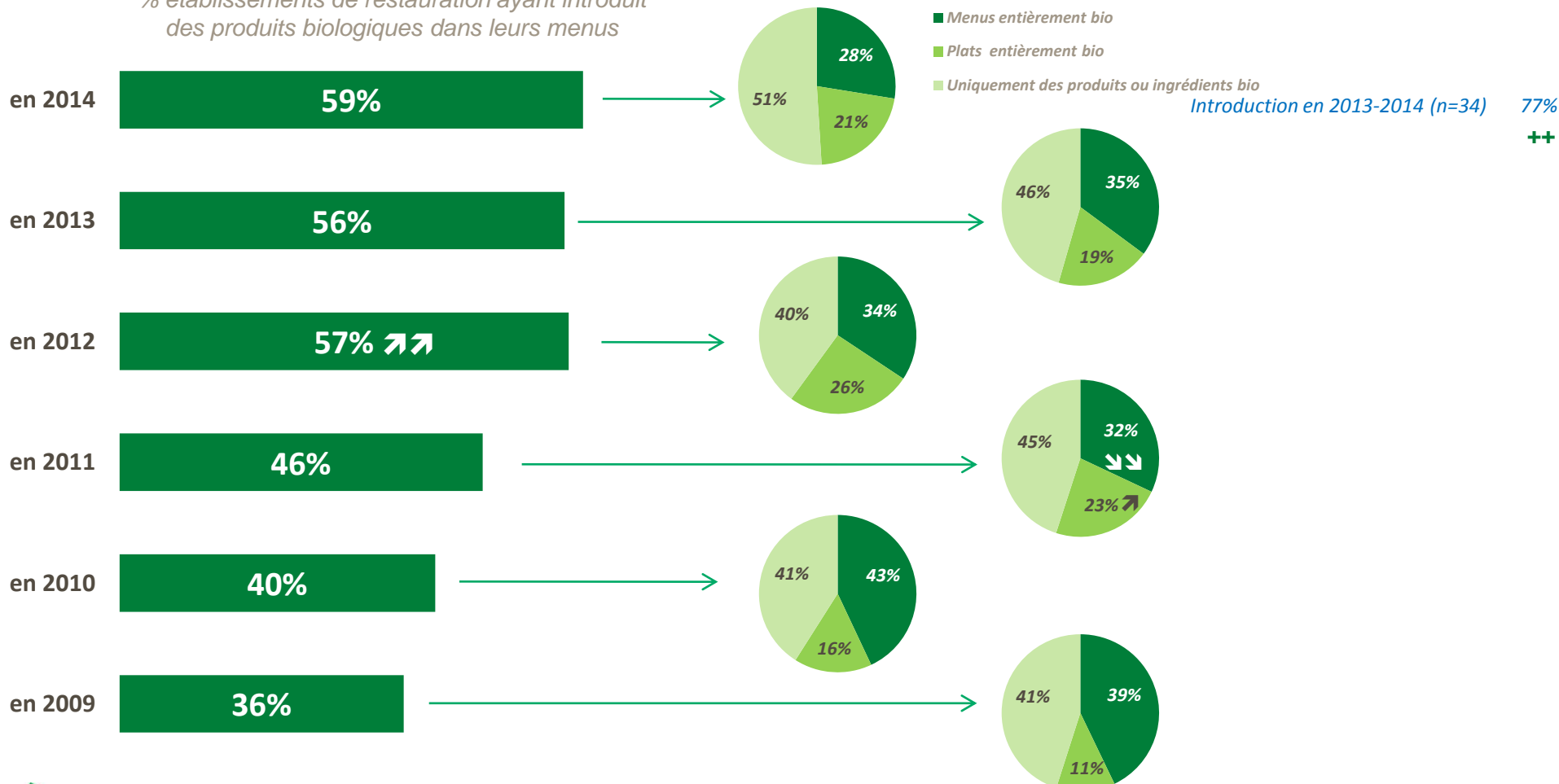
- Lecture : en 2014, 59% des établissements proposent des produits bio dans leurs menus

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Q7. Proposez-vous à vos convives ?

Base : ensemble (n=401)

% établissements de restauration ayant introduit des produits biologiques dans leurs menus



Le marché des produits bio

Evolution de l'introduction du bio en RC selon les cibles

- Lecture : dans le secteur public, 70% des établissements proposent des produits bio

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Base : ensemble (n=401)

		Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
Ensemble (401)	59%	56%	57% ↗↗	46%	40%	36%
Public (228)	70% ++	68%	67% ↗	57%	48%	41%
Privé (173)	44% --	41%	44% ↗	32%	28%	26%
Restauration du travail (124)	55%	50%	53%	44%	45%	40%
Restauration scolaire (174)	79% ++	73%	73% ↗	61%	51%	46%
Restauration santé / social (99)	27% --	30%	29%	23%	11%	10%
En gestion directe (267)	59%	58%	61% ↗↗	46%	40%	36%
En gestion concédée (134)	58%	52%	48%	47%	40%	35%

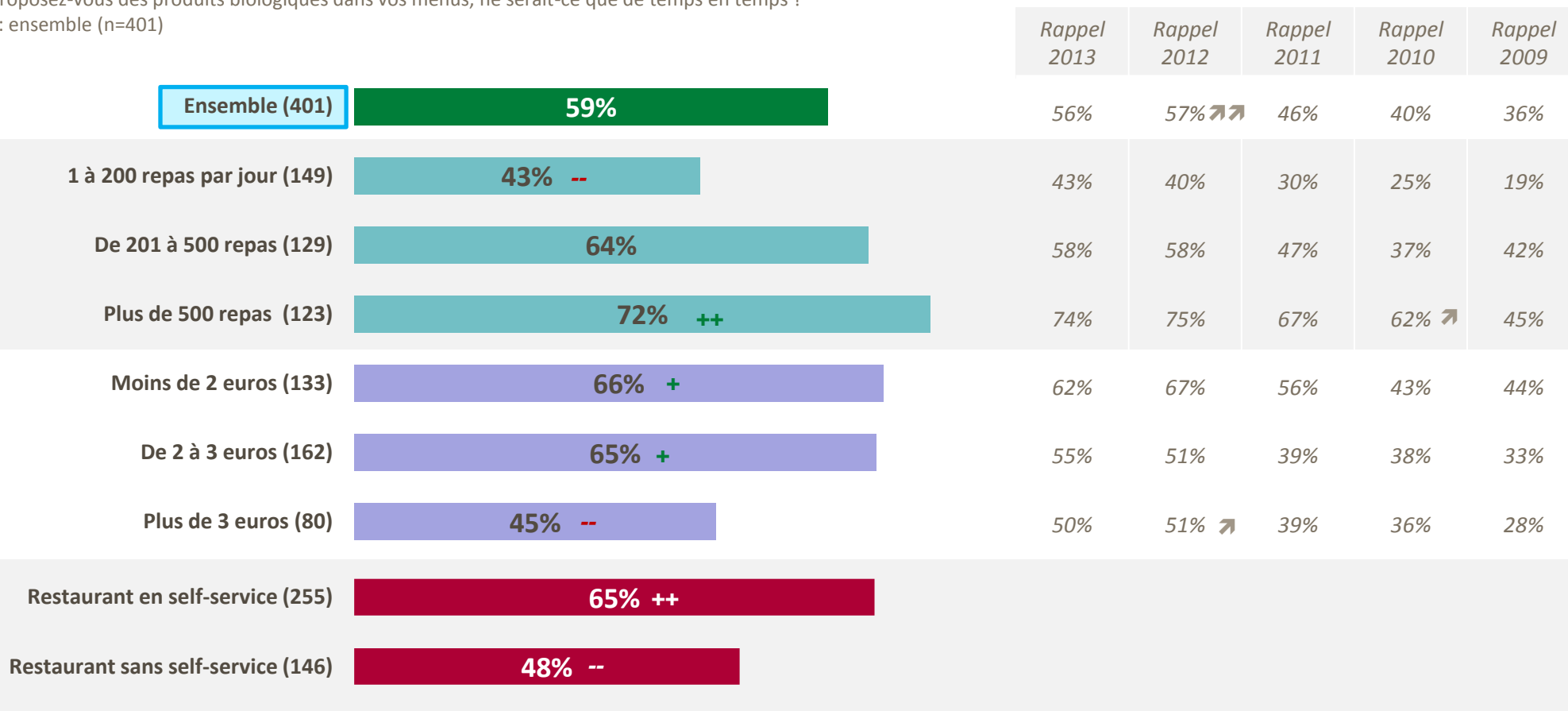
Le marché des produits bio

Evolution de l'introduction du bio en RC selon le nombre et prix des repas

- Lecture : 72% des établissements de plus de 500 repas par jour proposent des produits bio

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Base : ensemble (n=401)



Le marché des produits bio

Evolution de l'introduction du bio en RC selon les régions

- **Lecture : 60% des établissements d'Ile-de-France proposent des produits bio**

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Base : ensemble (n=401)

	Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
Ensemble (401)	56%	57% ↗↗	46%	40%	36%
IDF (65)	57%	58%	48%	50% ↗	34%
Nord-Est (88)	62%	49%	38%	36%	29%
Nord-Ouest (84)	56%	62%	53% ↗	35% ↘	51%
Sud-Est (95)	55%	60% ↗	43%	37%	31%
Sud-Ouest (69)	50%	58%	52%	44% ↗	34%



Le marché des produits bio

Evolution de l'introduction du bio en RC selon le mode de gestion

- Lecture : 78% des établissements d'enseignement en concession proposent du bio dans leur menu

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Base : ensemble (n=401)

	Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
Ensemble (401)	56%	57% ↗↗	46%	40%	36%
Travail / concession (67)	48%	46%	47%	41%	39%
Travail / gestion directe (57)	53%	60% ↗	42%	51%	41%
Enseignement / concession (37*)	63%	67%	61%	48%	42%
Enseignement / gestion directe (137)	76%	75% ↗	61%	51%	47%
Santé, social / concession (29*)	38%	21%	27%	16%	10%
Santé, social / gestion directe (70)	28%	32%	22% ↗	9%	11%

Ensemble (401)

59%

Travail / concession (67)

59%

Travail / gestion directe (57)

50%

Enseignement / concession (37*)

78% +

Enseignement / gestion directe (137)

80% ++

Santé, social / concession (29*)

28%

Santé, social / gestion directe (70)

27% --

* Base faible (n<40)

Le marché des produits bio

La pénétration du bio selon les secteurs

- **Lecture : 61% des établissements proposant du bio sont dans le secteur de l'enseignement**

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Base : ensemble (n=401)

	Ensemble	Introduction du bio	
		Propose des produits bio	Ne propose pas de produits bio
Total brut	401	237	164
Total enseignement	45%	61%	22%
Lycées & Collèges publics	18%	26%	8%
Cuisines Centrales d'écoles	9%	15%	2%
Ecoles Privées	8%	9%	7%
Ecoles sans CC	6%	9%	3%
Universités	2%	1%	3%
Ecoles supérieures	1%	2%	-
Sous-Total Travail	29%	26%	34%
Entreprises	29%	26%	34%
Sous-Total Santé	7%	5%	10%
Cliniques	4%	3%	6%
Hôpitaux	2%	2%	4%
Sous-Total Social	18%	7%	33%
Maisons de retraite	18%	7%	33%
Sous-total Divers Collectivités	1%	2%	1%
Armées	1%	1%	1%
Centre de détention	< 1%	< 1%	< 1%

Le marché des produits bio

L'année d'introduction du bio

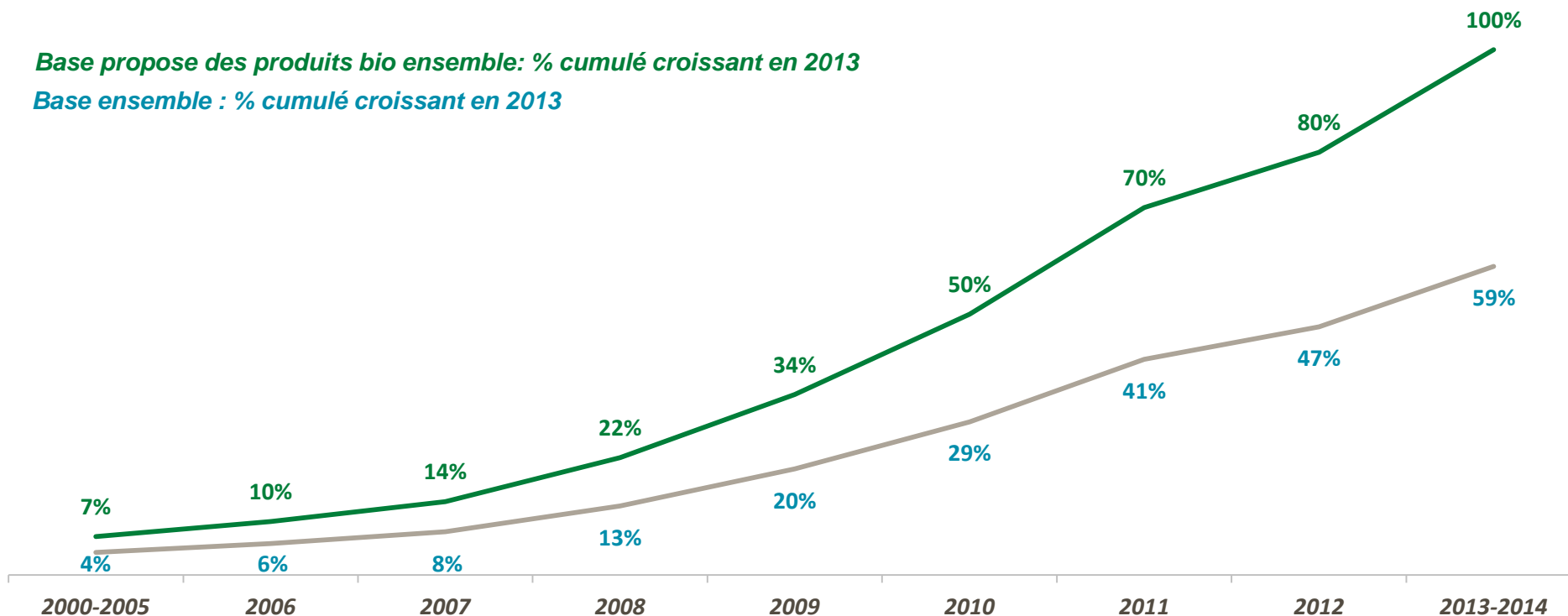
- **Lecture : sur l'ensemble des établissements proposant des produits bio début 2014, seuls 4% avaient introduit du bio en 2005 ou avant**

Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

Base : ensemble (n=401)

Base propose des produits bio ensemble: % cumulé croissant en 2013

Base ensemble : % cumulé croissant en 2013



Le marché des produits bio

L'année d'introduction du bio focus Privé / Public

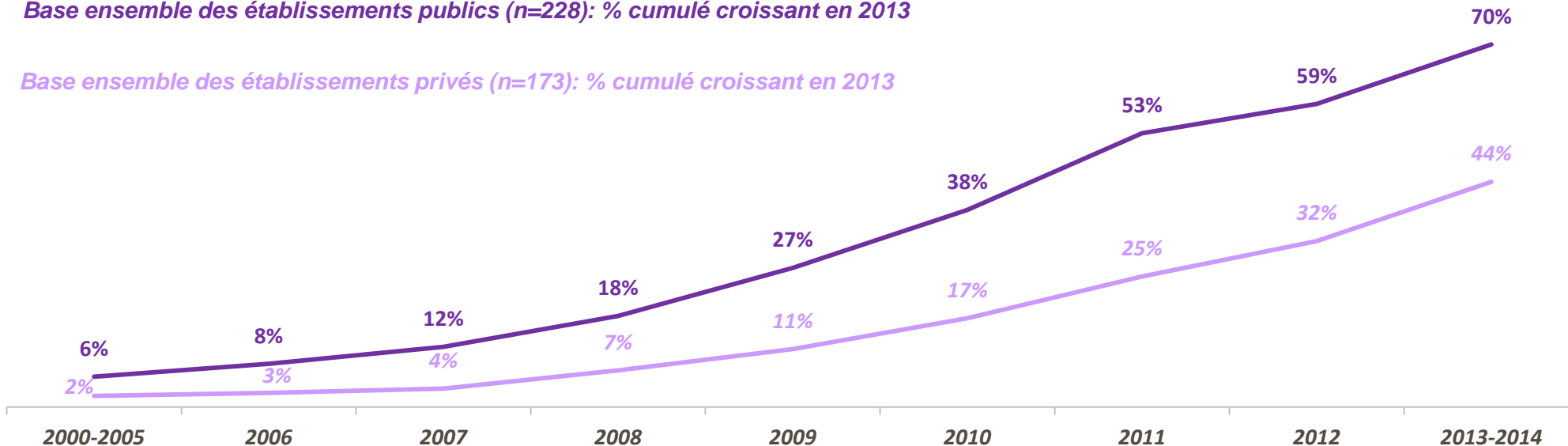
- **Lecture : 27% des établissements publics proposant des produits bio début 2014 ont introduit des produits bio avant 2010, alors qu'ils ne sont que 11% à être dans ce cas dans le privé**

Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

Base : ensemble (n=401)

Base ensemble des établissements publics (n=228): % cumulé croissant en 2013

Base ensemble des établissements privés (n=173): % cumulé croissant en 2013



Le marché des produits bio

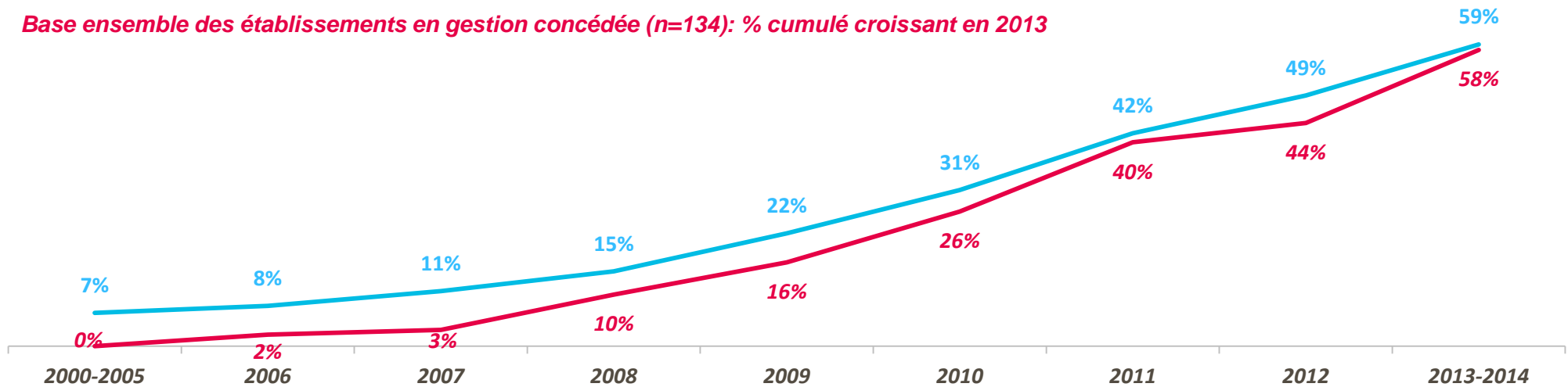
L'année d'introduction du bio focus gestion directe/concédée

Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

Base : ensemble (n=401)

Base ensemble des établissements en gestion directe (n=267): % cumulé croissant en 2013

Base ensemble des établissements en gestion concédée (n=134): % cumulé croissant en 2013



Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille

- Lecture : 50% des établissements achètent des fruits frais bio.

