



MESURE DE L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE



Rapport d'étude

Octobre 2019
Étude n° 1900613

SOMMAIRE

I INTRODUCTION

Contexte

Objectifs de l'étude

Méthodologie

3

4

5

6

II STRUCTURE DE L'ECHANTILLON

7

III RESULTATS DETAILLES

18

Les produits biologiques en restauration collective

20

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

36

Acheteurs de produits biologiques: le bilan

54

Projection du marché du bio

63



I INTRODUCTION

CONTEXTE DE L'ÉTUDE



L'introduction des produits biologiques en restauration collective a connu une forte croissance depuis le Grenelle de l'Environnement de 2008 et plus récemment les programmes Ambition Bio 2017 et 2022.

La loi EGalim promulguée le 1^{er} novembre 2018 fixe pour objectif 50% de produits de qualité ou durables dont 20% de produits bio dans la restauration collective à caractère public (c'est-à-dire à l'exclusion de la restauration collective privée du secteur travail) à partir du 1^{er} janvier 2022.

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.

Depuis l'an dernier, l'Agence Bio, a également souhaité investiguer la cible de la restauration commerciale, sur le même principe que l'étude réalisée sur la restauration collective.

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Obtenir des 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

Mettre les résultats en perspective

générale et suivre leur évolution d'ici 2022.

Approfondir la question des coûts

sur l'introduction des produits bio

MÉTHODOLOGIE



QUI ?

Etablissements de la restauration collective, soit les 3 grands secteurs suivants : **travail**, la **santé et le social**, et l'**enseignement**.
Nous avons interrogé des entreprises privées et publiques, des hôpitaux, des cliniques, des maisons de retraite, des établissements pénitentiaires, des écoles avec ou sans cuisine centrale, des lycées et des universités.
Parmi ces établissements, nous avons interrogé les **responsables de la restauration** en charge du choix ou des achats de produits alimentaires. Plus précisément, les fonctions interrogées sont les suivantes : *responsable de restauration, gestionnaire, cuisinier, gérant, directeur d'établissement...*



QUAND ET COMMENT ?

Enquête annuelle, réalisée par **téléphone** du 3 au 20 septembre 2019 via un **fichier de contacts représentatif du marché, fourni par Gira**, notre partenaire sur cette étude depuis 2009.
Questionnaire de 17 minutes



COMBIEN ?

Cette année, **1040** interviews ont été réalisées. Davantage d'entretiens sont réalisés depuis 2018 afin de permettre une lecture des résultats sur les 13 régions métropolitaines françaises.
Constitution d'un **échantillon raisonné** sur les régions afin d'avoir une base de lecture suffisante par région (en dehors de la Corse). Un redressement a ensuite été appliqué afin de remettre à son poids réel chaque région.
L'échantillon est représentatif selon **la région, le type d'établissement et le secteur d'activité**



II

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON:

Le redressement sur les 13 régions

Information Fichier

Base : Ensemble (n=1040)

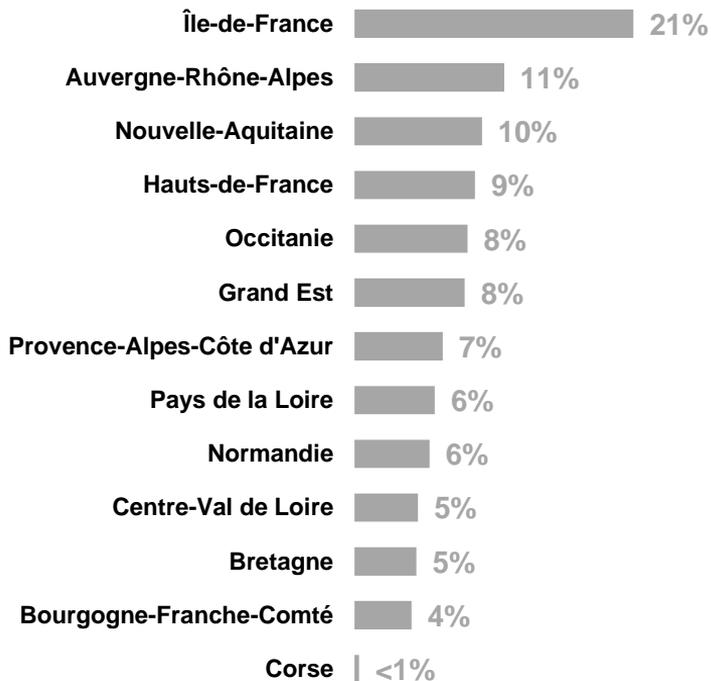
	Effectif brut	% Brut	% Redressé
Île-de-France	181	17%	21%
Auvergne-Rhône-Alpes	93	9%	11%
Hauts-de-France	92	9%	9%
Grand Est	98	9%	8%
Nouvelle-Aquitaine	69	7%	10%
Occitanie	88	8%	8%
Pays de la Loire	79	8%	6%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	79	8%	7%
Centre-Val de Loire	71	7%	5%
Bretagne	68	7%	5%
Normandie	65	6%	6%
Bourgogne-Franche-Comté	52	5%	4%
Corse	5	<1%	<1%
Total	1040	100%	100%

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON: LES VARIABLES DE REDRESSEMENT

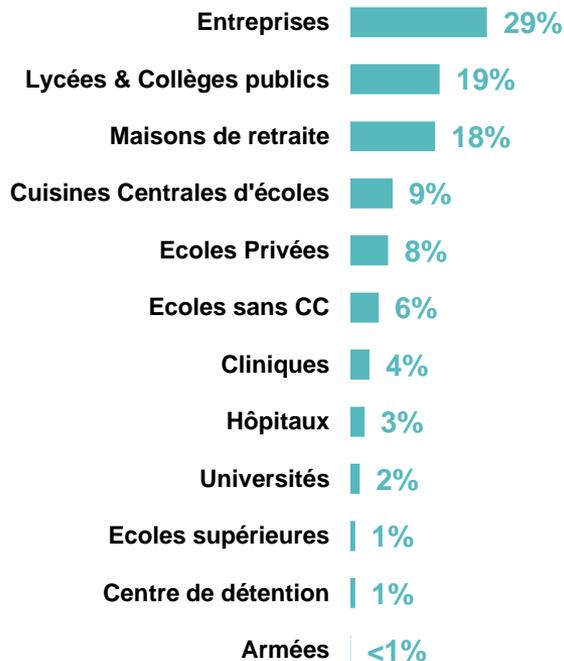
Information Fichier

Base : Ensemble (n=1040)