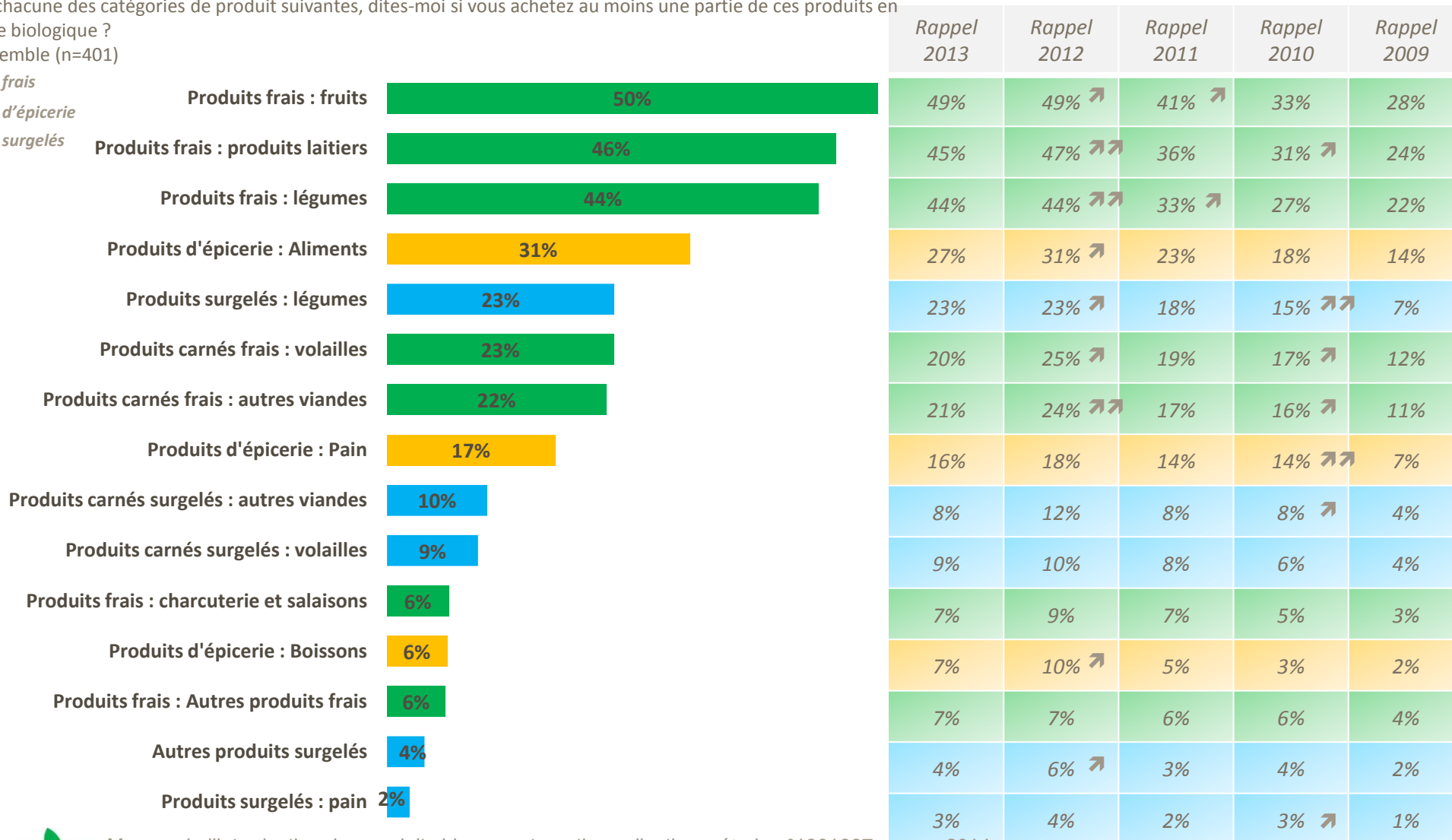
Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base : ensemble (n=401)

■ Produits frais

■ Produits d'épicerie

■ Produits surgelés



Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon les cibles

- Lecture : 60% des établissements publics achètent des « fruits frais » bio

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base : ensemble (n=401)

	2014	Statut de l'établissement		Catégorie de l'établissement			Mode de gestion du restaurant	
		Privé	Public	Restauration du travail	Restauration scolaire	Restauration du secteur santé et social	En gestion directe	En gestion concédée
Total brut	401	173	228	124	174	99	267	134
Produits frais : fruits	50%	37%	60%	47%	67%	21%	50%	49%
Produits frais : produits laitiers	46%	24%	62%	42%	67%	10%	49%	38%
Produits frais : légumes	44%	32%	53%	44%	57%	18%	43%	44%
Produits d'épicerie : Aliments	31%	14%	43%	26%	46%	9%	32%	28%
Produits surgelés : légumes	23%	13%	30%	27%	29%	5%	23%	23%
Produits carnés frais : volailles	23%	17%	28%	27%	26%	9%	24%	21%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	22%	18%	26%	21%	28%	12%	24%	20%
Produits d'épicerie : Pain	17%	8%	24%	11%	29%	2%	20%	12%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	10%	6%	13%	13%	14%	1%	9%	13%
Produits carnés surgelés : volailles	9%	7%	11%	12%	12%	-	9%	10%
Produits frais : charcuterie et salaisons	6%	4%	8%	5%	10%	2%	6%	7%
Produits d'épicerie : Boissons	6%	2%	9%	4%	10%	1%	7%	5%
Produits frais : Autres produits frais	6%	2%	9%	6%	8%	2%	7%	3%
Autres produits surgelés	4%	3%	5%	5%	5%	1%	4%	3%
Produits surgelés : pain	2%	1%	4%	3%	3%	-	2%	2%
Aucun	41%	57%	30%	46%	21%	73%	41%	43%

Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon le nombre et prix des repas

- Lecture : 57% des établissements servant moins de 200 repas par jour n'achètent aucun produit bio

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base : ensemble (n=401)

	Ensemble	Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant			Coût matière des denrées au couvert		
		1 à 200 repas par jour	De 201 à 500	Plus de 500 repas par jour	Moins de 2 euros	De 2 à 3 euros	Plus de 3 euros
Total brut	401	149	129	123	133	162	80
Produits frais : fruits	50%	<u>34%</u>	54%	64%	58%	51%	43%
Produits frais : produits laitiers	46%	<u>22%</u>	54%	65%	54%	51%	<u>32%</u>
Produits frais : légumes	44%	<u>29%</u>	52%	53%	49%	47%	37%
Produits d'épicerie : Aliments	31%	<u>14%</u>	34%	48%	41%	29%	25%
Produits surgelés : légumes	23%	<u>15%</u>	23%	33%	26%	24%	21%
Produits carnés frais : volailles	23%	<u>15%</u>	27%	28%	23%	24%	26%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	22%	<u>14%</u>	28%	26%	21%	26%	22%
Produits d'épicerie : Pain	17%	<u>7%</u>	21%	26%	23%	17%	10%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	10%	8%	6%	17%	11%	13%	6%
Produits carnés surgelés : volailles	9%	6%	10%	12%	10%	11%	8%
Produits frais : charcuterie et salaisons	6%	4%	9%	6%	8%	6%	5%
Produits d'épicerie : Boissons	6%	<u>2%</u>	7%	11%	9%	8%	<u>1%</u>
Produits frais : Autres produits frais	6%	<u>1%</u>	6%	11%	7%	7%	3%
Autres produits surgelés	4%	3%	6%	3%	5%	3%	4%
Produits surgelés : pain	2%	1%	2%	3%	2%	3%	2%
Aucun	41%	57%	36%	<u>28%</u>	<u>34%</u>	<u>35%</u>	55%

* Base faible (n<40)

Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon le nombre et prix des repas

- Lecture : 47% des établissements du Nord-Ouest achètent des légumes frais biologiques

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base : ensemble (n=401)

	Ensemble	Zone Géographique				
		IDF	NORD-EST	NORD-OUEST	SUD-EST	SUD-OUEST
Total brut	401	65	88	84	95	69
Produits frais : fruits	50%	51%	53%	56%	42%	47%
Produits frais : produits laitiers	46%	45%	47%	50%	39%	47%
Produits frais : légumes	44%	50%	47%	47%	33%	44%
Produits d'épicerie : Aliments	31%	35%	25%	36%	33%	25%
Produits surgelés : légumes	23%	34%	19%	20%	26%	17%
Produits carnés frais : volailles	23%	32%	25%	22%	14%	24%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	22%	30%	26%	16%	18%	22%
Produits d'épicerie : Pain	17%	18%	15%	19%	19%	14%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	10%	14%	7%	4%	16%	10%
Produits carnés surgelés : volailles	9%	11%	13%	3%	11%	7%
Produits frais : charcuterie et salaisons	6%	3%	4%	9%	6%	9%
Produits d'épicerie : Boissons	6%	5%	1%	4%	12%	8%
Produits frais : Autres produits frais	6%	8%	3%	2%	8%	7%
Autres produits surgelés	4%	2%	5%	5%	2%	5%
Produits surgelés : pain	2%	5%	1%	3%	2%	1%
Aucun	41%	40%	38%	38%	49%	42%

Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon la zone géographique

- **Lecture : 73% des établissements du secteur santé et social n'achètent aucun produit bio**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base : ensemble (n=401)

	Ensemble	Restauration du travail	Restauration scolaire	Restauration du secteur santé et social	Autogestion	Concession
Total brut	401	124	174	99	241	156
Produits frais : fruits	50%	47%	67%	<u>21%</u>	50%	50%
Produits frais : produits laitiers	46%	42%	67%	<u>10%</u>	49%	40%
Produits frais : légumes	44%	44%	57%	<u>18%</u>	44%	45%
Produits d'épicerie : Aliments	31%	26%	46%	<u>9%</u>	32%	28%
Produits surgelés : légumes	23%	27%	29%	<u>5%</u>	21%	25%
Produits carnés frais : volailles	23%	27%	26%	<u>9%</u>	23%	24%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	22%	21%	28%	<u>12%</u>	22%	23%
Produits d'épicerie : Pain	17%	<u>11%</u>	29%	<u>2%</u>	18%	15%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	10%	13%	14%	<u>1%</u>	9%	12%
Produits carnés surgelés : volailles	9%	12%	12%	-	8%	11%
Produits frais : charcuterie et salaisons	6%	5%	10%	2%	6%	5%
Produits d'épicerie : Boissons	6%	4%	10%	<u>1%</u>	6%	6%
Produits frais : Autres produits frais	6%	6%	8%	2%	7%	3%
Autres produits surgelés	4%	5%	5%	1%	4%	3%
Produits surgelés : pain	2%	3%	3%	-	3%	2%
Aucun	41%	46%	<u>21%</u>	73%	41%	43%

Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon l'année d'introduction

- **Lecture : 87% des établissements ayant introduit les produits bio en 2008 ou avant achètent des fruits frais bio**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base : ensemble (n=401)

	Ensemble	Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus ?			
		2008 et avant	2009-2010	2011-2012	2013-2014
Total brut	401	52	66	73	34
Produits frais : fruits	50%	87%	90%	84%	81%
Produits frais : produits laitiers	46%	81%	79%	80%	64%
Produits frais : légumes	44%	81%	80%	71%	67%
Produits d'épicerie : Aliments	31%	63%	60%	47%	36%
Produits surgelés : légumes	23%	56%	35%	39%	32%
Produits carnés frais : volailles	23%	48%	47%	38%	17%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	22%	48%	42%	36%	26%
Produits d'épicerie : Pain	17%	40%	27%	32%	17%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	10%	15%	16%	26%	9%
Produits carnés surgelés : volailles	9%	24%	17%	15%	3%
Produits frais : charcuterie et salaisons	6%	16%	9%	13%	5%
Produits d'épicerie : Boissons	6%	20%	9%	8%	6%
Produits frais : Autres produits frais	6%	11%	12%	11%	3%
Autres produits surgelés	4%	9%	6%	7%	5%
Produits surgelés : pain	2%	6%	4%	3%	4%
Aucun	41%	-	-	1%	-



■ **Focus sur l'achat de produits biologiques
parmi les acheteurs bio**



Focus sur les acheteurs de produits bio

Principaux enseignements

Les élus ou la direction sont le principal facteur d'impulsion de l'introduction des produits biologiques en restauration collective citée (57% des établissements), suivi de l'engagement de l'équipe en cuisine (48%), des parents d'élèves* (33%) et des convives (25%).

A noter dans le comportement des acheteurs de produits bio, par rapport à l'année 2013 :

- > **Stabilité du nombre d'acheteurs de produits bio d'origine française** (83% contre 85%)-:
 - **La part des produits régionaux parmi les produits d'origine française est égale à celle des produits non régionaux.** Davantage d'acheteurs (79%) déclarent privilégier les produits d'origine régionale (67% en 2013).
 - **La saisonnalité reste le 1^{er} critère de choix d'un fournisseur** (86%), l'origine française des produits bio étant privilégiée par 81% des acheteurs.
- > **La hiérarchie des produits est la même, les produits frais demeurant les plus plébiscités**, avec des résultats en ligne avec 2013:
 - **Fruits** (85% d'établissements acheteurs). Les pommes sont toujours autant achetées (8 acheteurs sur 10)
 - **Produits laitiers** (78%) et surtout les yaourts
 - **Légumes** (75% d'établissements acheteurs) avec une forte part de carottes (68%), crudités (47%), tomates (46%), salades (41%)
- > **Au global, et tout comme en 2011 et 2012, la part des produits bio dans les achats en 2013 est de 12%**
 - Le pain bio confirme sa suprématie relative : il représente désormais 32% des achats de pain
 - Ils sont encore très peu nombreux, lorsqu'ils ont opté pour le bio pour une catégorie de produits, à basculer au 100% bio.

Les achats de produits bio ont été estimés en 2013 à 172 millions d'euros (hors pain), ce qui représente **2,4%** des achats de la restauration collective (même score en 2012). Les achats en restauration scolaire sont estimés à 81 millions d'euros (hors pain), soit 4% des achats. La part estimée en 2012 était 169 millions d'euros, soit une hausse légère, de 1,8%.

*Au sein des établissements liés à l'enseignement

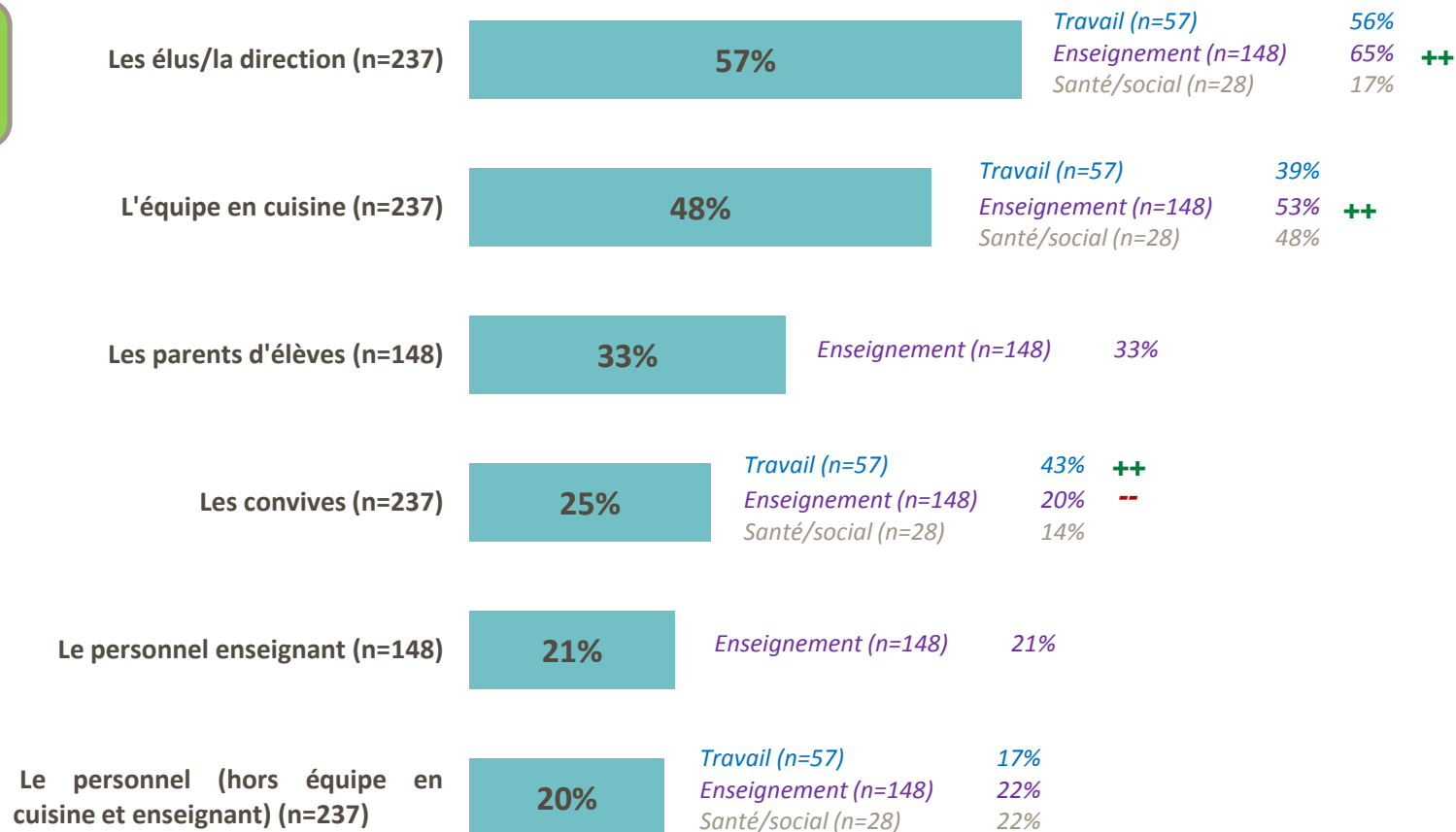
Les facteurs d'introduction des produits biologiques

- **Lecture : Dans 57% des établissements de restauration collective, l'introduction des produits biologiques a été impulsée par les élus ou la direction.**

Q2BA. Diriez-vous que l'introduction des produits biologiques dans votre établissement a été impulsée par... ?

Base propose des produits bio (n=237)

Nouvelle question
2014

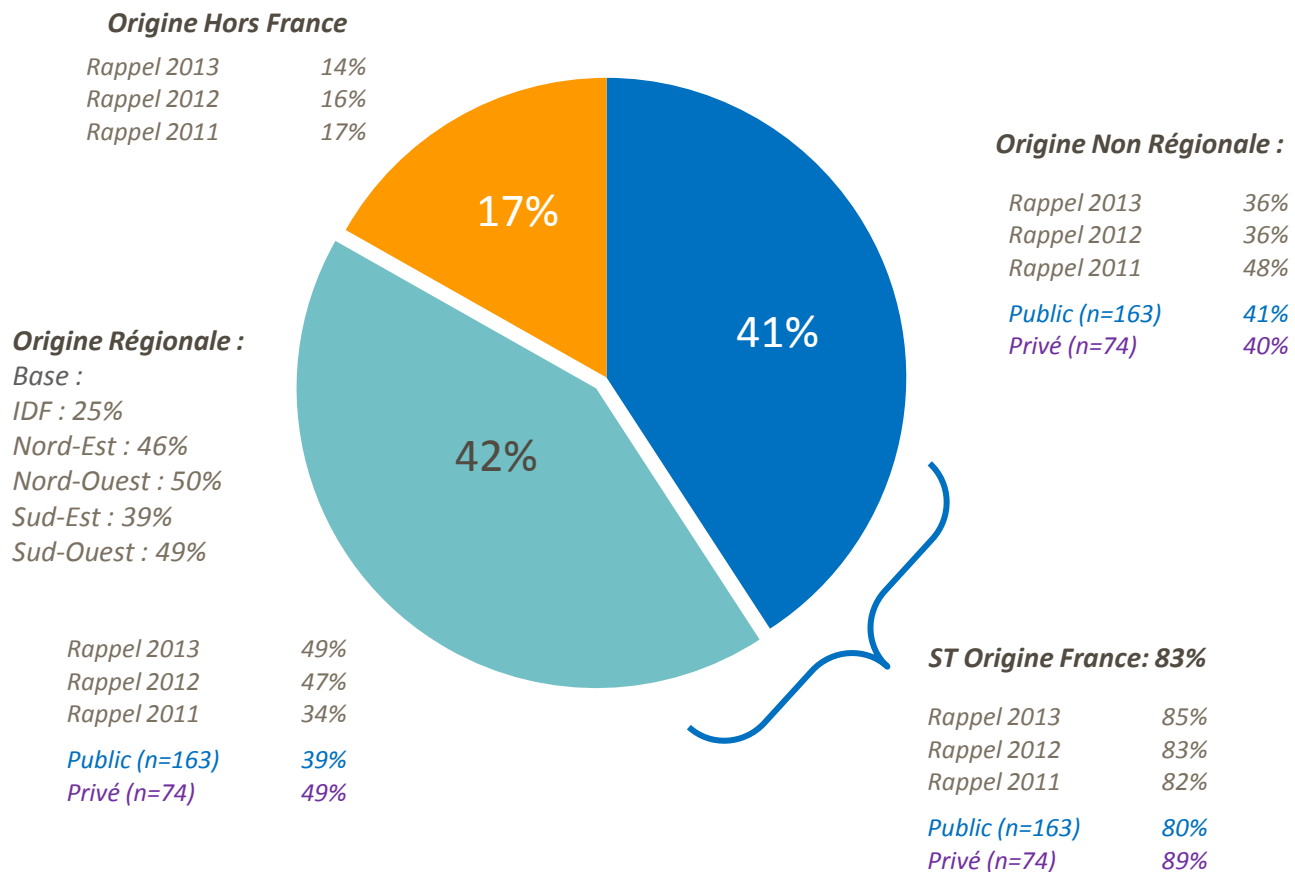


L'origine des produits bio

- **Lecture : 83% des produits bio achetés sont d'origine française**

Q2C. (si Q0=1) A combien estimez-vous la part, c'est à dire le pourcentage, de vos achats de produits bio ...