RÉGIONS



SECTEURS D'ACTIVITÉ



STATUT

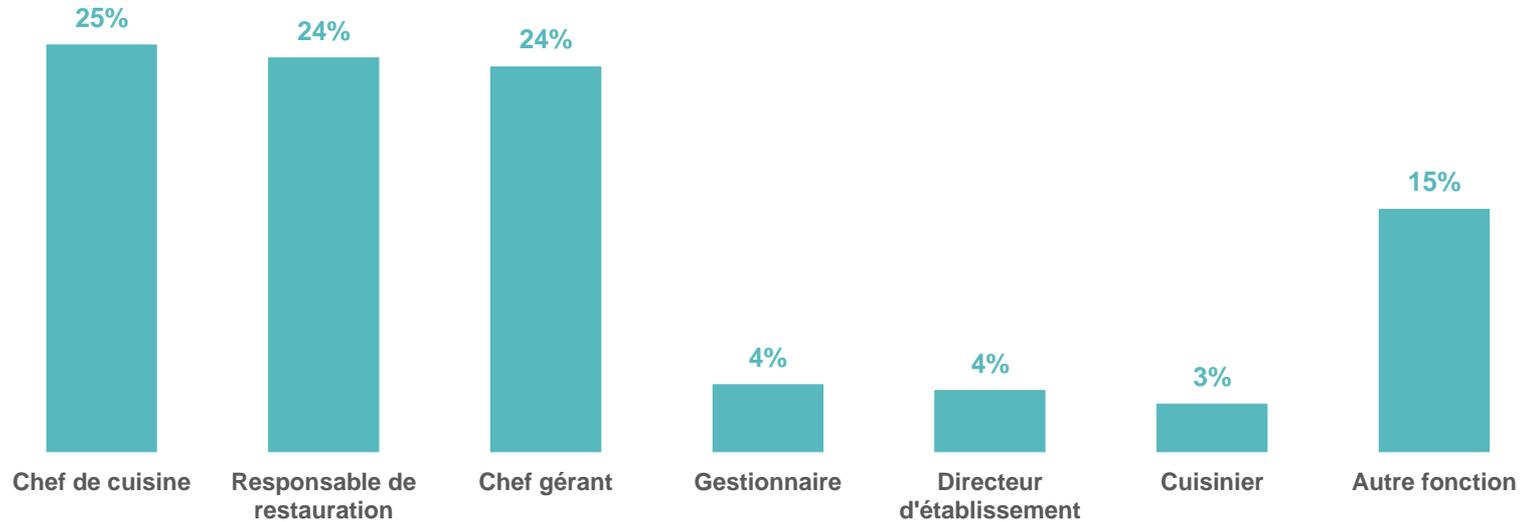


STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON

LA FONCTION

Lecture : 25% des répondants sont chefs de cuisine.

Base : Ensemble (n=1040)

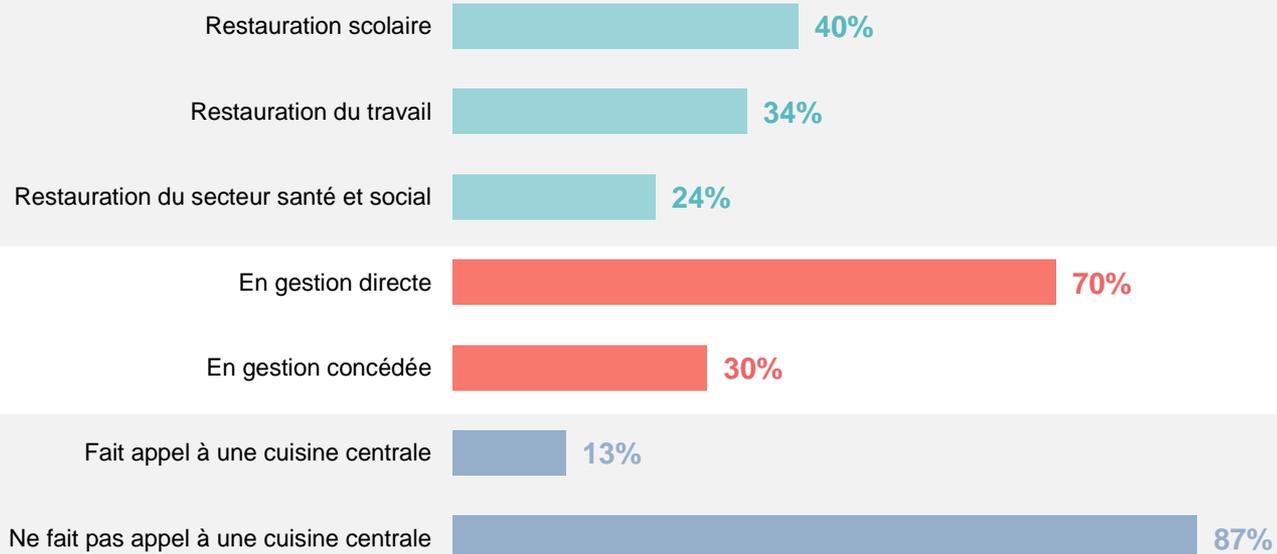


QF11. Quelle est votre fonction ?