Base propose des produits bio (n=237)

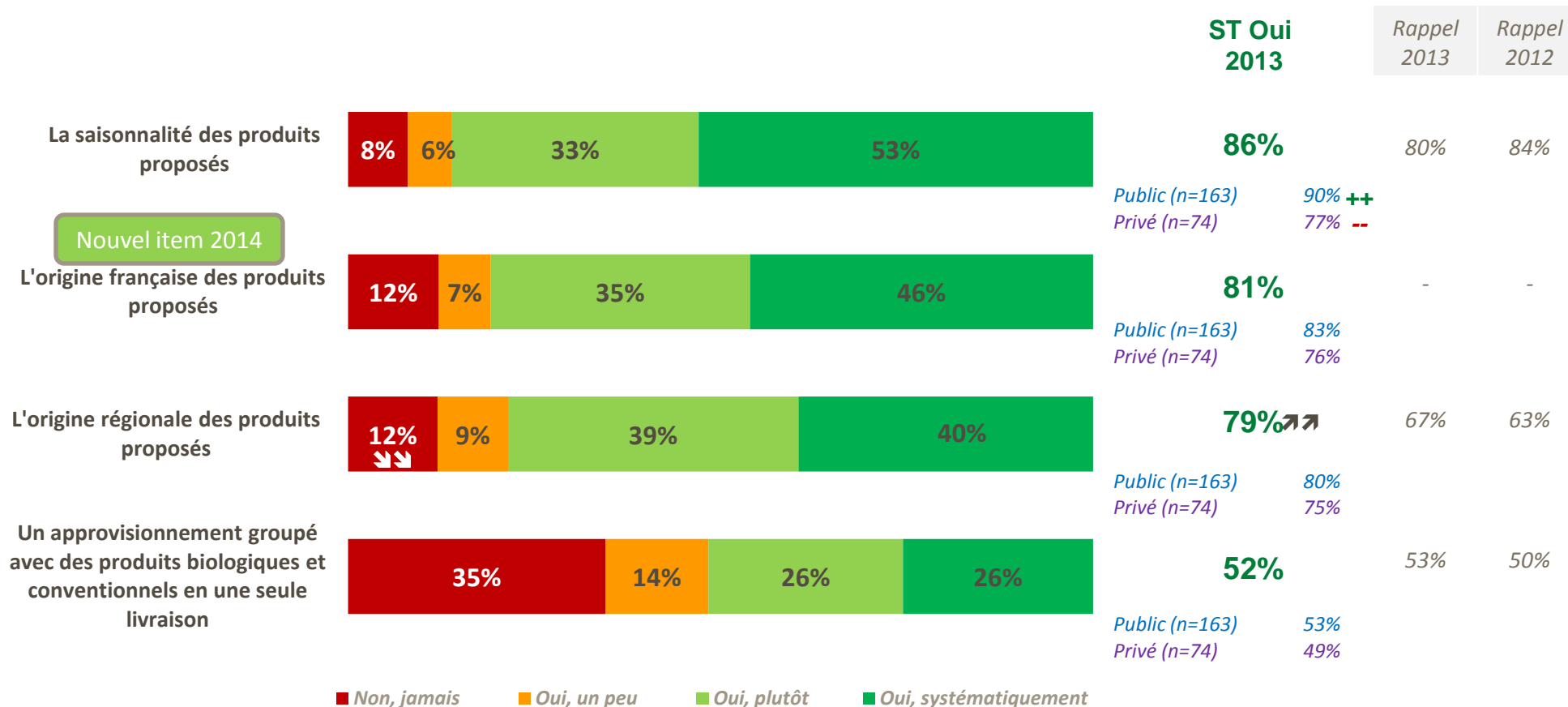


Le choix des fournisseurs

- **Lecture : 79% des établissements de restauration collective achetant du bio privilégient l'origine régionale des produits proposés pour choisir un fournisseur de produits biologiques**

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

Base propose des produits bio (n=237)

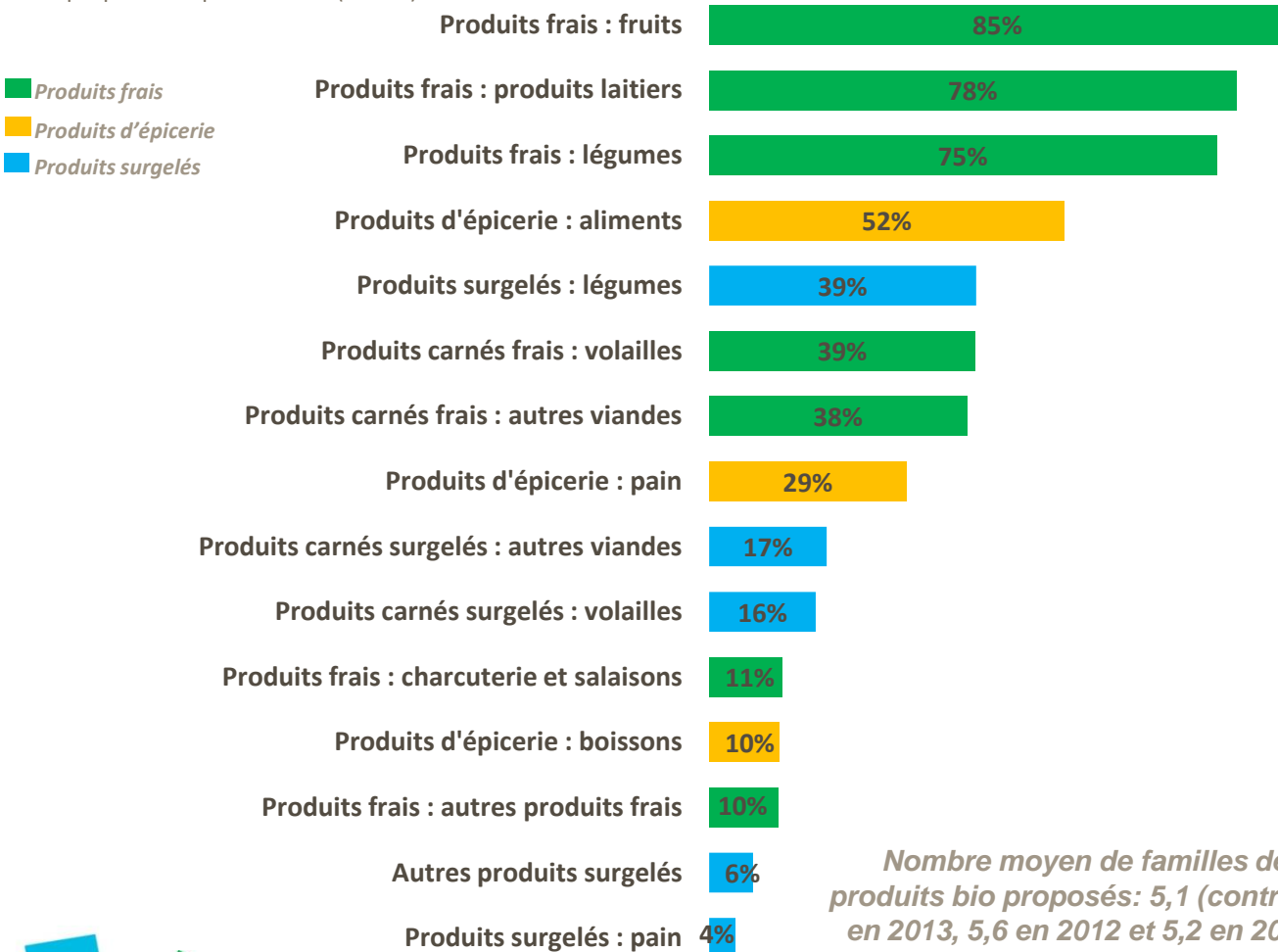


Les acheteurs de produits bio par famille

- **Lecture : 85% des établissements proposant du bio achètent des fruits frais bio.**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)



Nombre moyen de familles de produits bio proposés: 5,1 (contre 5,1 en 2013, 5,6 en 2012 et 5,2 en 2011)

	Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
Produits frais : fruits	87%	87%	89%	82%	80%
Produits frais : produits laitiers	80%	82%	77%	77%	68%
Produits frais : légumes	78%	77%	71%	67%	63%
Produits d'épicerie : aliments	49%	54%	49%	45%	39%
Produits surgelés : légumes	42%	41%	38%	37%	18%
Produits carnés frais : volailles	36%	44%	41%	42%	35%
Produits carnés frais : autres viandes	37%	43%	37%	40%	31%
Produits d'épicerie : pain	28%	32%	31%	35%	21%
Produits carnés surgelés : autres viandes	14%	21%	17%	19%	12%
Produits carnés surgelés : volailles	15%	18%	16%	16%	12%
Produits frais : charcuterie et salaisons	12%	17%	15%	14%	8%
Produits d'épicerie : boissons	12%	18%	12%	7%	5%
Produits frais : autres produits frais	13%	13%	14%	15%	12%
Autres produits surgelés	8%	11%	6%	10%	6%
Produits surgelés : pain	5%	7%	5%	8%	3%

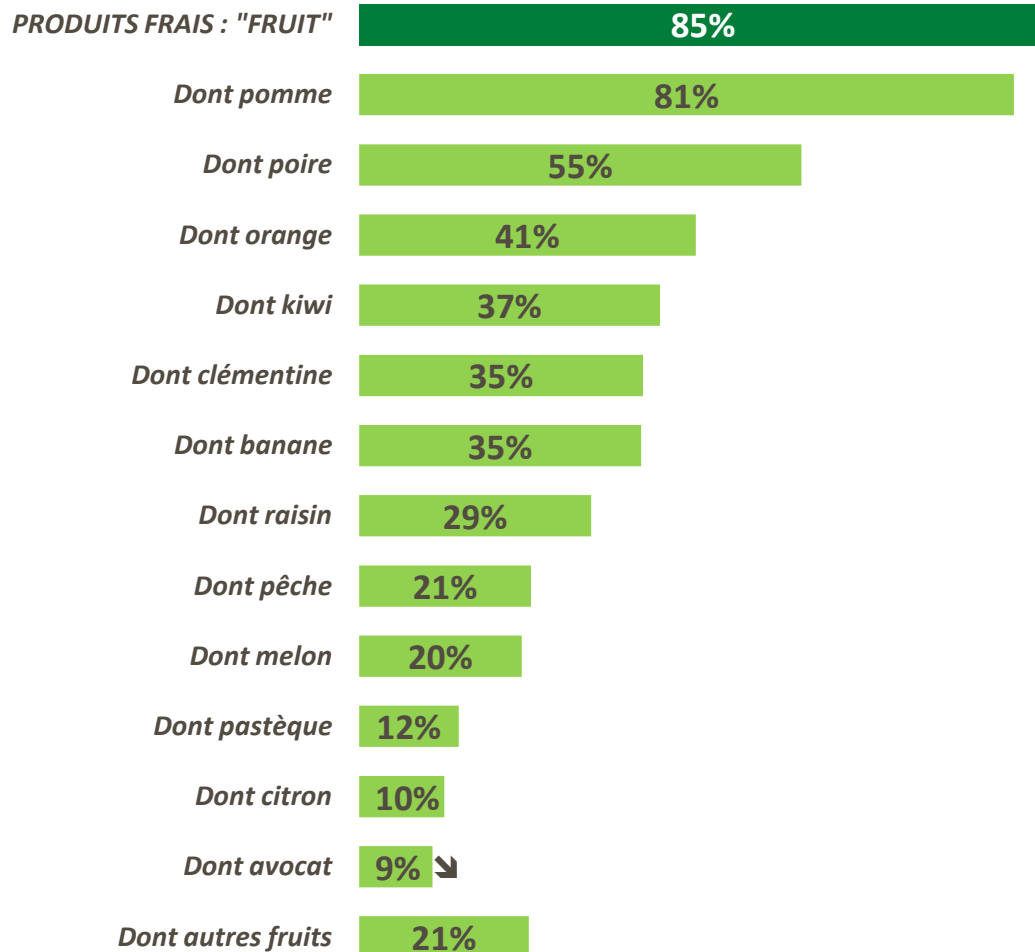
Détails des produits par famille

Produits frais: fruits

- **Lecture : 81% des établissements proposant du bio achètent des pommes bio.**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)



	Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
	87%	87%	89%	82%	80%
	79%	81%	83%	77%	76%
	49%	56%	52%	49%	47%
	40%	43%	43%	49% ↗	35%
	44%	46%	42%	41%	32%
	30%	32%	29%	33%	30%
	33%	33%	37%	35%	33%
	30%	30%	26%	22%	27%
	22%	22%	17%	16%	22%
	19%	21%	19%	16%	16%
	14%	13%	12%	12%	11%
	10%	10%	13%	15%	16%
	16%	10%	11%	12%	10%
	18%	17%	11%	14%	11%

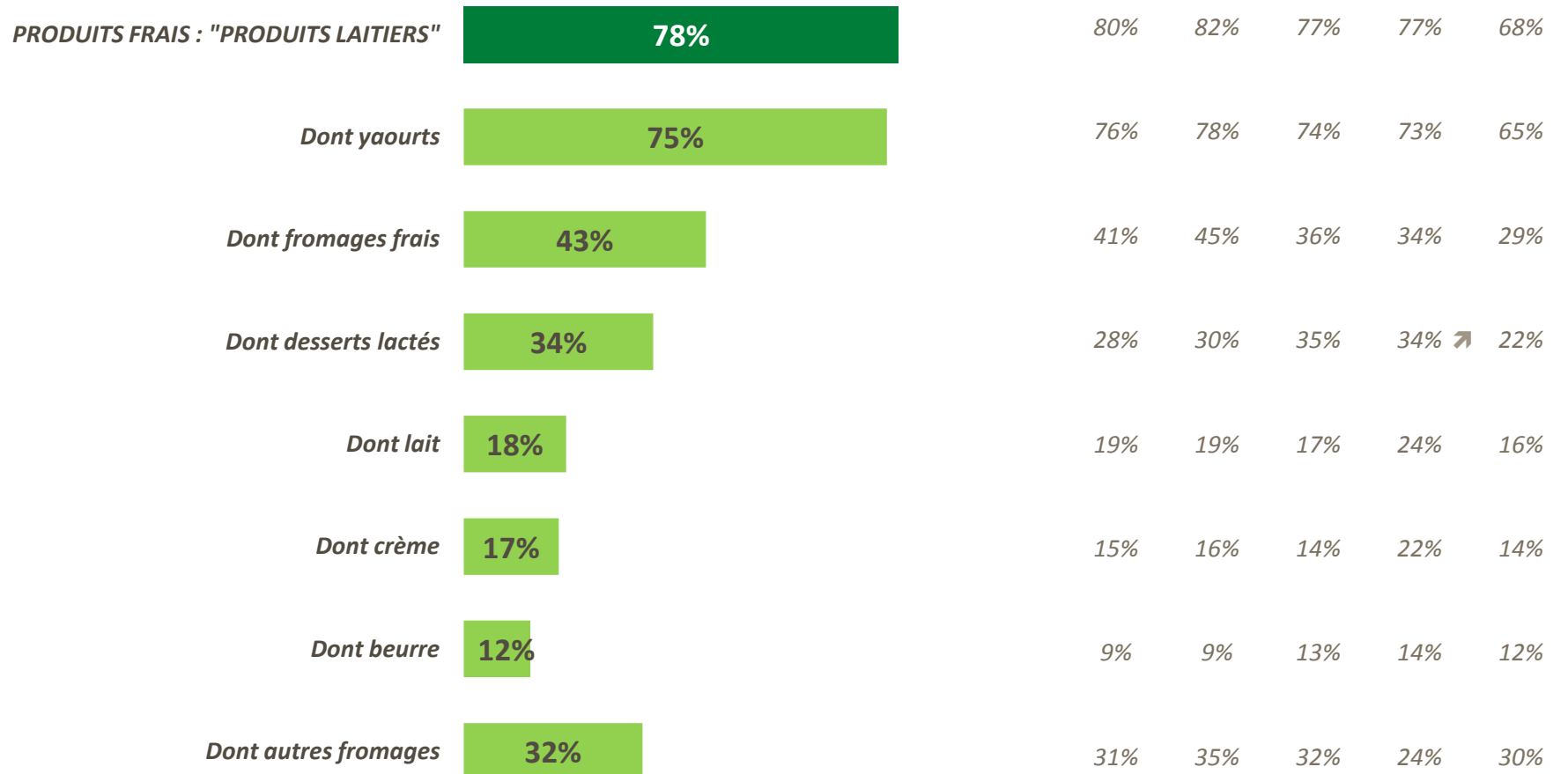
Détails des produits par famille

Produits frais: produits laitiers

- **Lecture : 75% des établissements proposant du bio achètent des yaourts bio**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)



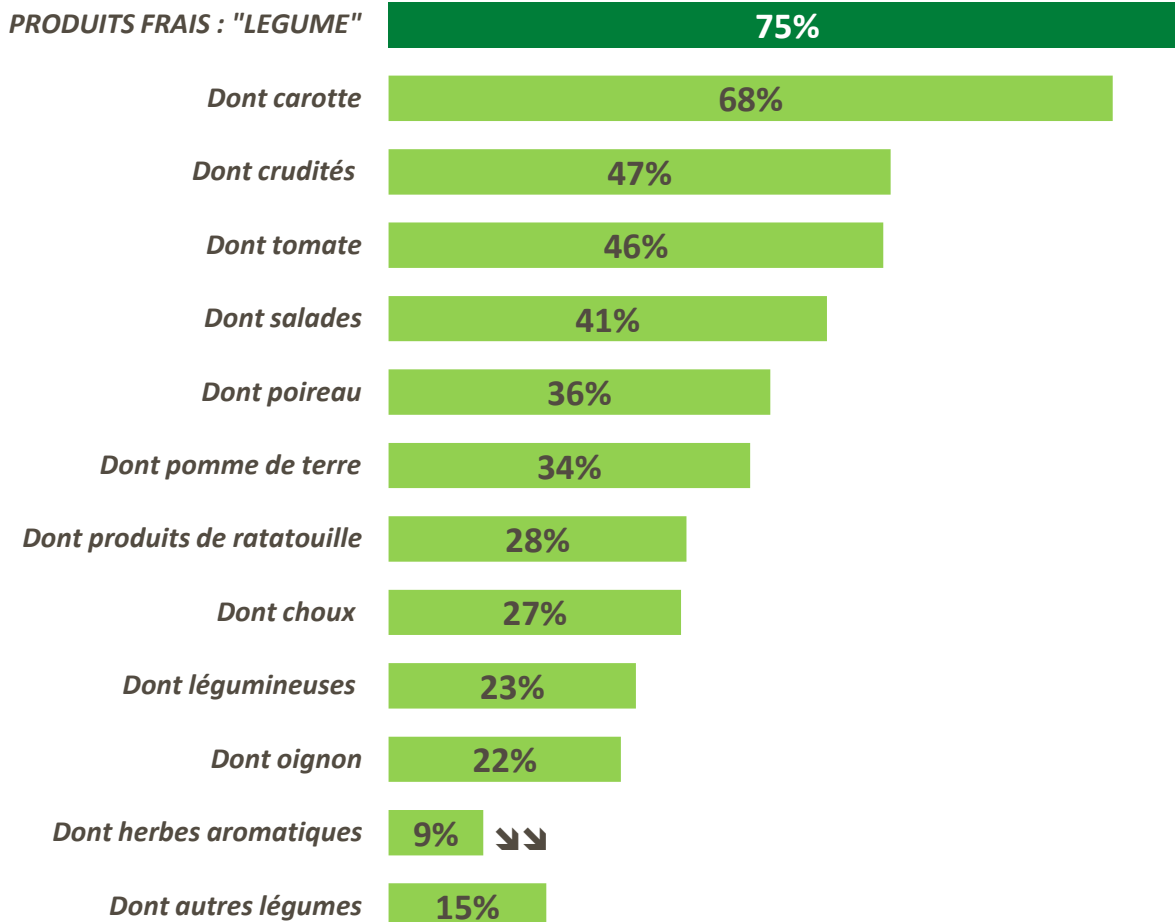
Détails des produits par famille

Produits frais: légumes

- Lecture : 68% des établissements proposant du bio achètent des carottes bio

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)



Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
78%	77%	71%	67%	63%
66%	66%	63%	59%	56%
52%	52%	48%	42%	39%
44%	48%	52%	42%	37%
42%	42%	37%	38%	35%
34%	31%	28%	28%	25%
42%	36%	40%	29%	39%
35% ↗	26%	25%	19%	19%
34%	32%	28%	24%	19%
25%	26%	28%	25%	19%
21%	20%	20%	22%	21%
17% ↗	10%	9%	14%	12%
13%	14% ↗	8%	10%	9%

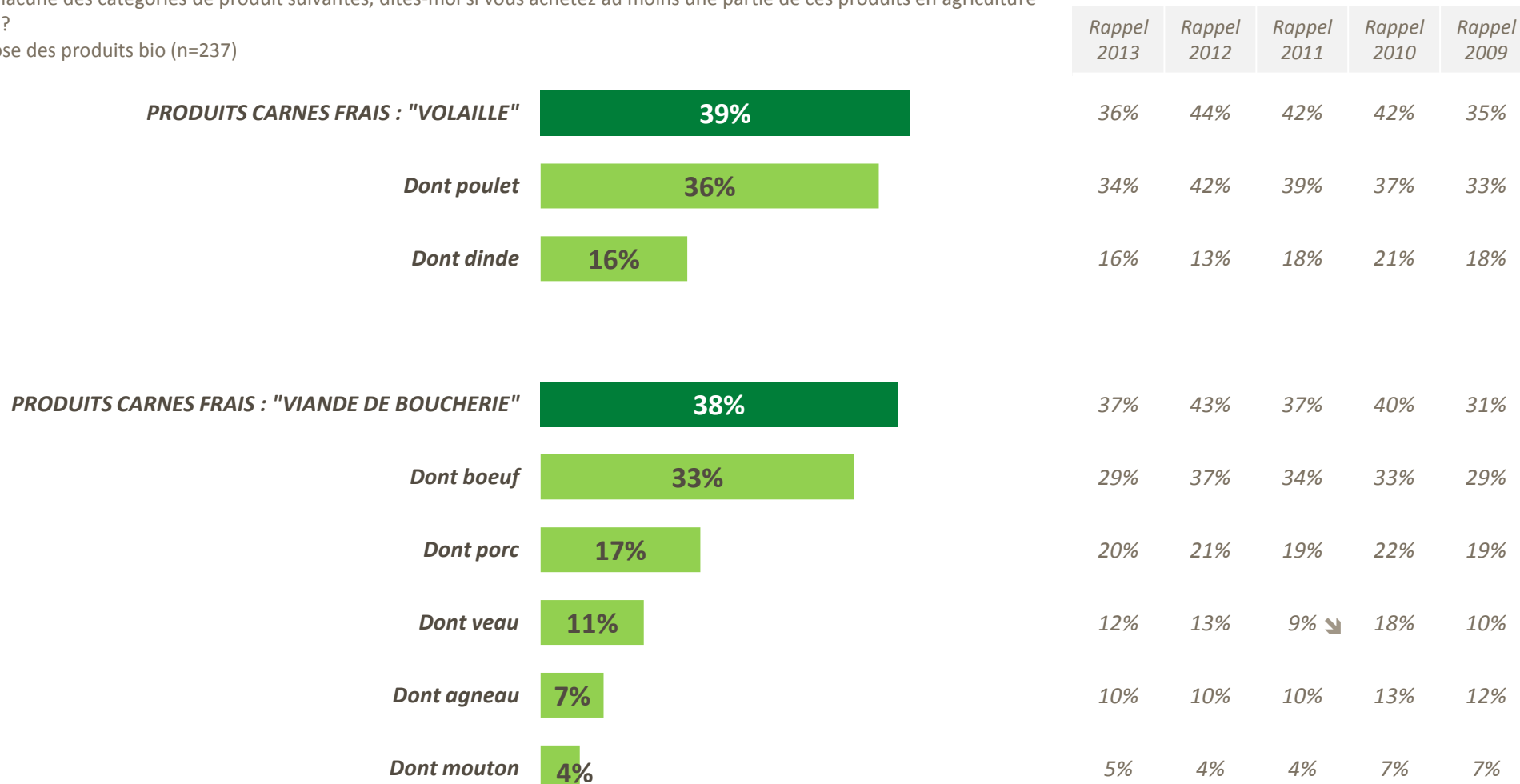
Détails des produits par famille

Produits carnés frais

- **Lecture : 36% des établissements proposant du bio achètent du poulet bio**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)



Détails des produits par famille

Produits carnés frais et autres produits frais

- **Lecture : 5% des établissements proposant du bio achètent des œufs et ovoproduits bio**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)

		Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
PRODUITS CARNES FRAIS : "CHARCUTERIE ET SALAISON"	11%	12%	17%	15%	14%	8%
<i>Dont pâté</i>	9%	8%	9%	11%	11%	5%
<i>Dont jambon</i>	5%	5%	9%	8%	6%	6%
<i>Dont saucisson</i>	5%	6%	7%	8%	8%	5%
AUTRES PRODUITS FRAIS : "AUTRES PRODUITS FRAIS"	10%	13%	13%	14%	15%	12%
<i>Dont oeufs frais et ovoproduit</i>	5%	8%	9%	6%	5%	5%
<i>Dont plats traiteurs</i>	1%	2%	1%	2%	2%	1%
<i>Dont pâtisseries</i>	1%	4%	3%	4%	2%	1%
<i>Dont autres</i>	2%	3%	3%	5%	4%	3%

Détails des produits par famille

Produits surgelés : légumes

- **Lecture : 28% des établissements proposant du bio achètent des carottes surgelées bio**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)

		Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
PRODUITS SURGELES : "LEGUME"	39%	42%	41%	38%	37% ↗↗	18%
Dont carotte	28%	27%	30%	26%	27% ↗↗	11%
Dont légumineuses	20%	24%	27%	20%	17%	12%
Dont choux	19%	21%	20%	18%	14%	9%
Dont produits de ratatouille	18%	17%	17%	17%	14%	10%
Dont poireau	9%	9%	7%	6%	7%	8%
Dont oignon	8%	7%	8%	6%	9%	7%
Dont pomme de terre	6%	6%	4%	4%	8%	4%
Dont tomate	5%	2%	3%	1%	4%	4%
Dont herbes aromatiques	4%	5%	5%	4%	5%	6%
Dont autres légumes	15% ↗↗	7%	5%	5%	8%	5%

Détails des produits par famille

Produits surgelés : hors légumes

- **Lecture : 15% des établissements proposant du bio achètent du poulet surgelé bio**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)

	Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
PRODUITS SURGELES : "VOLAILLE" 16%	15%	18%	16%	12%	16%
Dont poulet 15%	13%	18%	15%	15%	12%
Dont dinde 8%	9%	7%	7%	7%	6%
PRODUITS SURGELES : "AUTRES VIANDES" 17%	14%	21%	17%	19%	12%
Dont boeuf 15%	14%	20%	16%	17%	12%
Dont porc 5%	3%	4%	2%	5%	6%
Dont veau 3%	3%	4%	3%	4%	2%
Dont agneau 2%	3%	6%	3%	5%	4%
Dont mouton 1%	1%	2%	2%	3%	3%
PRODUITS SURGELES : "PAIN SURGELE" 4%	5%	7%	5%	8% ↗	3%
PRODUITS SURGELES : "AUTRES PRODUITS" 6%	8%	11%	6%	10%	6%

Détails des produits par famille

Produits d'épicerie et boissons

- **Lecture : 40% des établissements proposant du bio achètent des pâtes bio**

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base propose des produits bio (n=237)

		Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
PRODUITS D'EPICERIE : "ALIMENT"	52%	49%	54% ↗↗	49%	45%	39%
Pâtes	40%	37% ↘	47%	34%	39% ↗↗	24%
Riz	34%	32%	38%	31%	33%	26%
Biscuits	17%	18%	22%	20%	23%	17%
Farine	10%	10%	12%	13%	14%	13%
Huile	9%	10%	11%	11%	13%	14%
Miel	6%	6%	6%	3%	6%	7%
Confiture	5%	4%	5%	5%	8%	5%
Fruits secs	4%	3%	4%	3%	6%	7%
Autres céréales	32%	32%	40%	32%	27%	0%
PRODUITS D'EPICERIE : "PAIN FRAIS"	29%	28%	32%	31%	35% ↗	21%
PRODUITS D'EPICERIE : "BOISSON"	10%	12%	18%	12%	7%	5%
Jus de fruits	8%	8%	14%	11%	6%	5%
Vins	2%	4%	8%	3%	1%	1%

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1301667 – mars 2014

Base filtrée: 59% des RC proposant des produits bio

La part des produits bio dans le montant des achats

- **Lecture: au global, parmi les acheteurs de produits bio, les produits bio représentent 12% du montant total des achats en 2013**

Q2. Quelle est la part (le pourcentage) sur l'ensemble de l'année (2013) des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits (HT) ?

Base propose des produits bio (n=237)

	Vague 1	Vague 2	Vague 3	Vague 4	Vague 5	Vague 6	
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
<i>Total brut - acheteurs de la catégorie de produit</i>	414	401	405	406	408	401	
Produits carnés frais : volailles	7%	14%	10%	10%	14%	10%	base 2014 : 90
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	9%	8%	12%	9%	12%	12%	base 2014 : 87
Produits frais : charcuterie et salaisons	2%	24%	16%	5%	10%	17%	base 2014 : 25*
Produits frais : fruits	7%	14% ↗	14%	14%	14%	14%	base 2014 : 200
<i>dont pommes</i>			17%	22%	18%	18%	base 2014 : 190
Produits frais : légumes	9%	15%	14%	13%	14%	14%	base 2014 : 176
Produits frais : produits laitiers	7%	12%	12%	11%	12%	13%	base 2014 : 185
<i>dont yaourts</i>			14%	15%	15%	16%	base 2014 : 180
Produits frais : autres produits frais	3%	4%	19%	15%	10%	6%	base 2014 : 23*
Produits carnés surgelés : volailles	5%	10%	12%	7%	9%	8%	base 2014 : 37*
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	4%	6%	15%	8%	12%	9%	base 2014 : 40*
Produits surgelés : légumes	8%	10%	13%	10%	14%	15%	base 2014 : 91
Autres produits surgelés	2%	4%	4%	3%	14%	8%	base 2014 : 16*
Produits d'épicerie : aliments	6%	9%	11%	10%	12%	11%	base 2014 : 122
Produits d'épicerie : boissons	6%	3%	18%	7%	8%	18%	base 2014 : 24*
Produits d'épicerie : pain	17%	21%	19%	25%	23%	32%	base 2014 : 67
Part globale de l'ensemble des produits bio dans le montant total des achats	5%	10% ↗	11%	12%	12%	12%	base 2014 : 237

*Base faible (n<40)

Public (n=163) 13%
Privé (n=74) 9%

La part des produits bio dans le montant des achats

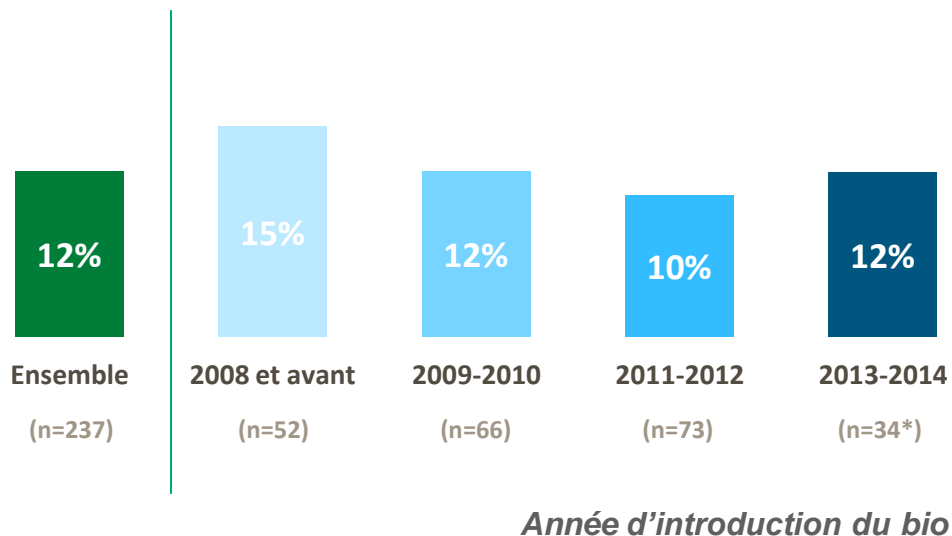
- **Lecture: parmi les établissements ayant introduit le bio en 2008 et avant, les produits bio représentent en moyenne 15% du montant total des achats en 2013**

Q2. Et de façon globale, quelle est la part (le pourcentage) sur l'ensemble de l'année (2013) des produits biologiques dans le MONTANT total des achats de produits alimentaires (HT) ?

Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

Base propose des produits bio (n=237)

Part du bio dans le montant total des achats



*Base faible (n<40)

Synthèse selon les familles

- **Lecture : pour les établissements proposant du bio, le pain bio représente en moyenne 32% du montant total des achats de pain**

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique.

Q2. Quelle est la part sur l'ensemble de l'année des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?

Base propose des produits bio (n=232)

2014

	Total	Produits carnés frais : volailles	Produits carnés frais : autres viandes	Produits frais : charcuterie et salaisons	Produits frais : fruits	Produits frais : légumes	Produits frais : produits laitiers	Produits frais : Autres produits frais
<i>Ensemble : achète au moins un produit de cette famille</i>	237	90	87	25*	200	181	185	23*
% d'acheteurs (sur l'ensemble)	59%	23%	22%	6%	50%	44%	46%	6%
Part moyenne dans le montant total des achats de cette famille de produits	12%	10%	12%	17%	14%	14%	13%	6%
1 à 5 %	40%	43%	43%	29%	40%	40%	42%	46%
Plus de 5 à 10 %	18%	16%	10%	28%	5%	18%	16%	13%
Plus de 10 à 19 %	11%	4%	5%	5%	15%	5%	5%	-
Plus de 20%	18%	11%	14%	29%	22%	21%	18%	10%
Dont 100%	-	1%	1%	5%	1%	1%	1%	-
Ne sait pas	14%	27%	29%	9%	17%	16%	20%	32%

*Base faible (n<40)

2014

	Produits carnés surgelés : volailles	Produits carnés surgelés : autres viandes	Produits surgelés : légumes	Produits surgelés : pain	Autres produits surgelés	Produits d'épicerie : Aliments	Produits d'épicerie : Boissons	Produits d'épicerie : Pain
<i>Ensemble : achète au moins un produit de cette famille</i>	38*	42*	91	9*	16*	122	24*	67
% d'acheteurs (sur l'ensemble)	9%	10%	23%	2%	4%	31%	6%	17%
Part moyenne dans le montant total des achats de cette famille de produits	8%	9%	15%	5%	8%	11%	18%	32%
1 à 5 %	53%	53%	43%	55%	57%	48%	57%	29%
Plus de 5 à 10 %	14%	14%	14%	-	17%	14%	8%	13%
Plus de 10 à 19 %	2%	-	4%	-	-	8%	3%	1%
Plus de 20%	11%	14%	24%	11%	20%	13%	17%	32%
Dont 100%	-	-	1%	-	-	2%	9%	15%
Ne sait pas	20%	18%	15%	34%	6%	17%	15%	25%

Estimation du marché en 2014

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique.

Q2. Quelle est la part sur l'ensemble de l'année des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?

Base propose des produits bio (n=237)

Produits frais	Viandes et volailles (en cumul)	Charcuterie	Fruits et légumes (en cumul)	Produits laitiers	Autres produits frais
----------------	---------------------------------	-------------	------------------------------	-------------------	-----------------------

Achat en M€ de la famille (d'après donnée GIRA)	650	250	400	650	640
% acheteurs bio	59%	59%	59%	59%	59%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	51%	11%	90%	78%	10%
	30%	6%	53%	46%	6%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	193	16	211	296	38
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	11%	17%	14%	13%	6%
Achat bio de la famille (en M€)	20,7	2,7	29,3	39,0	2,2
<i>rappel 2013</i>	<i>24,7</i>	<i>1,6</i>	<i>28,2</i>	<i>35</i>	<i>4,5</i>

Produits surgelés	Viandes et volailles (en cumul)	Légumes	Crèmes glacées et autres produits surgelés (hors pain)
-------------------	---------------------------------	---------	--

Achat en M€ de la famille (d'après donnée GIRA)	500	250	1100
% acheteurs bio	59%	59%	59%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	23%	39%	6%
	14%	23%	4%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	68	58	42
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	9%	15%	8%
Achat bio de la famille (en M€)	6,1	8,6	3,6
<i>rappel 2013</i>	<i>6,5</i>	<i>8,2</i>	<i>6,6</i>

Estimation du marché en 2014

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique.

Q2. Quelle est la part sur l'ensemble de l'année des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?

Base propose des produits bio (n=237)

Epicerie	Aliments	Boissons
Achat en M€ de la famille ((d'après donnée GIRA)	1550	550
% acheteurs bio	59%	59%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio	52%	10%
soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	31%	6%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	476	33
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	11%	18%
Achat bio de la famille (en M€)	53,6	6,0
<i>rappel 2013</i>	<i>51</i>	<i>3</i>

Total	2014	2013	2012	2011	2010
Achat alimentaires des collectivités en M€	7 000	7 000	7 000	7 000	7000
% acheteurs bio	59%	56%	57%	46%	40%
Achat bio (en M€)	171,7	169,3	158,0	130,6	92,0

II.

**Acheteurs de produits
biologiques
Le bilan**

Bilan des acheteurs de produits biologiques

Principaux enseignements

Parmi les établissements proposant du bio, il apparaît que **la fréquence a diminué par rapport à 2012**, que ce soit pour les plats entièrement bio ou simplement des ingrédients.

Par ailleurs, ils sont cette année **moins nombreux à considérer que la restauration bio génère un surcoût pour eux** : 83% (89% en 2013). Lorsqu'il y a un surcoût, il est évalué entre 19% et 20%, soit la même part que l'an passé.

Ce surcoût est, comme les années passées, généralement lissé sur l'ensemble des repas (67% des établissements contre 60% en 2012).

De plus en plus d'établissements achetant du bio déclarent avoir cherché à limiter ce surcoût : 71% (68% en 2013, 66% en 2012).

Beaucoup d'actions sont mises en place dans ce but avec par ordre décroissant cette année :

- limiter le gaspillage (88% des établissements contre 82% en 2013),
- travailler sur l'éducation alimentaire (66% contre 67% en 2013)
- développer la mise en concurrence (66% contre 72% en 2013)
- remplacer certains produits par des produits moins coûteux (65%)
- passer des partenariats au niveau local (63%)
- grouper les achats (62%)

Au final, un bilan toujours satisfaisant :

- 66% d'établissements satisfaits s'agissant du personnel (vs 71% en 2013)
- 63% s'agissant des convives (en ligne avec 2013).

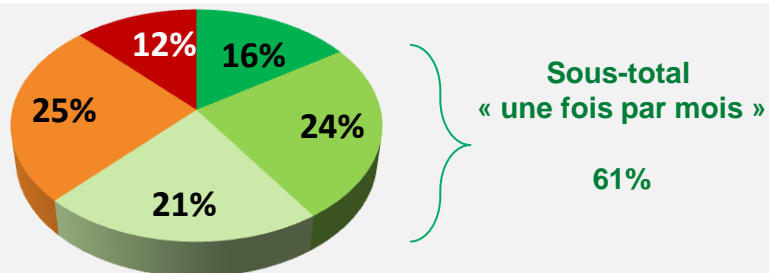
Au-delà de leur prix, la méconnaissance des produits bio et des difficultés d'approvisionnement sont des facteurs d'insatisfaction les plus évoqués.

Acheteurs de produits biologiques

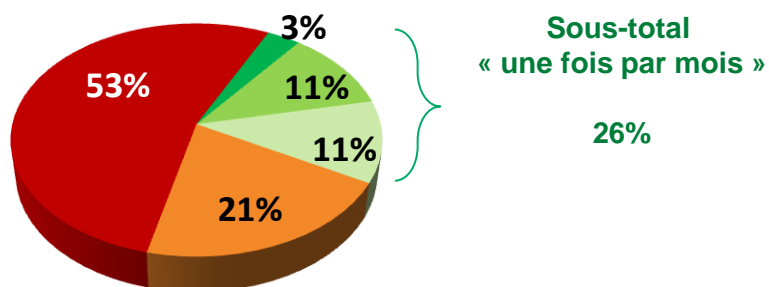
Modes d'introduction et fréquences proposés

Q7/Q8. Proposez-vous à vos convives ...?
 Base propose des produits bio (n=237)

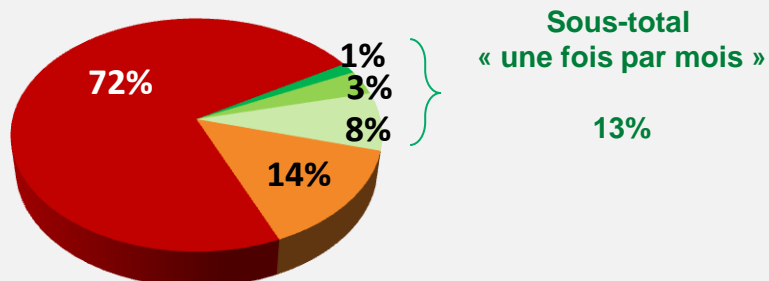
Des menus ou des plats avec un ou plusieurs produits bio



Des plats entièrement bio



Des menus entièrement bio



■ Jamais ■ Moins souvent ■ Au moins une fois par mois ■ Au moins une fois pas semaine ■ Tous les jours

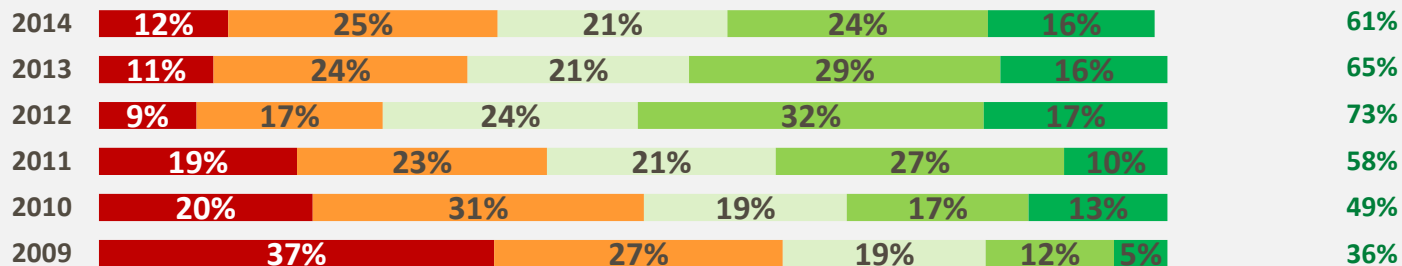
Acheteurs de produits biologiques

Modes d'introduction et fréquences proposés

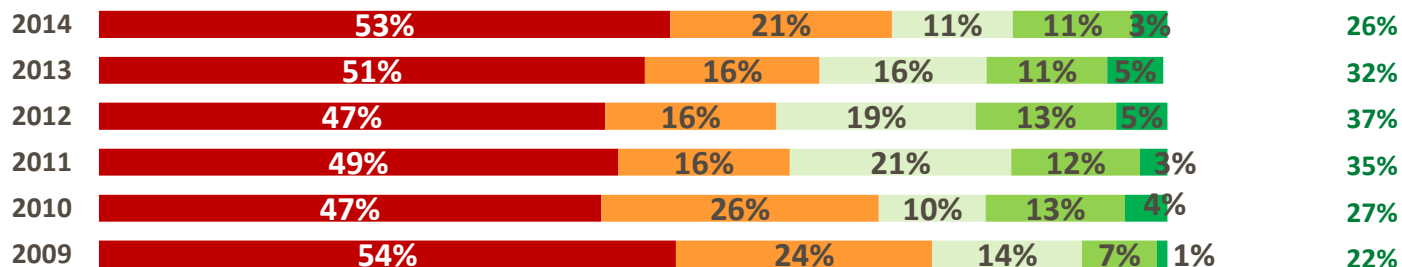
Sous-total
« une fois par mois »