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON: LA CATÉGORIE ET LE MODE DE GESTION

Lecture : 70% des établissements de l'échantillon sont en gestion directe.

Base : Ensemble (n=1040)



QF3. Votre restaurant collectif est-il :

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON: LES CIBLES SELON LE STATUT DE L'ÉTABLISSEMENT

Lecture : 55% des établissements du privé sont des restaurants du travail.

Base : Ensemble (n=1040)

	Ensemble	Statut de l'établissement	
		Privé	Public
Total brut	1040	332	708
<i>Catégorie de l'établissement</i>			
Restauration scolaire	40%	15%	66%
Restauration du travail	34%	55%	13%
Restauration du secteur santé et social	24%	29%	18%
Autres	2%	1%	3%
<i>Mode de gestion du restaurant</i>			
En gestion directe : il n'y a pas de prestataires extérieurs pour les repas	70%	51%	90%
En gestion concédée à une société de restauration ...	30%	49%	10%
<i>Appel à une cuisine centrale</i>			
Fait appel à une cuisine centrale	13%	8%	19%
Ne fait pas appel à une cuisine centrale	87%	92%	81%
<i>Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant</i>			
Entre 1 et 200 repas	35%	55%	15%
Entre 201 et 500 repas	28%	27%	29%
Plus de 500 repas	37%	19%	56%
<i>Coût matière des denrées au couvert</i>			
Moins de 2 euros	27%	18%	38%
De 2 à 3 euros	35%	28%	43%
Plus de 3 euros	29%	43%	13%
Ne veut pas répondre	5%	8%	3%
Nsp	3%	3%	2%

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON: LES CIBLES SELON LES TYPES DE RESTAURATION

Lecture : 83% des restaurations scolaires sont en gestion directe.

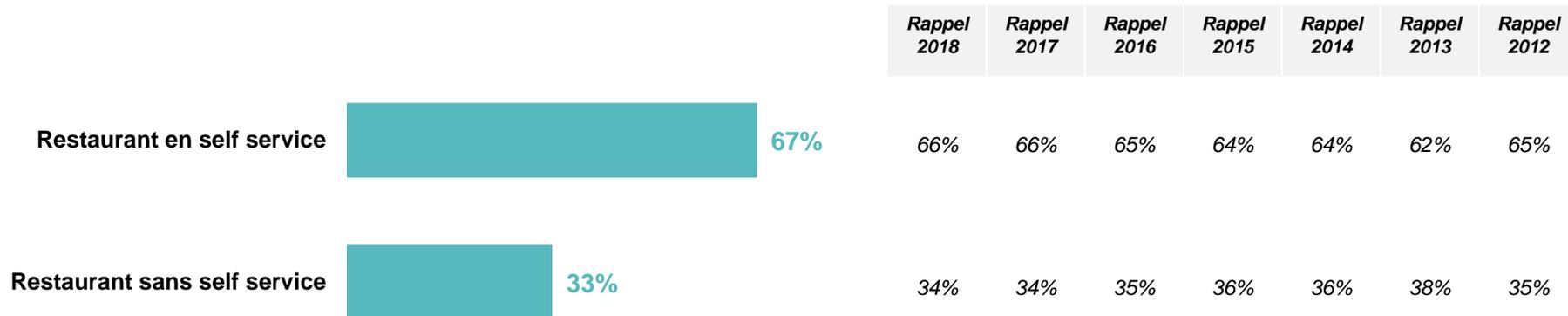
Base : Ensemble (n=1040)