Q7/Q8. Proposez-vous à vos convives ...?
Base propose des produits bio (n=237)

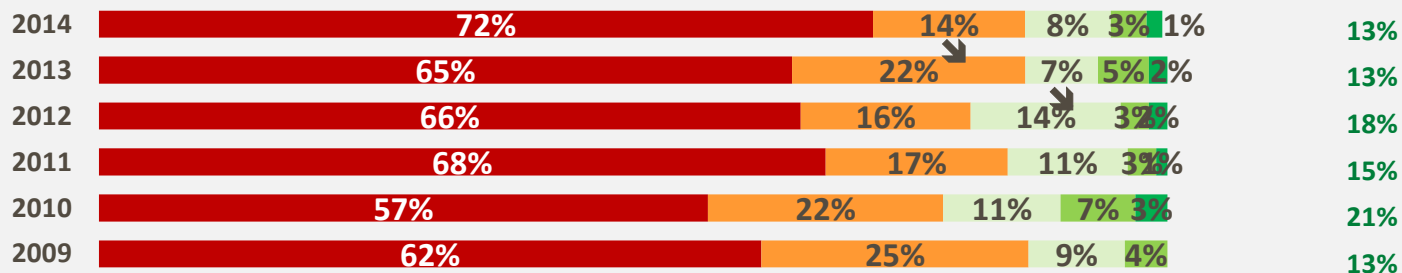
*Des menus ou des plats avec
un ou plusieurs produits bio*



Des plats entièrement bio



Des menus entièrement bio



■ Jamais ■ Moins souvent ■ Au moins une fois par mois ■ Au moins une fois pas semaine ■ Tous les jours

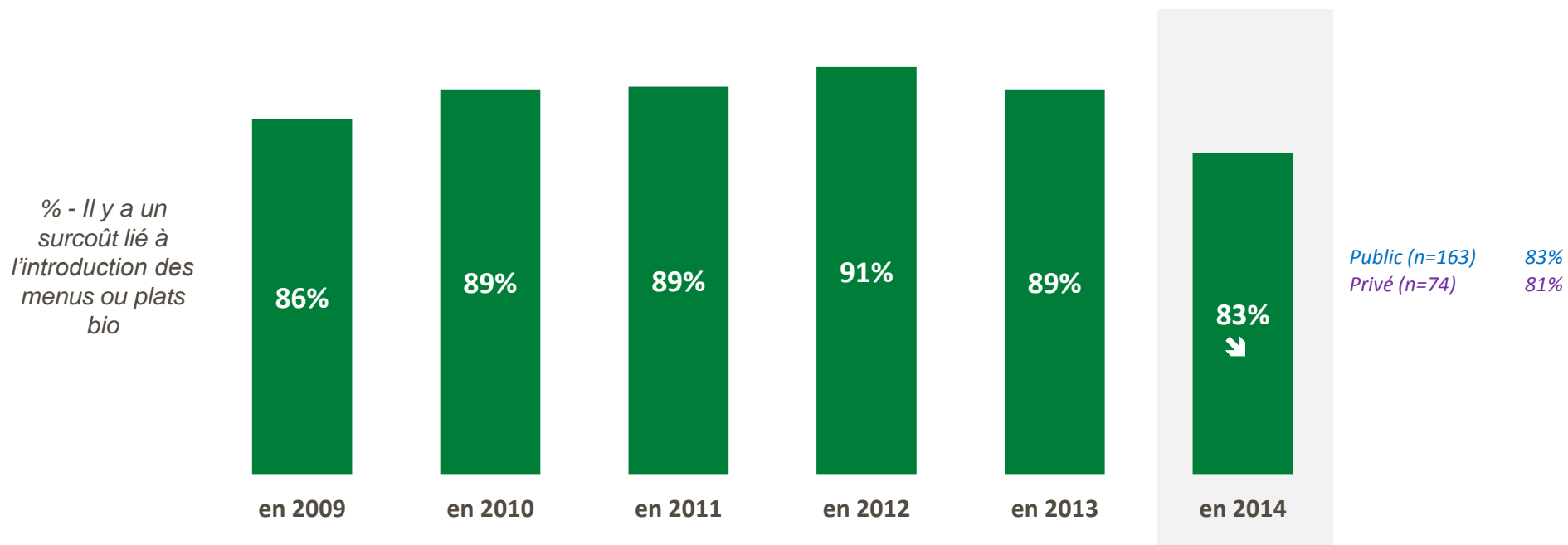
Le surcoût lié à l'introduction du bio

Evolution

- **Lecture: 83% des établissements proposant des produits bio estiment que leur introduction a généré un surcoût des menus ou des plats**

Q12b. Y a-t-il un surcoût des menus ou des plats liés à l'introduction des produits bio ?

Base propose des produits bio (n=237)



Le surcoût lié à l'introduction du bio

Les surcoûts moyen par type de menus ou plats

- **Lecture: 62% des établissements estiment que le surcoût global engendré par l'introduction de produits bio est inférieur à 20%**

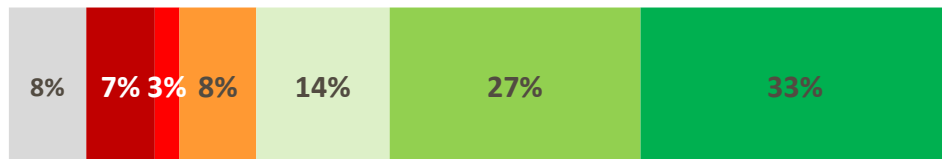
Q12c. Pour chacun des éléments suivants, à combien estimez-vous ce surcoût ?

Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=195)

Surcoût moyen

Surcoût matière uniquement

Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (195)



2014

Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010
-------------	-------------	-------------	-------------

19%

19% ↘↘ 24% 26% 24%

Public (n=136)

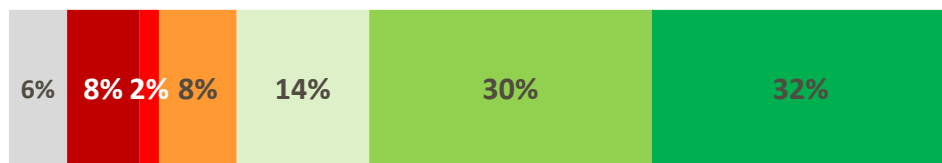
20%

Privé (n=59)

19%

Surcoût global lié à l'introduction de produits bio

Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (195)



20%

19% ↘↘ 23% 25% 21%

Public (n=136)

21%

Privé (n=59)

18%

Introduction en 2008 ou avant (n=45)

24% ++

■ Ne sait pas ■ 50% ou plus ■ 40 à moins de 50% ■ 30 à moins de 40% ■ 20 à moins de 30% ■ 10 à moins de 20% ■ 0 à moins de 10%

Le surcoût lié à l'introduction du bio

La prise en charge du surcoût

- **Lecture: pour 67% des établissements déclarant un surcoût lié à l'introduction du bio, ce surcoût est lissé sur l'ensemble des repas**

Q12C. Le surcoût lié à l'introduction des produits bio est-il : (plusieurs réponses possibles)

Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=195)

Le surcoût est ...

		Public (n=136)	Privé (n=59)	Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010
lissé sur l'ensemble des repas (pas de surcoût pour les convives)	67%	72%	57%	63%	60%	51% ↘ ↘	66%
payé par l'ensemble des convives	43% ↘	39%	50%	55% ↗ ↗	37%	37%	53%
pris en charge par le donneur d'ordre	43% ↘	48% +	31% -	53% ↗ ↗	37%	43% ↘ ↘	50%
payé par les convives consommant bio	30% ↘	21% --	49% ++	39% ↗ ↗	19%	26% ↘ ↘	46%
Rien de cela	1%	1%	1%	2%	2%	2%	3%
Ne veut pas répondre	1%	2%	0%	-	-	2%	-

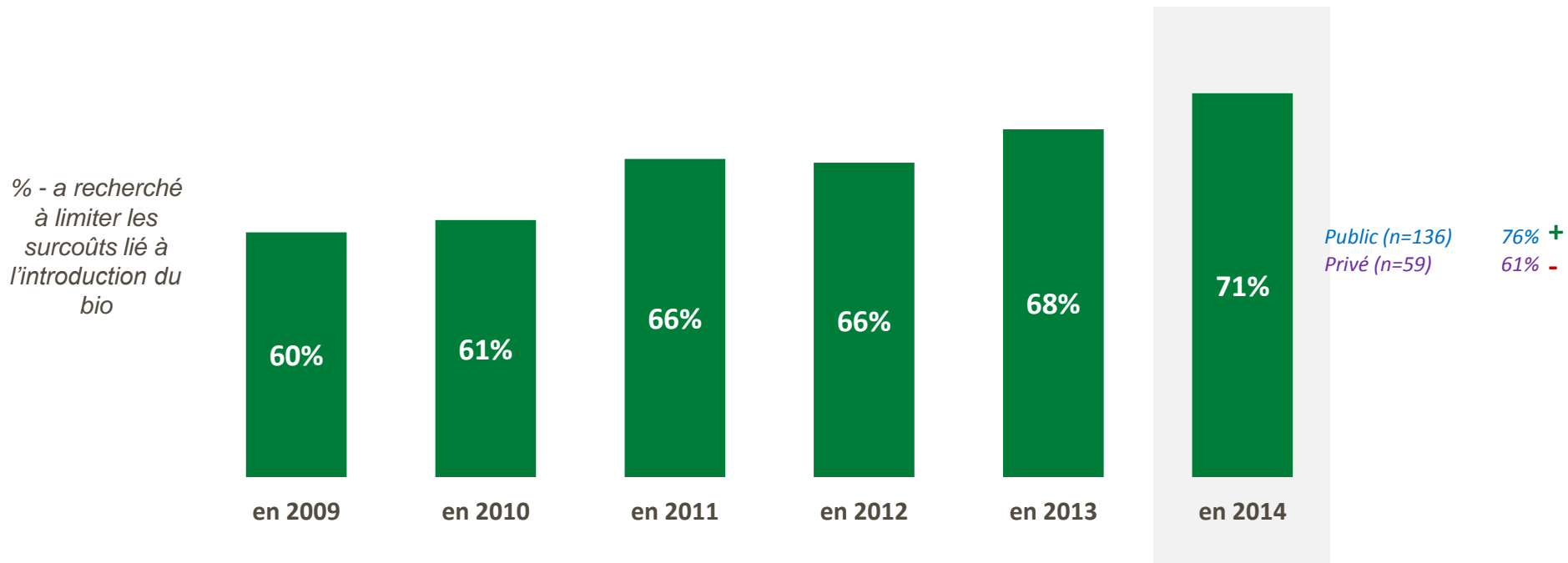
Le surcoût lié à l'introduction du bio

La mise en place d'une limitation de ce surcoût

- **Lecture: 71% des établissements ayant subi un surcoût lié à l'introduction du bio ont cherché à le limiter**

Q11. Avez-vous cherché à limiter le surcoût lié à l'introduction des produits bio ?

Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=195)



Le surcoût lié à l'introduction du bio

Les moyens mis en œuvre pour limiter ce surcoût

- **Lecture: 88% des établissements qui ont cherché à limiter le surcoût lié à l'introduction du bio l'ont fait en limitant le gaspillage**

Q12. De quelle manière ? Plusieurs réponses possibles
Base : a cherché à limiter le surcoût (n=139)

		Public (n=103)	Privé (n=36*)	Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010
en limitant le gaspillage	88%	87%	89%	82%	83%	75%	83%
en travaillant sur l'éducation alimentaire	66%	66%	66%	67%	60%	52% ↘↘	74%
en mettant en concurrence les fournisseurs	66%	70%	55%	72%	72%	75%	83%
en remplaçant certains produits par d'autres moins coûteux	65%	65%	65%	62%	63%	56%	68%
en passant par des partenariats au niveau local	63%	60%	74%	65% ↗	53%	54%	52%
en groupant les achats	62%	58%	72%	65%	71%	65%	71%
en contractualisant l'approvisionnement avec les fournisseurs	56%	57%	53%	61%	66%	60%	65%
en optimisant les frais logistiques	53%	52%	56%	52%	55%	41% ↘	58%
en formant le personnel	47%	47%	47%	55%	51%	43%	54%
en diminuant le nombre de composantes	43% ↗	41%	48%	29%	35%	26%	35%
en réduisant les grammages	27%	28%	25%	34%	31%	27%	25%
Autres	3%	4%	0%	1% ↘	5%	3%	1%
Ne sait pas	1%	0%	3%	1%	-	1%	1%

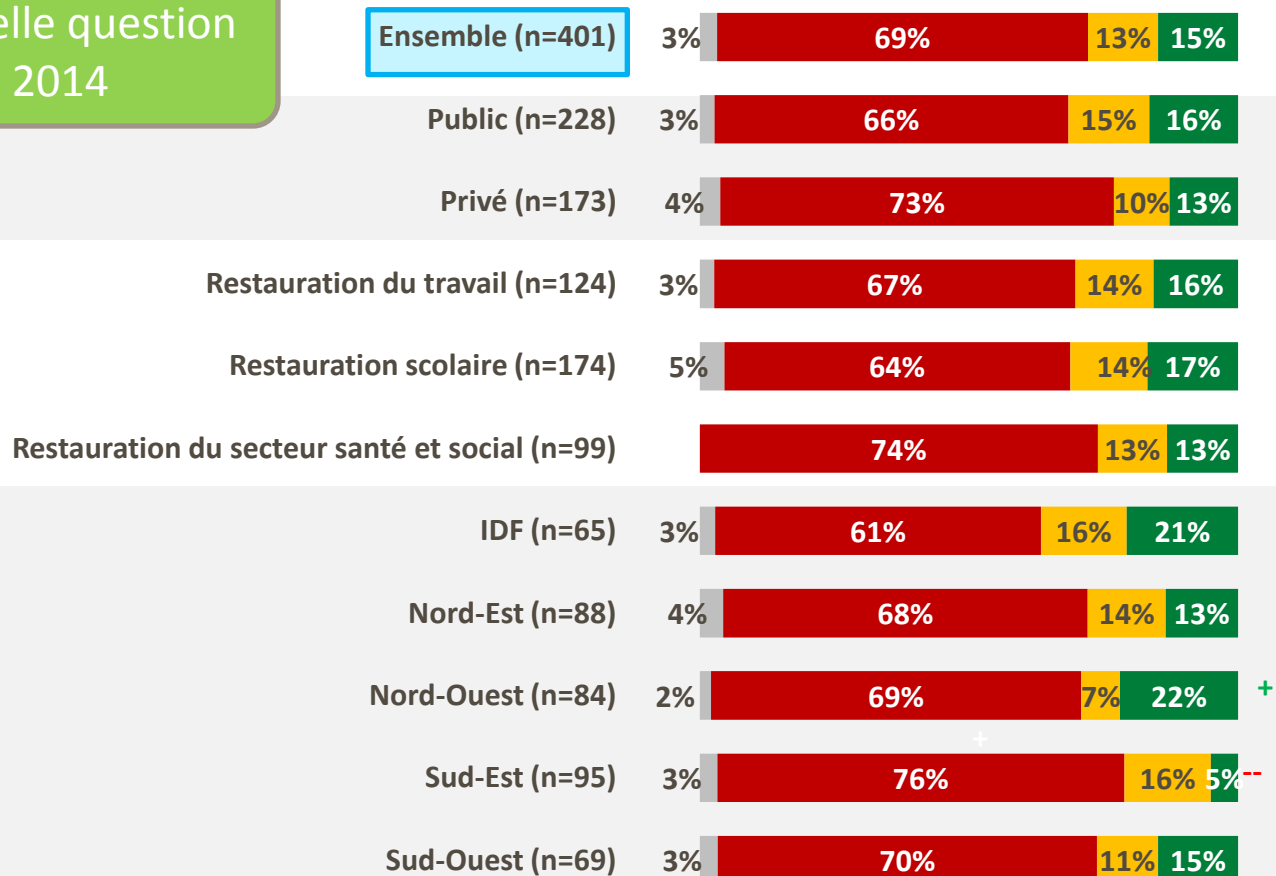
Enquête réalisée auparavant

- **Lecture: 28% des établissements ont ou vont réaliser une enquête de satisfaction suite à l'introduction des produits bio**

Q30c Avez-vous réalisé dans votre établissement une enquête de satisfaction suite à l'introduction des produits bio ?

Base : ensemble (n=401)

Nouvelle question
2014



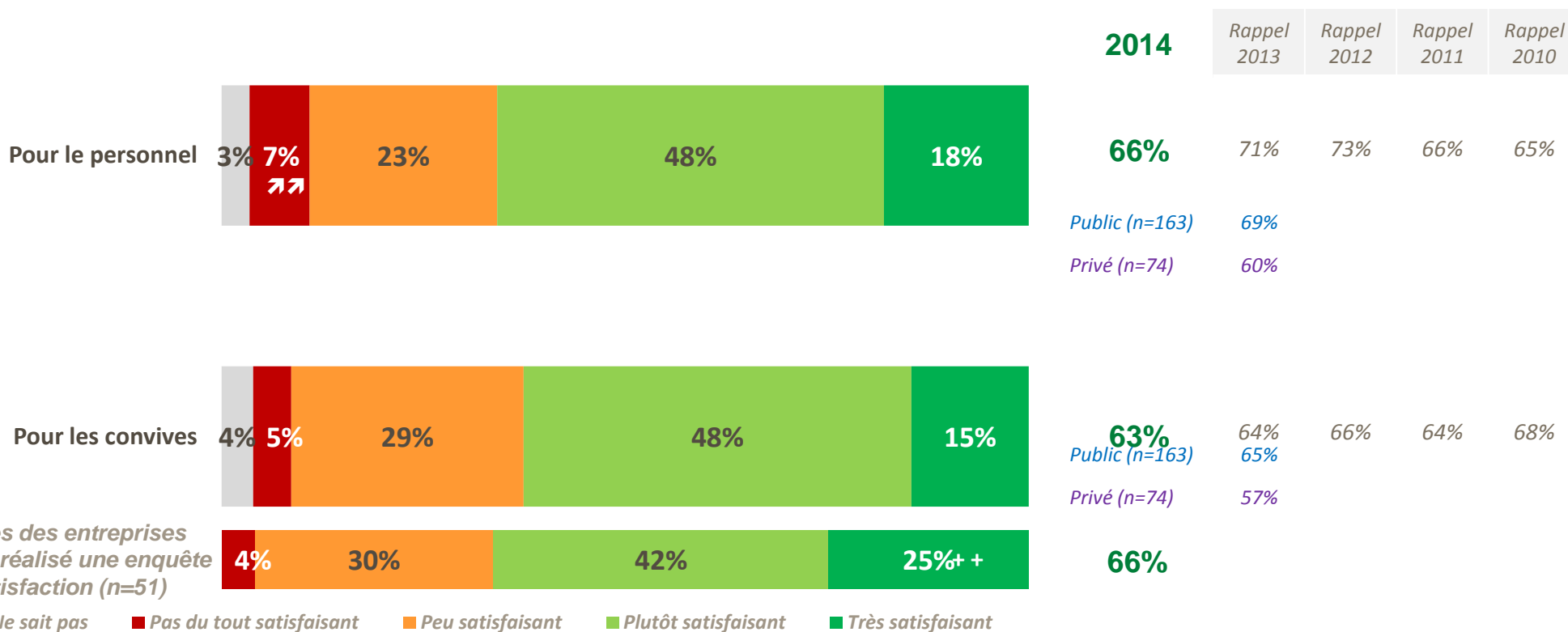
■ Ne sait pas ■ Non ■ Non mais cela va se faire ■ Oui

Bilan de l'introduction des produits bio

- **Lecture: 63% des établissements proposant du bio estiment que l'introduction du bio est satisfaisante pour leurs convives**

Q30. Comment caractériseriez-vous le bilan de l'introduction des produits biologiques pour les convives / pour le personnel, est il :
Base propose des produits bio (n=237)

Sous-total satisfaisant

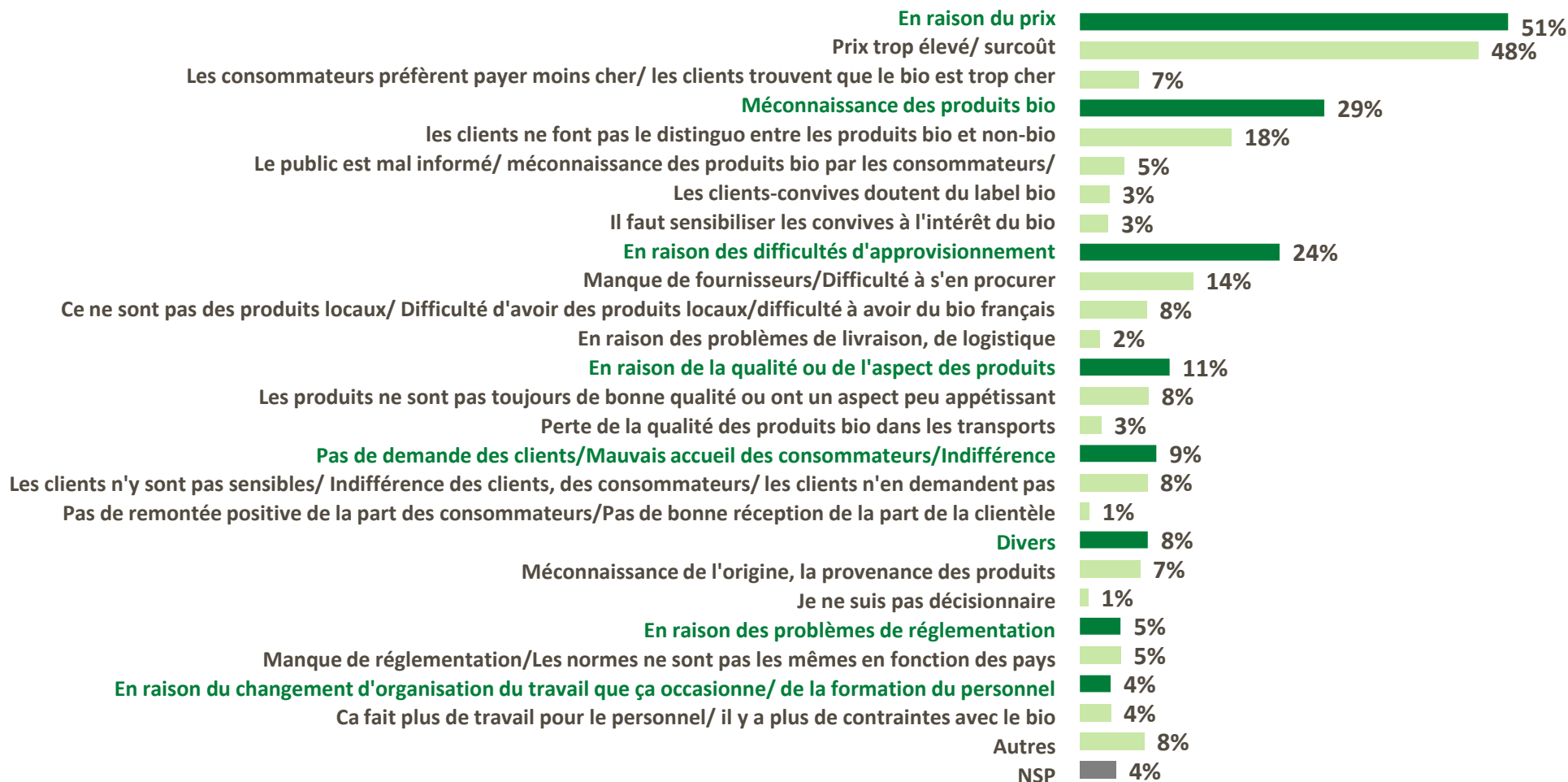


Raisons d'insatisfaction de l'introduction des produits biologiques

- **Lecture: 51% des personnes n'étant pas satisfaites de l'introduction des produits biologiques citent spontanément le prix trop élevé**

Q30B. Pour quelle(s) raison(s) n'êtes-vous pas satisfait de l'introduction des produits biologiques ?

Base Ceux qui déclarent l'introduction pas satisfaisante (convives ou personnel) = au moins un code 1 ou 2 en Q30 (n= 90)



III. Projection du marché bio

Projection du marché bio

Principaux enseignements

Davantage d'établissements proposant des produits bio par rapport à 2013, de fait :

- > Le nombre de non-acheteurs qui pourraient potentiellement être acheteurs en 2015 est de 18%*
- > La proportion de réfractaires est la même qu' 'en 2012(23% contre 22%)*

Les fruits frais, comme à leur habitude, sont les premiers porteurs du marché : 67% des établissements souhaiteraient en introduire en 2015.

Par ailleurs, les légumes frais (61%) et les produits laitiers (58%) sont aussi des sources d'introduction importantes,-ce qui représente, en projection, 15% de produits bio en moyenne.

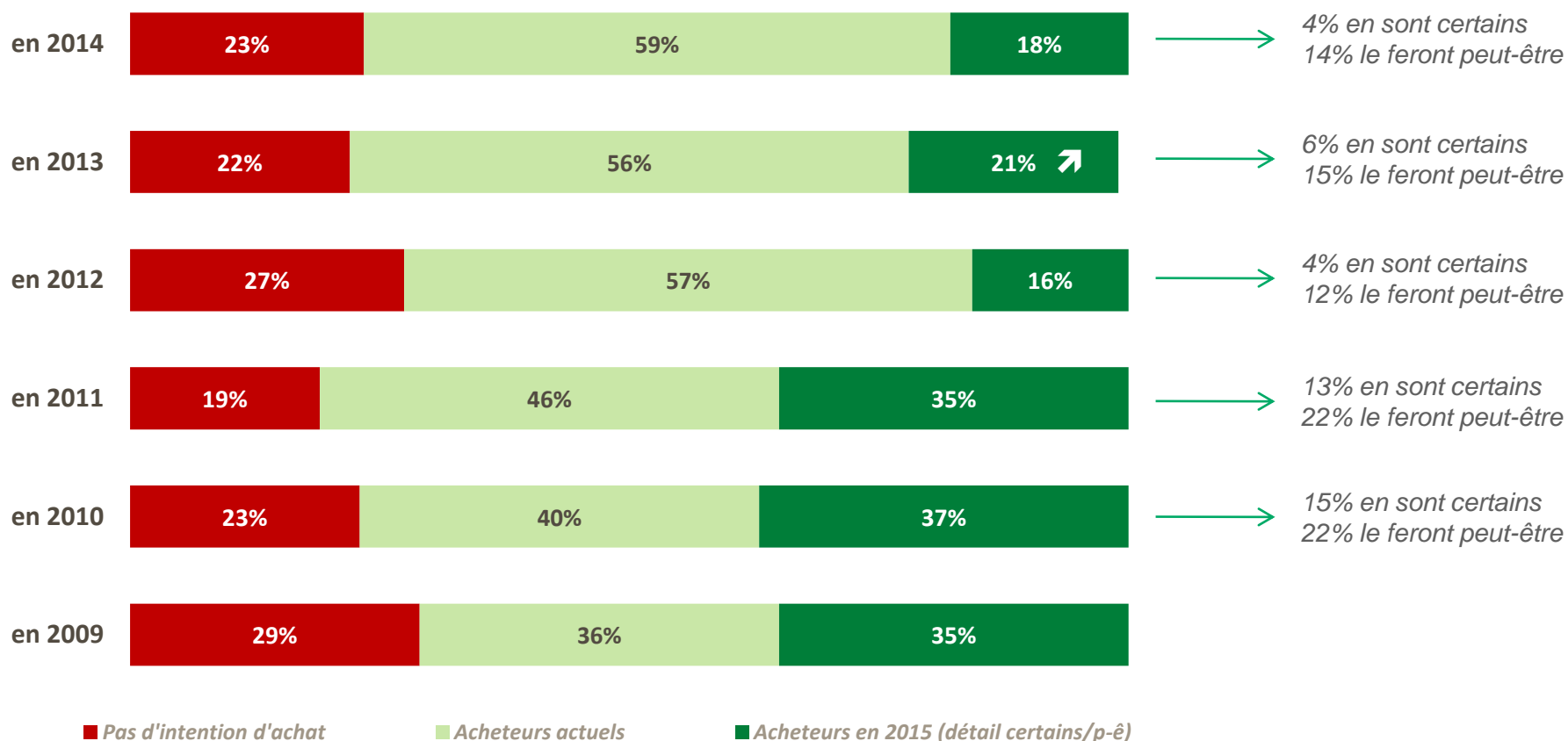
Les achats de produits bio dans le futur

L'évolution

- **Lecture : en 2014, 18% d'établissements projettent d'introduire du bio dans leur restaurant d'ici à 2015**

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2015, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

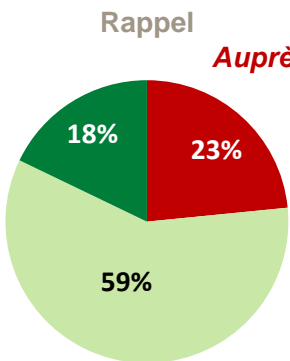
Base : ensemble (n=401)



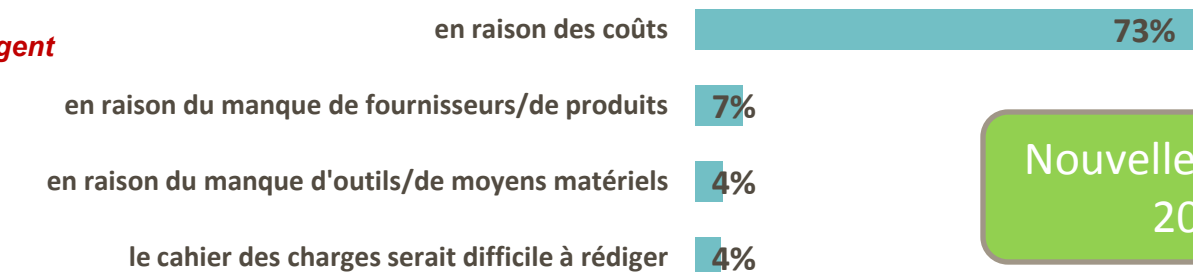
Raisons de non-introduction

- **Lecture : 73% des établissements n'envisageant pas de proposer des produits de l'agriculture biologique ont comme argument les coûts engendrés.**

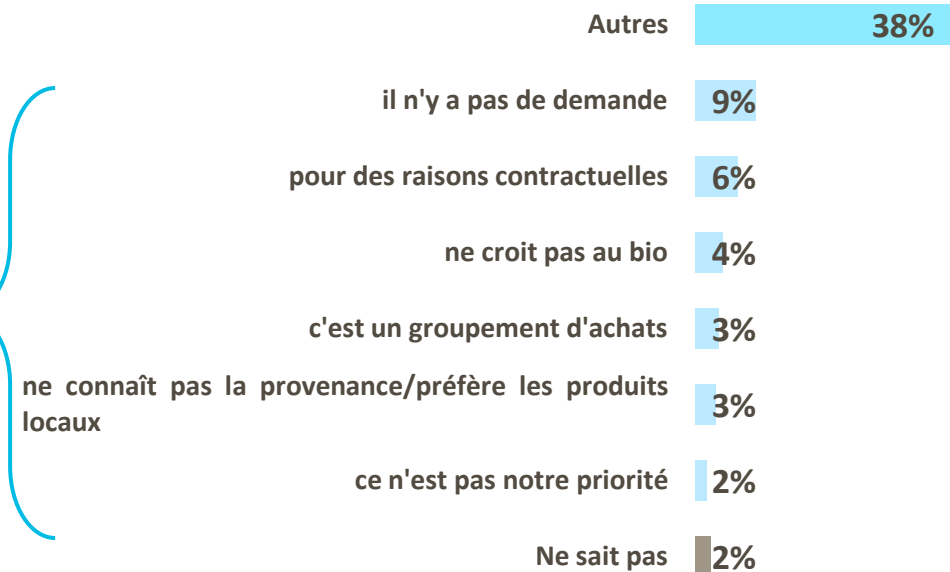
TRQ16 Pour quelles raisons ne pensez-vous pas introduire de produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant d'ici à 2015 ? (réponses non suggérées)
 Base : n'envisage pas de proposer des produits bio d'ici 2015 (n=94)



Après de ceux qui n'envisagent pas l'introduction



Nouvelle question
2014



Dont « Autres »

ne connaît pas la provenance/préfère les produits locaux

ce n'est pas notre priorité

Ne sait pas

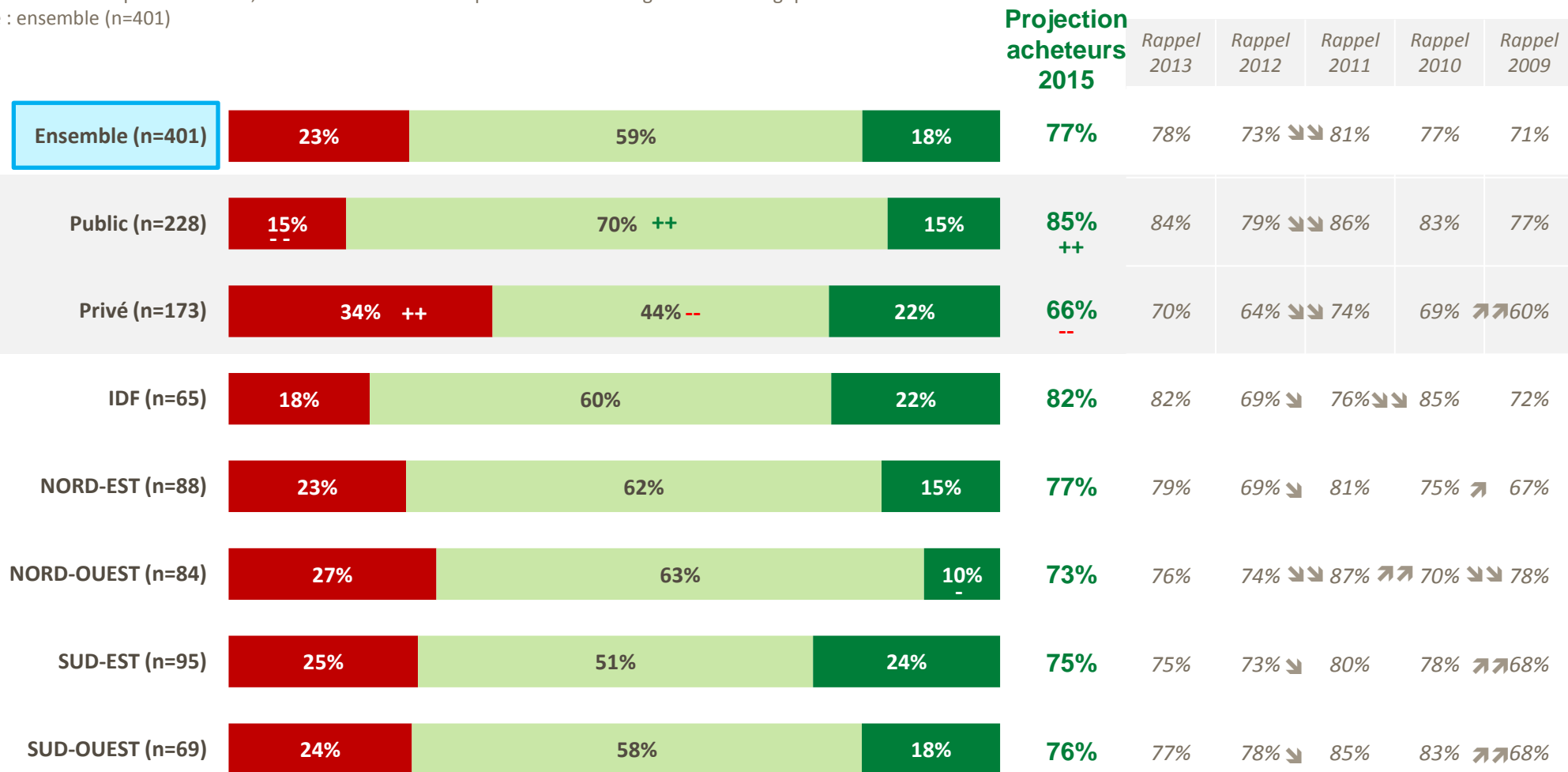
Les achats de produits bio dans le futur

Selon les cibles (1/2)

- Lecture : 22% des établissements du privé projettent d'introduire du bio dans leur restaurant d'ici à 2015

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2015, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Base : ensemble (n=401)



■ Pas d'intention d'achat ■ Acheteurs actuels ■ Acheteurs en 2015 (détail certains/p-ê)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1301667 – mars 2014

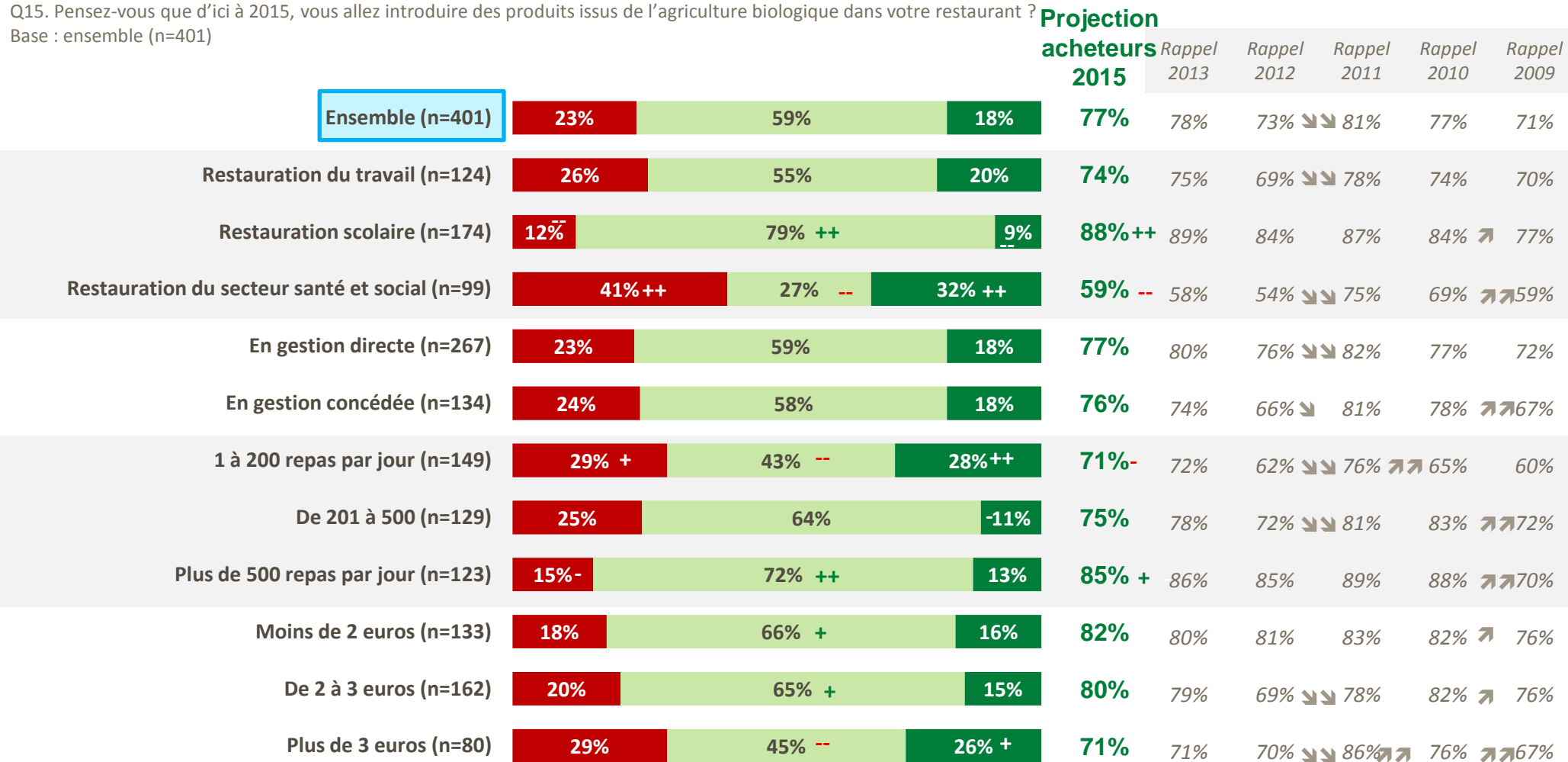
Les achats de produits bio dans le futur

Selon les cibles (2/2)

- **Lecture : 26% des restauration du travail ne projettent pas d'introduire du bio dans leur restaurant d'ici à 2015**

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2015, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Base : ensemble (n=401)



■ Pas d'intention d'achat ■ Acheteurs actuels ■ Acheteurs en 2015 (détail certains/p-ê)

CSA Agence Bio Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1301667 – mars 2014