	Ensemble	Catégorie de l'établissement		
		Restauration du travail	Restauration scolaire	Restauration du secteur santé et social
Total brut	1040	248	507	261
Statut de l'établissement				
Privé	51%	81%	20%	63%
Public	49%	19%	80%	37%
Mode de gestion du restaurant				
En gestion directe : il n'y a pas de prestataires extérieurs pour les repas	70%	57%	83%	68%
En gestion concédée à une société de restauration ...	30%	43%	17%	32%
Appel à une cuisine centrale				
Fait appel à une cuisine centrale	13%	8%	17%	15%
Ne fait pas appel à une cuisine centrale	87%	92%	83%	85%
Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant				
Entre 1 et 200 repas	35%	55%	12%	47%
Entre 201 et 500 repas	28%	25%	27%	34%
Plus de 500 repas	37%	20%	61%	19%
Coût matière des denrées au couvert				
Moins de 2 euros	27%	9%	51%	12%
De 2 à 3 euros	35%	29%	37%	43%
Plus de 3 euros	29%	54%	5%	34%
Ne veut pas répondre	5%	7%	4%	6%
Nsp	3%	1%	3%	5%

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON: RESTAURATION EN SELF SERVICE

Lecture : 67% des restaurants collectifs sont en self service.

Base : Ensemble (n=1040)



Aucune évolution significative

QF3c. S'agit-il d'un restaurant en self service ?

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON: LA PRÉPARATION DE LÉGUMES BRUTS

Lecture : 94% des restaurants collectifs du secteur privé préparent des légumes frais.

Base : Ensemble (n=1040)

		Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016
Ensemble (1040)	90%	92% ↗↗	86%	85%
Privé (332)	94% ++	95% ↗↗	83%	88%
Public (708)	86% --	89%	89% ↗	82%
Restauration du travail (248)	92%	95%	91%	86%
Restauration scolaire (507)	91%	91% ↗↗	82%	84%
Restauration santé / social (261)	87%	88%	87%	86%
En gestion directe (821)	88% - ↘	92%	90%	85%
En gestion concédée (219)	95% +	91% ↗↗	77%	85%
Appel à une cuisine centrale (154)	78% --	80%	90% ↗↗	69%
Pas d'appel à une cuisine centrale (886)	92% ++	94% ↗↗	85%	89%
1 à 200 repas par jour (283)	90%	93%	89%	89%
De 201 à 500 (289)	93%	92% ↗	85%	85%
Plus de 500 repas par jour (468)	88%	90%	84%	80%

QF10bis. Dans votre établissement, préparez-vous des légumes frais ?

GRILLE DE LECTURE DES RÉSULTATS 1/2

QU'EST CE QU'UNE DIFFÉRENCE SIGNIFICATIVE ?

Le hasard peut faire apparaître une évolution qui n'existe pas en réalité. Inversement, le hasard peut réduire une évolution qui existe réellement.

En statistiques, une évolution est dite statistiquement significative lorsqu'il est improbable qu'elle se **soit produite par hasard**. Habituellement, on utilise un **seuil de significativité de 95%** ce qui signifie que, si l'on reproduit la même étude un nombre infini de fois, il y a **95% de chances que cet écart soit constaté**. Un test statistique est donc appliqué afin de préciser les évolutions entre 2 mesures.

LES ÉCARTS SIGNIFICATIFS SONT INDIQUÉS COMME SUIT :

- ++ / +** *Ecart significatif supérieur à 99% / 95% par rapport à la base ensemble 2019 (chiffres en gras)*
- / -** *Ecart significatif inférieur à 99% / 95% par rapport à la base ensemble 2019 (chiffres soulignés)*
- ↗ / ↗** *Hausse significatif supérieur à 99% / 95% par rapport aux résultats de la vague précédente*
- ↘ / ↘** *Hausse significatif supérieur à 99% / 95% par rapport aux résultats de la vague précédente*

LES DIFFÉRENCES SELON LES 13 RÉGIONS FRANÇAISES :

Seules les principales différences positives par région sont indiquées dans le présent rapport

Afin d'alléger les slides et d'en faciliter la lecture, le nom des régions a été raccourci de cette manière :