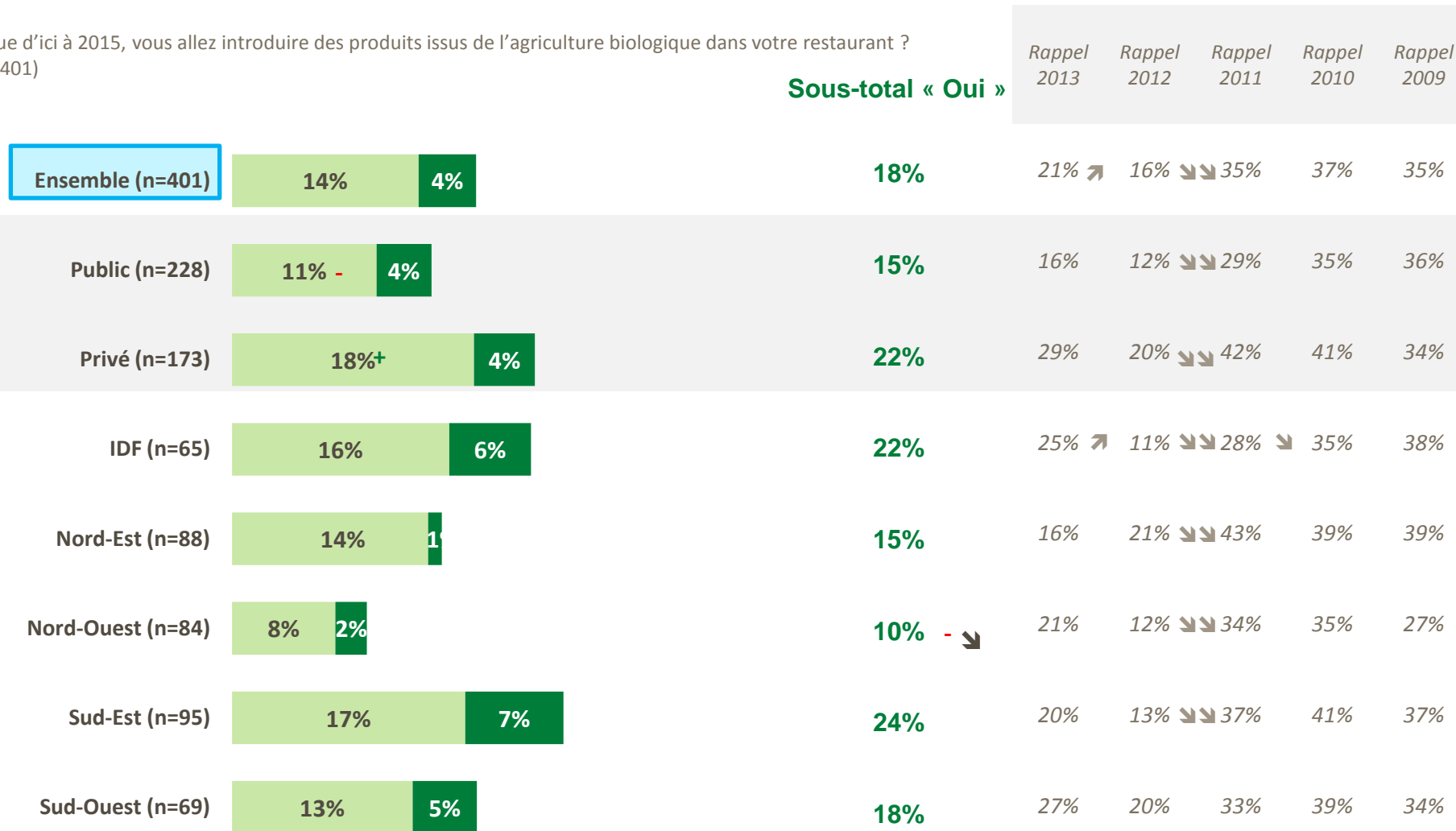
Non-acheteurs de produits bio

Les intentions d'achat de produits bio selon les cibles (1/2)

- Lecture : 4% des établissements du privé sont certains d'introduire du bio d'ici à 2015

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2015, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Base : ensemble (n=401)



■ acheteurs en 2015, peut-être ■ acheteurs en 2015 certains

* Base faible (n<40)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1301667 – mars 2014

Non-acheteurs de produits bio

Les intentions d'achat de produits bio selon les cibles (2/2)

- **Lecture : 6% des restaurants du travail sont certains d'introduire du bio d'ici à 2015**

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2015, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Base : ensemble (n=401)

	Sous-total « Oui »		Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009	
Ensemble (n=401)	14%	4%	18%	21%	16%	35%	37%	35%
Restauration du travail (n=124)	14%	6%	20%	25%	16%	34%	29%	30%
Restauration scolaire (n=174)	-6%	3%	9% --	16%	11%	26%	33%	31%
Restauration du secteur santé et social (n=99)	28% ++	4%	32% ++	28%	25%	52%	58%	48%
En gestion directe (n=267)	13%	5%	18%	21%	15%	36%	37%	36%
En gestion concédée (n=134)	14%	3%	18%	22%	18%	34%	38%	33%
1 à 200 repas par jour (n=149)	22% ++	6%	28% ++	29%	22%	46%	40%	40%
De 201 à 500 (n=129)	9%	-3%	11% -	20%	14%	34%	46%	30%
Plus de 500 repas par jour (n=123)	10%	3%	13%	12%	10%	22%	26%	35%
Moins de 2 euros (n=133)	12%	4%	16%	18%	14%	27%	39%	32%
De 2 à 3 euros (n=162)	10%	4%	15%	24%	18%	39%	36%	42%
Plus de 3 euros (n=80)	23% ++	3%	26% +	21%	19%	47%	40%	39%
Autogestion (n=241)	13%	3%	17%	21%	14%	35%	38%	37%
Concession (n=156)	14%	6%	19%	22%	18%	35%	38%	32%

■ acheteurs en 2015, peut-être ■ acheteurs en 2015 certains

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1301667 – mars 2014

Les achats de produits bio dans le futur

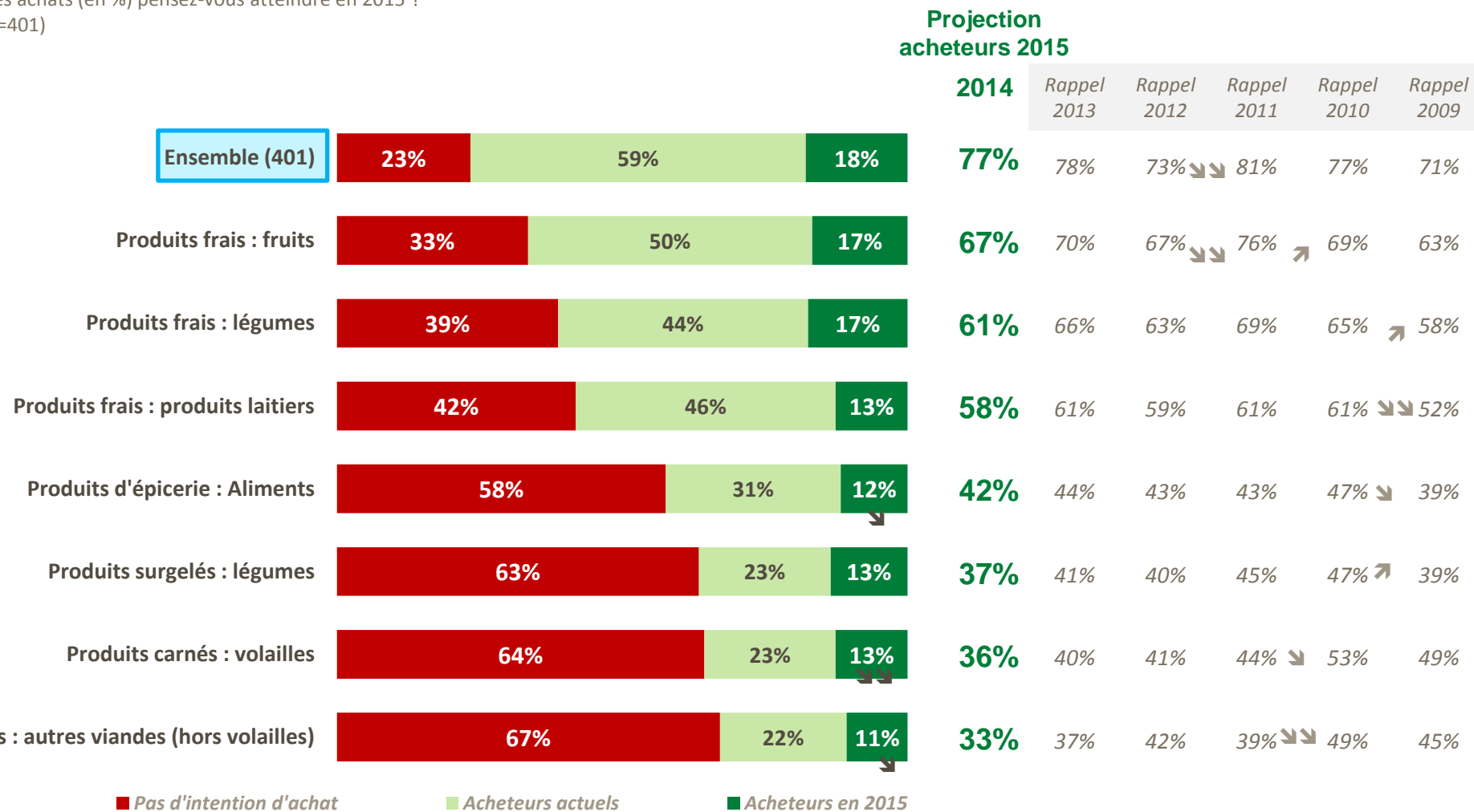
Selon les produits (1/2)

- Lecture : 18% des établissements projettent d'introduire des fruits frais bio dans leur restaurant d'ici à 2015

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2015, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Q10. Quelle part des achats (en %) pensez-vous atteindre en 2015 ?

Base : ensemble (n=401)



Les achats de produits bio dans le futur

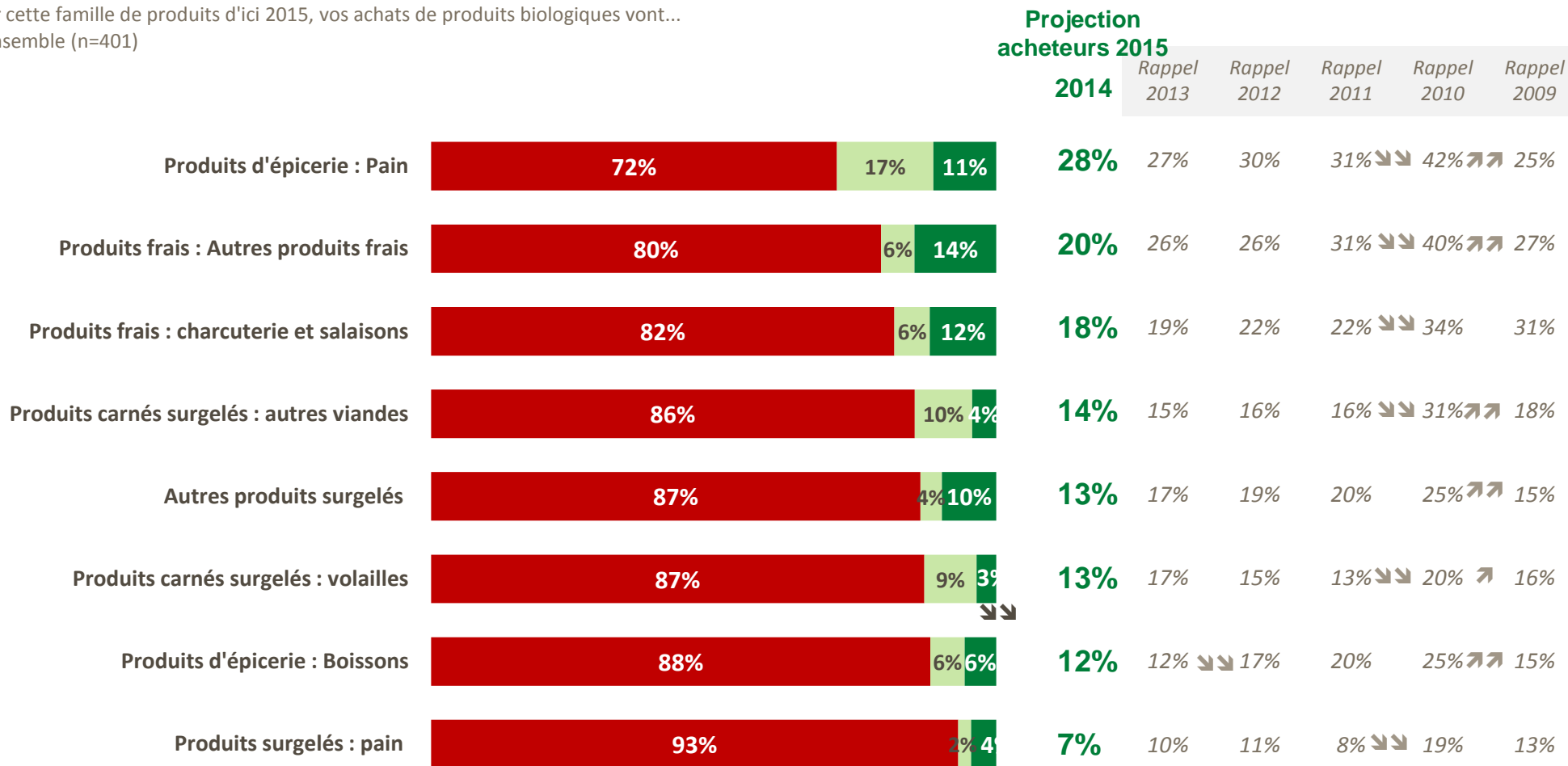
Selon les produits (2/2)

- **Lecture : 72% des établissements ne projettent pas d'introduire du pain bio dans leur restaurant d'ici à 2015**

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2015, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Q9. Pour cette famille de produits d'ici 2015, vos achats de produits biologiques vont...

Base : ensemble (n=401)



■ Pas d'intention d'achat

■ Acheteurs actuels

■ Acheteurs en 2015

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1301667 – mars 2014

Intention d'introduction de produits bio par famille

- Lecture: en 2015, en projection il y a 14% d'établissements qui introduiraient des fruits frais bio dans leur restaurant**

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2015, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Base : ensemble (n=401)

- Produits frais
- Produits d'épicerie
- Produits surgelés

		Rappel 2013	Rappel 2012	Rappel 2011	Rappel 2010	Rappel 2009
Produits frais : fruits	14%	18%	13%	32%	32%	31%
Produits frais : légumes	13%	17%	13%	30%	31%	27%
Produits frais : produits laitiers	9%	13%	10%	22%	27%	22%
Produits surgelés : légumes	8%	11%	8%	19%	25%	19%
Produits d'épicerie : Aliments	6%	10%	6%	15%	21%	15%
Produits carnés frais : Volailles	6%	11%	6%	16%	25%	23%
Produits d'épicerie : Pain	5%	6%	6%	11%	19%	10%
Produits frais : Autres produits frais	5%	9%	5%	11%	20%	5%
Produits frais : Oeufs et ovoproduits	5%	9%				
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	5%	9%	7%	14%	24%	21%
Autres produits surgelés	4%	6%	4%	8%	18%	6%
Produits frais : charcuterie et salaisons	4%	7%	4%	10%	18%	15%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	4%	7%	4%	12%	17%	10%
Produits carnés surgelés : volailles	3%	8%	4%	12%	19%	10%
Produits surgelés : pain	2%	4%	3%	4%	10%	4%
Produits d'épicerie : Boissons	2%	3%	3%	5%	11%	7%

Les achats de produits bio dans le futur

Projection : part des achat de produits bio d'ici 2015

- **Lecture : les établissements achetant actuellement du bio estiment à 16% la part des achats de produits bio en 2015**

Q10. Quelle part des achats (en %) pensez-vous atteindre en 2015 ?

Q16. Quelle sera selon vous la part (le pourcentage) des produits biologiques dans le montant total des achats dans votre restaurant en 2015 ?

Base : ensemble (n=401)

	Acheteurs actuels 2009	Acheteurs actuels 2010	Acheteurs actuels 2011	Acheteurs actuels 2012	Acheteurs actuels 2013	Acheteurs actuels 2014
Base brute	147	158	188	231	232	237
Produits carnés frais : volailles	11%	13%	11%	10%	8%	7%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	10%	13%	12%	9%	8%	7%
Produits frais : charcuterie et salaisons	7%	9%	6%	4%	5%	4%
Produits frais : fruits	18%	18%	19%	19%	18%	15%
Produits frais : légumes	18%	18%	17%	16%	17%	15%
Produits frais : produits laitiers	15%	16%	15%	14%	13%	13%
Produits frais : Autres produits frais	11%	13%	10%	8%	8%	7%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	7%	8%	5%	5%	5%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	7%	8%	8%	5%	5%	4%
Produits surgelés : légumes	10%	11%	10%	9%	9%	9%
Produits surgelés : pain	6%	4%	3%	2%	2%	1%
Autres produits surgelés	7%	7%	7%	4%	5%	4%
Produits d'épicerie : Aliments	10%	11%	12%	9%	10%	8%
Produits d'épicerie : Boissons	6%	4%	6%	3%	3%	3%
Produits d'épicerie : Pain	12%	13%	13%	13%	10%	10%

	Acheteurs potentiels 2009	Acheteurs potentiels 2010	Acheteurs potentiels 2011	Acheteurs potentiels 2012	Acheteurs potentiels 2013	Acheteurs potentiels 2014
Base brute	145	153	143	63	88	70
Produits carnés frais : volailles	13%	10%	18% ↗	15%	18%	23%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	13%	12%	20%	18%	19%	18%
Produits frais : charcuterie et salaisons	11%	9%	19% ↗	13%	18%	16%
Produits frais : fruits	17%	12%	24% ↗↗	18%	23%	17%
Produits frais : légumes	17%	14%	24% ↗	20%	22%	21%
Produits frais : produits laitiers	14%	13%	22% ↗	17%	25%	18%
Produits frais : Autres produits frais	12%	11%	20% ↗	20%	16%	18%
Produits carnés surgelés : volailles	9%	12%	23% ↗	18%	17%	18%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	9%	11%	23% ↗↗	21%	19%	15%
Produits surgelés : légumes	16%	14%	31% ↗↗	20%	22%	20%
Produits surgelés : pain	21%	5%	44% ↗↗	29%	13%	11%
Autres produits surgelés	20%	9%	41% ↗↗	16%	15%	14%
Produits d'épicerie : Aliments	14%	9%	21% ↗↗	14%	21%	18%
Produits d'épicerie : Boissons	14%	8%	32% ↗↗	15%	20%	24%
Produits d'épicerie : Pain	19%	15%	54% ↗↗	42%	26%	26%

PART GLOBALE			15%	17%	15%	16%
---------------------	--	--	------------	------------	------------	------------

	19%	18%	17%	17%	19%	15%
--	------------	------------	------------	------------	------------	------------

* Base faible (n<40)

Public (n=163) 18%

Privé (n=74) 12%

Public (n=32*) 15%

Privé (n=38*) 14%

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1301667 – mars 2014

Les achats de produits bio dans le futur

Projection : Evolution des achats d'ici 2014 chez les acheteurs de bio

- Lecture : pour 21% des établissements proposant du bio, leurs achats en volaille fraîche vont augmenter d'ici

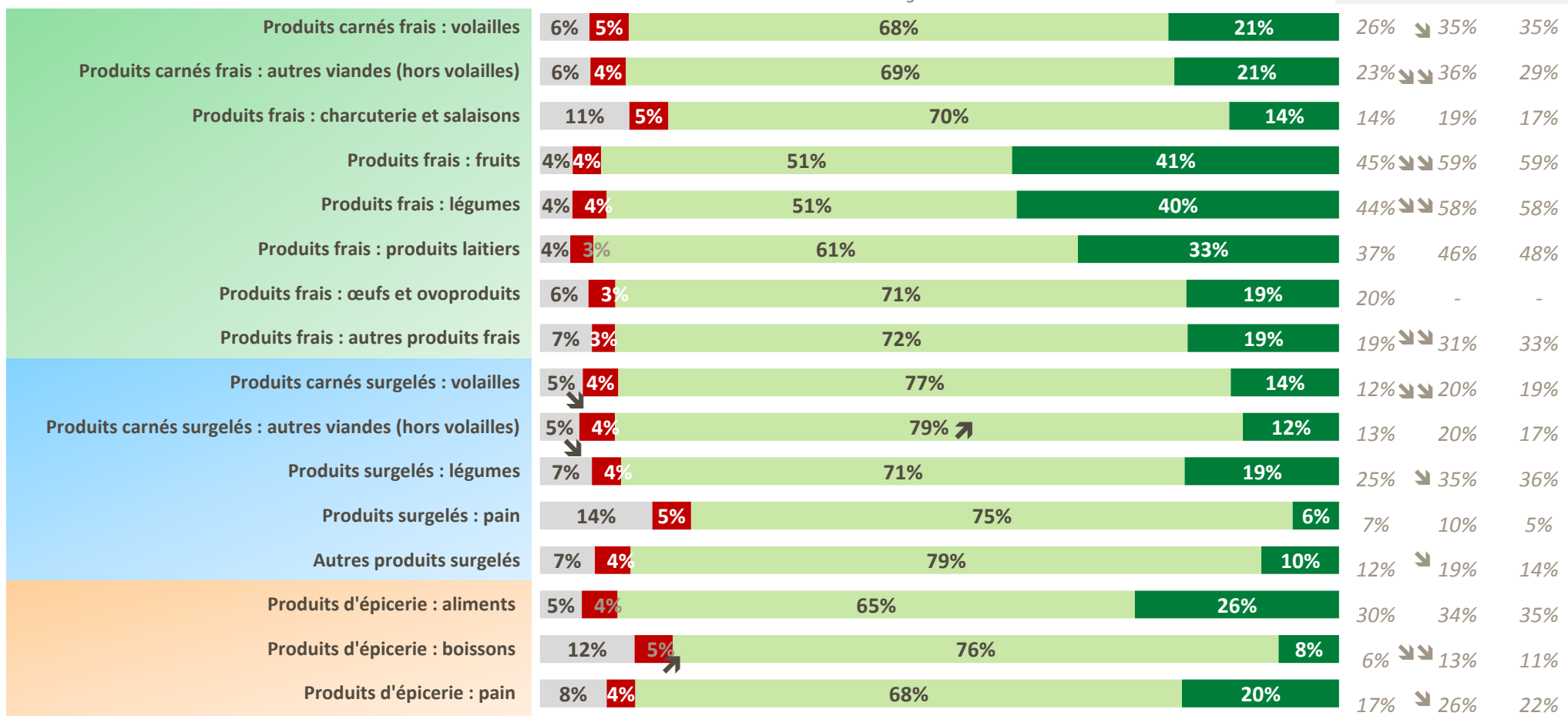
2015

Rappel 2013 Rappel 2012 Rappel 2011

Q9. Pour cette famille de produits d'ici 2015, vos achats de produits biologiques vont...