Île-de-France = IdF

Bretagne = Bret

Centre-Val de Loire = CVdL

Nouvelle-Aquitaine = N-A

Bourgogne-Franche-Comté = BFC

Occitanie = Occ

Normandie = Norm

Auvergne-Rhône-Alpes = A-R-A

Hauts-de-France = HdF

Provence-Alpes-Côte d'Azur = PACA

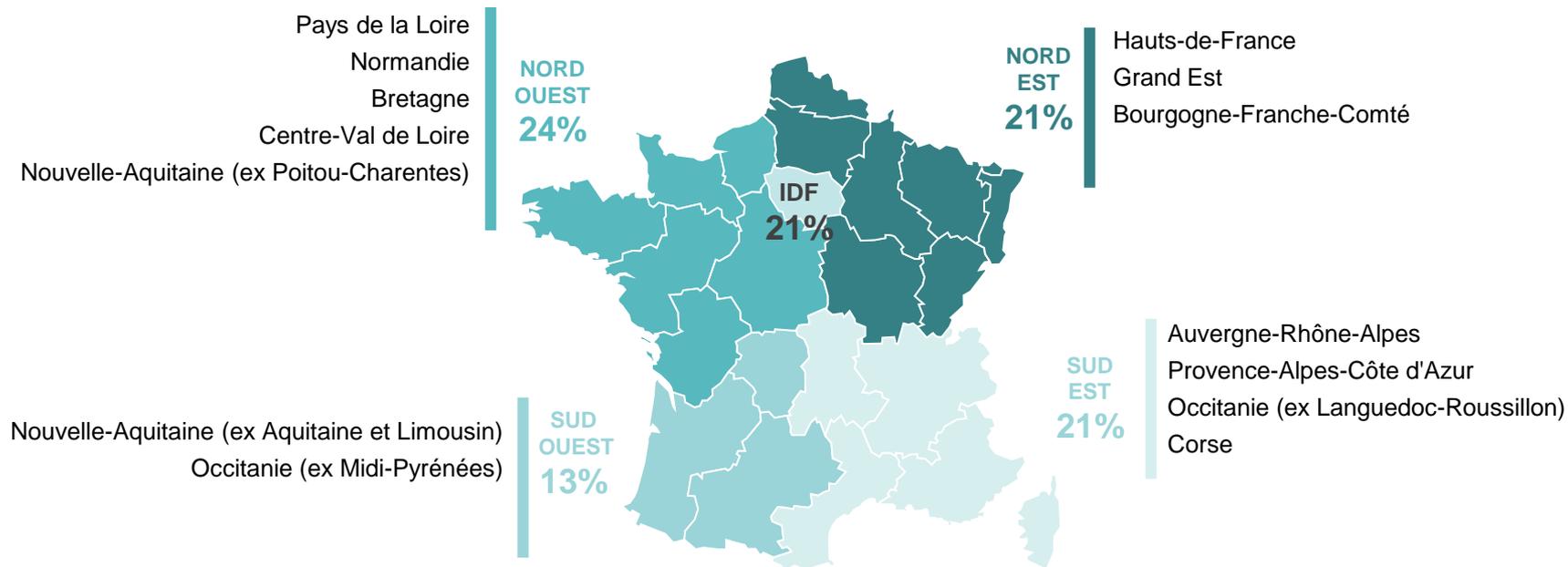
Grand Est = GE

Pays de la Loire - PdL

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

GRILLE DE LECTURE DES RÉSULTATS 2/2

COMPOSITION DES REGIONS UDA5





III



RÉSULTATS DÉTAILLÉS



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

65% des établissements de la restauration collective **introduisent des produits bio en 2019**, poursuivant la belle dynamique entamée l'an dernier (en tendance : + 4 pts vs. 2018, +8 pts vs. 2017).

Dans le même temps, les **produits en conversion** vers l'agriculture biologique continuent leur intégration dans les menus de la RC, proposés dans **36%** des établissements (une tendance à la hausse par rapport à 2018, +2%).

Enfin, les produits bio ET issus du commerce équitable sont présents dans **38%** des établissements.

Selon le profil des établissements :

- Le bio demeure davantage installé dans les établissements du **secteur public** (78% vs. 53% dans le secteur privé) et, cette année, la part d'établissement introduisant du bio continue sa progression (+7 pts. vs. 2018).
- **La restauration scolaire**, segment où le bio est le plus présent, 86% des établissements en achètent (contre 58% pour la restauration du travail et 38% pour la santé et du social) **continue de croître** (+ 7 pts. vs. 2018).

Dans le détail, les produits bio les plus souvent introduits en bio sont :

- Les **fruits frais** présents dans 9 établissements introduisant du bio sur 10. Une proportion qui augmente tendanciellement depuis 2017. Les **pommes** restent le fruit le proposé par le plus grand nombre d'établissements (84% des établissements).
- Les **légumes frais**, achetés par 82% des établissements et notamment les carottes (75%, en hausse vs. 2018 (69%))
- Les **produits laitiers** (76% d'établissements acheteurs)

Les prévisions sont positives avec 22% d'établissements qui projettent **d'introduire du bio** en 2020.



The background of the slide features a variety of fresh, organic produce. In the foreground, there are several bright orange carrots, some whole and some cut. A vibrant red tomato is visible on the right side. Fresh green basil leaves are scattered throughout, particularly in the lower right. In the bottom center, there is a small pile of walnuts. The overall composition is a close-up shot of these ingredients, emphasizing their freshness and natural quality.

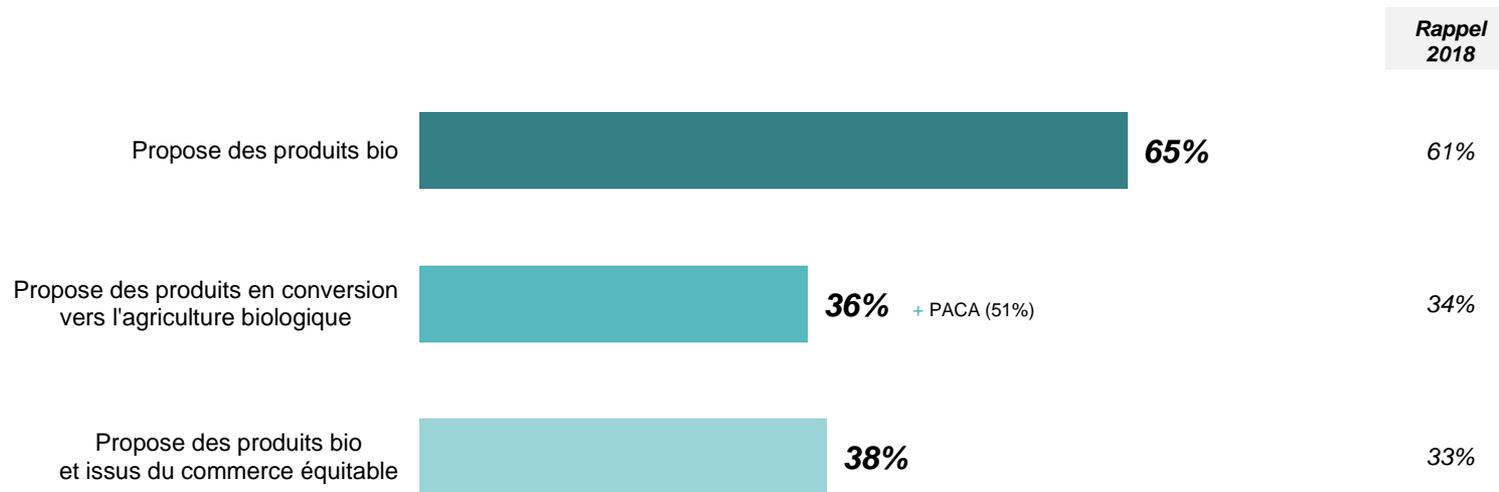
III.A

**LES PRODUITS BIOLOGIQUES EN
RESTAURATION COLLECTIVE**

L'INTRODUCTION DU BIO, DE PRODUITS EN CONVERSION ET DU COMMERCE ÉQUITABLE EN RESTAURATION COLLECTIVE

Lecture : en 2019, 65% des établissements proposent ne serait-ce que de temps en temps des produits bio dans leurs menus.