Base propose des produits bio (n=237)

■ Produits frais
■ Produits d'épicerie
■ Produits surgelés



■ Ne sait pas ■ Diminuer ■ Rester stable ■ Augmenter

Annexes

Attentes des français par rapport au bio en restauration

(issu de la vague 11 du Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France – échantillon national représentatif de la population française)

1.6

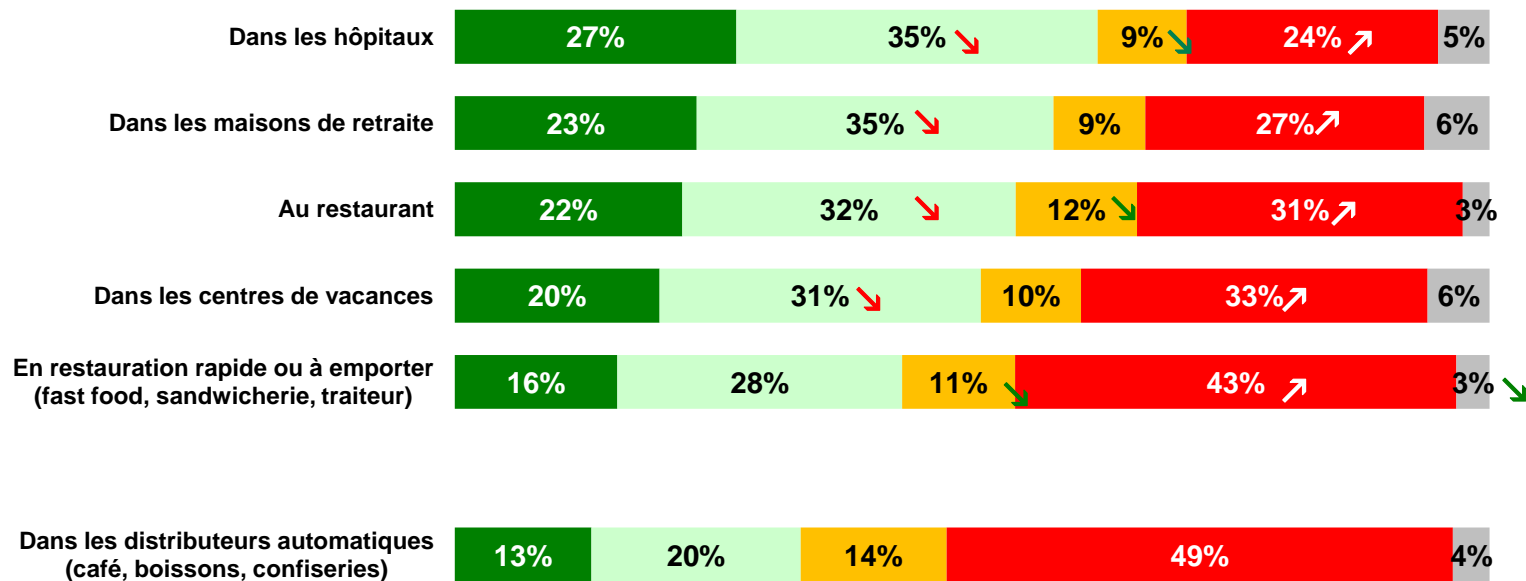
Les attentes des Français vis-à-vis de l'offre Bio



Souhait de repas avec produits biologiques hors domicile

Vous-même, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques...

Base Total Français : 1019



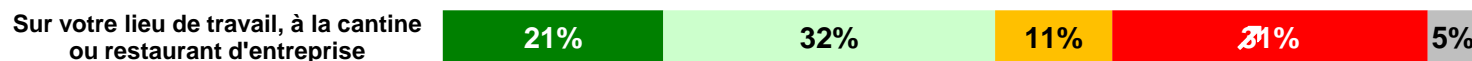
ST « intéressé »

2013	2012	2011
62% ↓	68% ↗	62%
58% ↓	63%	60%
54%	58%	56%
51% ↓	63% ↗	50%
43%	47%	46%

* Base actifs

33% (39% ↓)*	(44%)*	(41%)*
--------------	--------	--------

Base actifs : 591



53%	59%	53%
-----	-----	-----

Base « a un/des enfants au foyer » : 420



68%	75%	/
-----	-----	---

■ Oui, très intéressé ■ Oui, plutôt intéressé ■ Non, plutôt pas intéressé ■ Non, pas du tout intéressé ■ ne sait pas

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

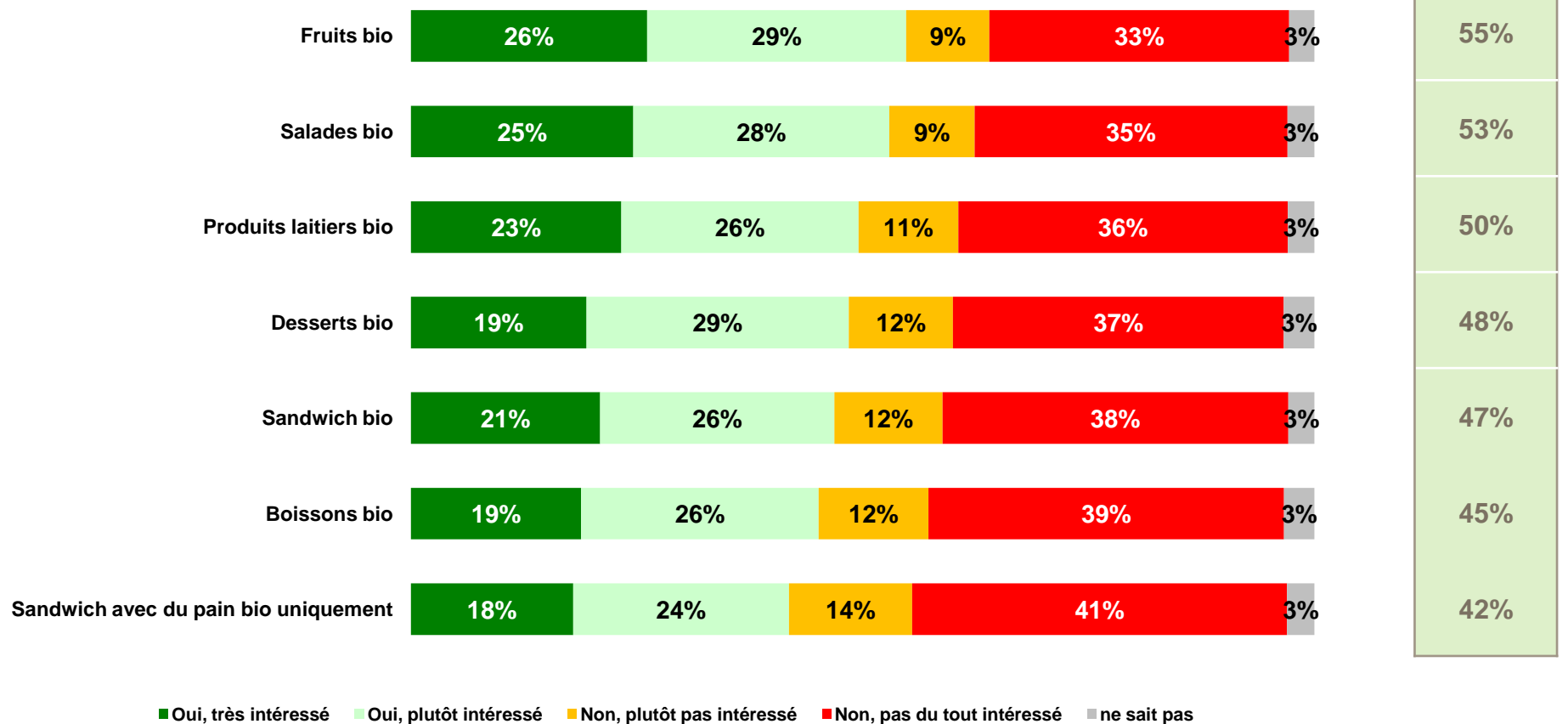


Souhait d'offre avec des produits biologiques en restauration rapide

Et plus précisément, en restauration rapide, dans quelle mesure seriez-vous intéressé par... ?

Nouvelle question en 2013

Base Total Français : 1019



■ Oui, très intéressé ■ Oui, plutôt intéressé ■ Non, plutôt pas intéressé ■ Non, pas du tout intéressé ■ ne sait pas

Souhait d'offre avec des produits biologiques en restauration rapide; critères discriminants

Et plus précisément, en restauration rapide, dans quelle mesure seriez-vous intéressé par... ?

Nouvelle question en 2013

Base Total Français : 1019

ST Intéressé	ENSEMBLE	Sexe		Age					PCF		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1019	486	533	153	157	265	241	204	350	311	358
Au moins 1 produit	61%	59%	63%	74%	68%	66%	59%	42%	65%	66%	53%
Fruits bio	55%	52%	57%	64%	60%	60%	54%	37%	59%	60%	46%
Salades bio	53%	50%	55%	61%	61%	57%	53%	35%	57%	57%	45%
Produits laitiers bio (yaourts...)	50%	48%	51%	58%	56%	55%	49%	32%	51%	57%	42%
Desserts bio	48%	46%	50%	59%	56%	53%	48%	29%	53%	54%	39%
Sandwich bio	47%	48%	46%	60%	57%	53%	45%	24%	53%	54%	35%
Boissons bio	45%	45%	46%	55%	51%	53%	42%	26%	52%	51%	34%
Sandwich avec du pain bio uniquement	42%	43%	41%	49%	53%	48%	42%	20%	48%	49%	30%
Nsp	39%	41%	37%	26%	32%	34%	41%	58%	35%	34%	47%

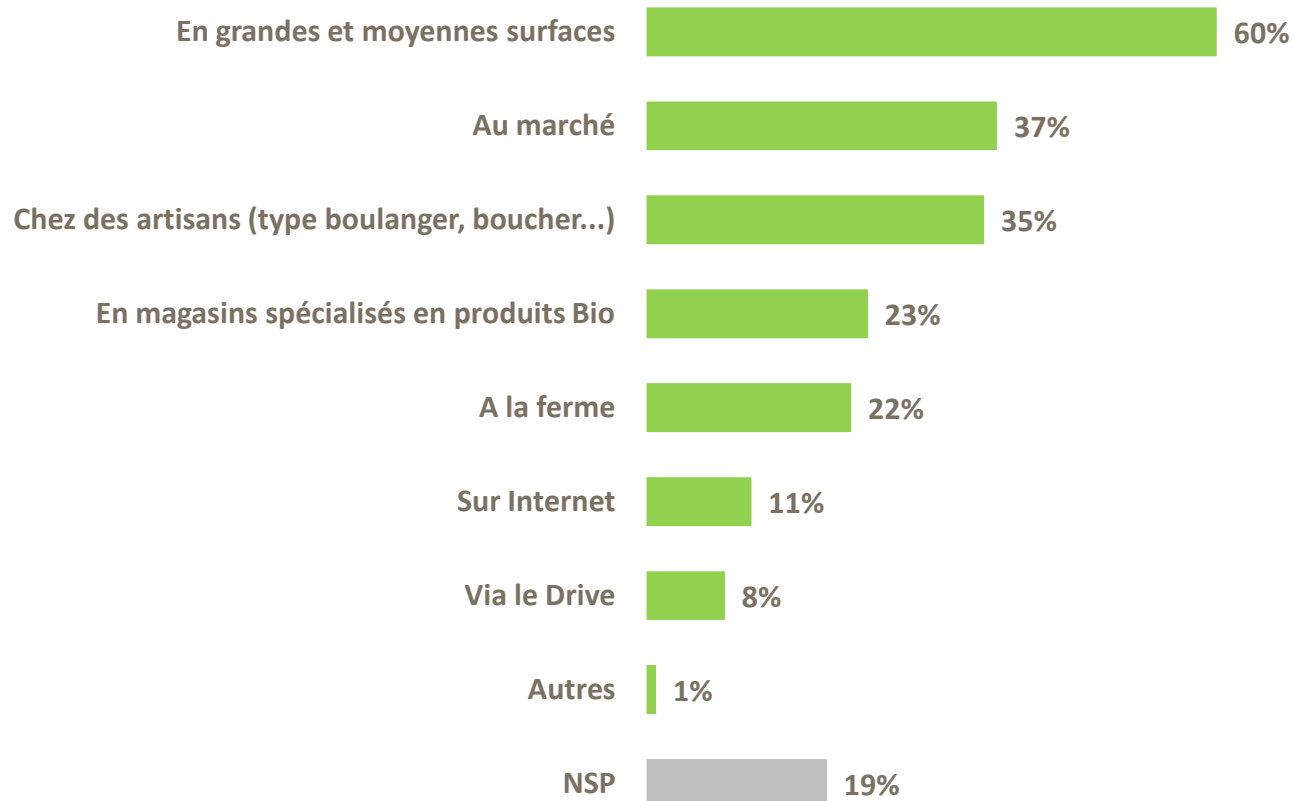
ST Intéressé	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	1019	189	65	88	80	95	138	113	122	130
Au moins 1 produit	61%	70%	59%	52%	62%	47%	65%	65%	61%	58%
Fruits bio	55%	62%	51%	49%	59%	46%	56%	59%	55%	50%
Salades bio	53%	63%	43%	44%	54%	42%	55%	56%	53%	52%
Produits laitiers bio (yaourts...)	50%	62%	40%	52%	46%	36%	53%	55%	49%	39%
Desserts bio	48%	56%	39%	47%	49%	39%	56%	52%	50%	39%
Sandwich bio	47%	59%	35%	38%	48%	38%	47%	47%	41%	52%
Boissons bio	45%	55%	34%	44%	50%	38%	43%	49%	44%	40%
Sandwich avec du pain bio uniquement	42%	52%	27%	36%	43%	34%	47%	45%	35%	41%
Nsp	39%	30%	41%	48%	38%	53%	35%	35%	39%	42%

Lieux d'achat où l'offre bio est souhaitée

Parmi les réseaux de distribution suivants, seriez-vous intéressé de trouver davantage de produits biologiques... ?

Nouvelle question en 2013

Base Total Français : 1019



Lieux d'achat où l'offre bio est souhaitée; critères discriminants

Parmi les réseaux de distribution suivants, seriez-vous intéressé de trouver davantage de produits biologiques... ?

Nouvelle question en 2013

Base Total Français : 1019

	ENSEMBLE	Sexe		Age					PCF		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1019	486	533	153	157	265	241	204	350	311	358
Au moins 1 lieu d'achat	81%	81%	81%	79%	79%	82%	82%	81%	80%	80%	82%
En grandes et moyennes surfaces	60%	60%	59%	56%	64%	64%	59%	56%	58%	62%	59%
Au marché	37%	37%	36%	29%	32%	42%	40%	35%	38%	38%	35%
Chez des artisans (type boulanger, boucher...)	35%	36%	35%	27%	29%	41%	39%	36%	39%	32%	34%
En magasins spécialisés en produits Bio	23%	23%	23%	21%	23%	25%	24%	22%	25%	22%	23%
A la ferme	22%	21%	22%	13%	17%	26%	22%	25%	19%	22%	23%
Sur Internet	11%	12%	11%	18%	12%	16%	8%	3%	15%	13%	6%
Via le Drive	8%	11%	6%	14%	14%	12%	5%	-	10%	13%	3%
Autres	1%	1%	2%	1%	-	1%	1%	3%	0%	1%	2%
NSP	19%	19%	19%	21%	21%	18%	18%	19%	20%	20%	18%

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	1019	189	65	88	80	95	138	113	122	130
Au moins 1 lieu d'achat	81%	83%	82%	87%	82%	69%	83%	83%	81%	77%
En grandes et moyennes surfaces	60%	64%	62%	73%	59%	52%	64%	56%	51%	57%
Au marché	37%	45%	27%	34%	41%	27%	39%	40%	36%	33%
Chez des artisans (type boulanger, boucher...)	35%	45%	30%	32%	29%	33%	31%	38%	37%	33%
En magasins spécialisés en produits Bio	23%	29%	20%	26%	19%	26%	19%	29%	22%	17%
A la ferme	22%	15%	22%	19%	26%	15%	32%	22%	32%	13%
Sur Internet	11%	15%	16%	16%	12%	7%	8%	10%	11%	5%
Via le Drive	8%	7%	11%	13%	4%	8%	8%	8%	13%	4%
Autres	1%	1%	-	-	3%	0%	2%	2%	1%	2%
NSP	19%	17%	18%	13%	18%	31%	17%	17%	19%	23%

Produits bios souhaités dans les lieux d'achat

Je vais vous citer une liste de produits alimentaires. Pour chacun de ces produits, dites moi dans quel(s) réseaux de distribution vous souhaiteriez le trouver davantage en bio. Pour chaque produit, vous pouvez citer un seul réseau ou plusieurs, tous ou aucun.

Base Total Français : 1019

Nouvelle question en 2013

	Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	Grandes et moyennes Surfaces	Artisans type boulanger, boucher...	A la ferme	Via le drive	Aucun
Café, thé, infusions	22%	7%	65%	8%	2%	4%	26%
Compléments alimentaires	21%	5%	38%	6%	2%	3%	50%
Produits à base de soja	20%	7%	39%	5%	3%	3%	50%
Biscuits / produits pour petit / déjeuner	20%	8%	64%	10%	2%	4%	27%
Pâtes / riz / autres céréales	20%	8%	70%	7%	2%	4%	22%
Produits d'épicerie	20%	10%	70%	9%	4%	5%	22%
Jus de fruits	20%	11%	68%	8%	6%	5%	24%
Produits laitiers autres que le lait / fromages	18%	21%	68%	12%	12%	4%	19%
Huile	18%	8%	67%	7%	3%	4%	24%
Fromages	17%	29%	61%	19%	16%	4%	20%
Fruits	17%	46%	63%	13%	14%	4%	17%
Légumes	17%	46%	60%	12%	18%	4%	17%
Boissons autres que le vin ou les jus / de fruits	17%	10%	62%	7%	4%	4%	30%
Lait	16%	14%	65%	10%	19%	4%	22%
Oeufs	16%	31%	60%	14%	25%	3%	19%
Vins	16%	10%	51%	11%	5%	4%	37%
Pains	14%	13%	42%	57%	3%	2%	21%
Porc, charcuterie	12%	19%	50%	40%	12%	4%	23%
Veau, agneau	12%	17%	51%	41%	15%	3%	21%
Volaille	12%	29%	55%	31%	22%	3%	19%
Poissons	12%	24%	55%	23%	3%	4%	25%
Bœuf	10%	19%	52%	42%	12%	3%	21%

Produits bios souhaités dans les lieux d'achat; récapitulatif

Je vais vous citer une liste de produits alimentaires. Pour chacun de ces produits, dites moi dans quel(s) réseaux de distribution vous souhaiteriez le trouver davantage en bio. Pour chaque produit, vous pouvez citer un seul réseau ou plusieurs, tous ou aucun.

Base Total Français : 1019

Nouvelle question en 2013

Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	Grandes et moyennes Surfaces	Artisans type boulanger, boucher...	A la ferme	Via le drive
-Café, thé, infusions (22%) -Compléments alimentaires (21%) -Produits à base de soja (20%) -Biscuits / produits pour le petit déjeuner (20%) -Pâtes, riz... (20%) -Produits d'épicerie (20%) -Jus de fruits (20%)	-Fruits (46%) -Légumes (46%) -Œufs (31%) -Fromages (29%) -Volaille (29%)	-Produits d'épicerie (70%) -Pâtes, riz... (70%) -Produits laitiers autres que le lait, fromages (68%) -Jus de fruits (68%) -Huile (67%)	-Pain (57%) -Bœuf (42%) -Veau, agneau (41%) -Porc, charcuterie (40%) -Volaille (31%)	-Œufs (25%) -Volaille (22%) -Lait (19%) -Légumes (18%) -Fromages (16%)	Aucun produit cité par plus d'1 Français sur 10



en savoir plus : www.csa.eu - @InstitutCSA

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux
Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01



www.agencebio.org / contact@agencebio.org

6 rue Lavoisier 93100 Montreuil
Tel : 01 48 70 48 30 – Fax : 01 48 70 48 45