Base : Ensemble (n=1040)



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

* Q0bis. Proposez-vous des produits en conversion vers l'agriculture biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

* Q0ter. Proposez-vous des produits biologiques ET issus du commerce équitable ne serait-ce que de temps en temps ?

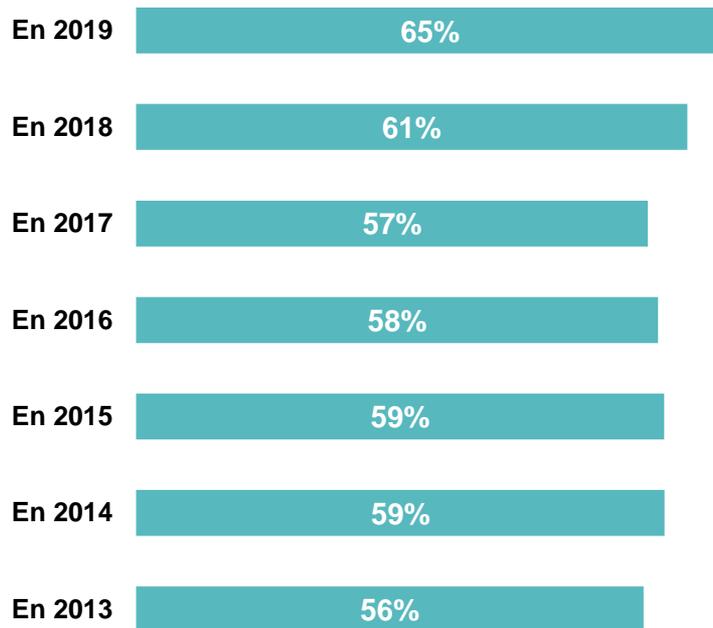
Aucune évolution significative

EVOLUTION DE L'INTRODUCTION DU BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE

Lecture : en 2019, 65% des établissements proposent des produits bio dans leurs menus. Ils étaient 56% en 2013.

Base : Ensemble (n=1040)

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



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

EVOLUTION DE L'INTRODUCTION DU BIO EN RC SELON LES CIBLES

Lecture : dans le secteur public, 78% des établissements proposent des produits bio, en hausse par rapport à l'an dernier (71%).

Base : Ensemble (n=1040)

		Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012	
Ensemble (1040)	65%	61%	57%	58%	59%	59%	56%	57% ↗ ↗	
Privé (332)	53% --	48% ↗ ↗	34%	41%	41%	44%	41%	44% ↗	
Public (708)	78% ++ ↗	71%	74%	71%	72%	70%	68%	67% ↗	
Entreprises privées : 54% -- Entreprises publiques : 64%	Restaurations du travail (248)	58% --	58%	47%	59%	62%	55%	50%	53%
	Restaurations scolaires (507)	86% ++ ↗ ↗	79%	79%	75%	74%	79%	73%	73% ↗
	Restaurations santé / social (261)	38% --	34%	30%	25%	26%	27%	30%	29%
	En gestion directe (821)	67%	63%	60%	60%	60%	59%	58%	61% ↗ ↗
	En gestion concédée (219)	60%	58%	47%	53%	55%	58%	52%	48%
	Appel à une cuisine centrale (154)	65%	67%	69%	78%	69%	-	-	-
	Pas d'appel à une cuisine centrale (886)	65%	60%	55%	53%	53%	-	-	-

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

EVOLUTION DE L'INTRODUCTION DU BIO EN RC SELON LE NOMBRE ET PRIX DES REPAS

Lecture : 83% des établissements servant plus de 500 repas par jour proposent des produits bio.

Base : Ensemble (n=1040)

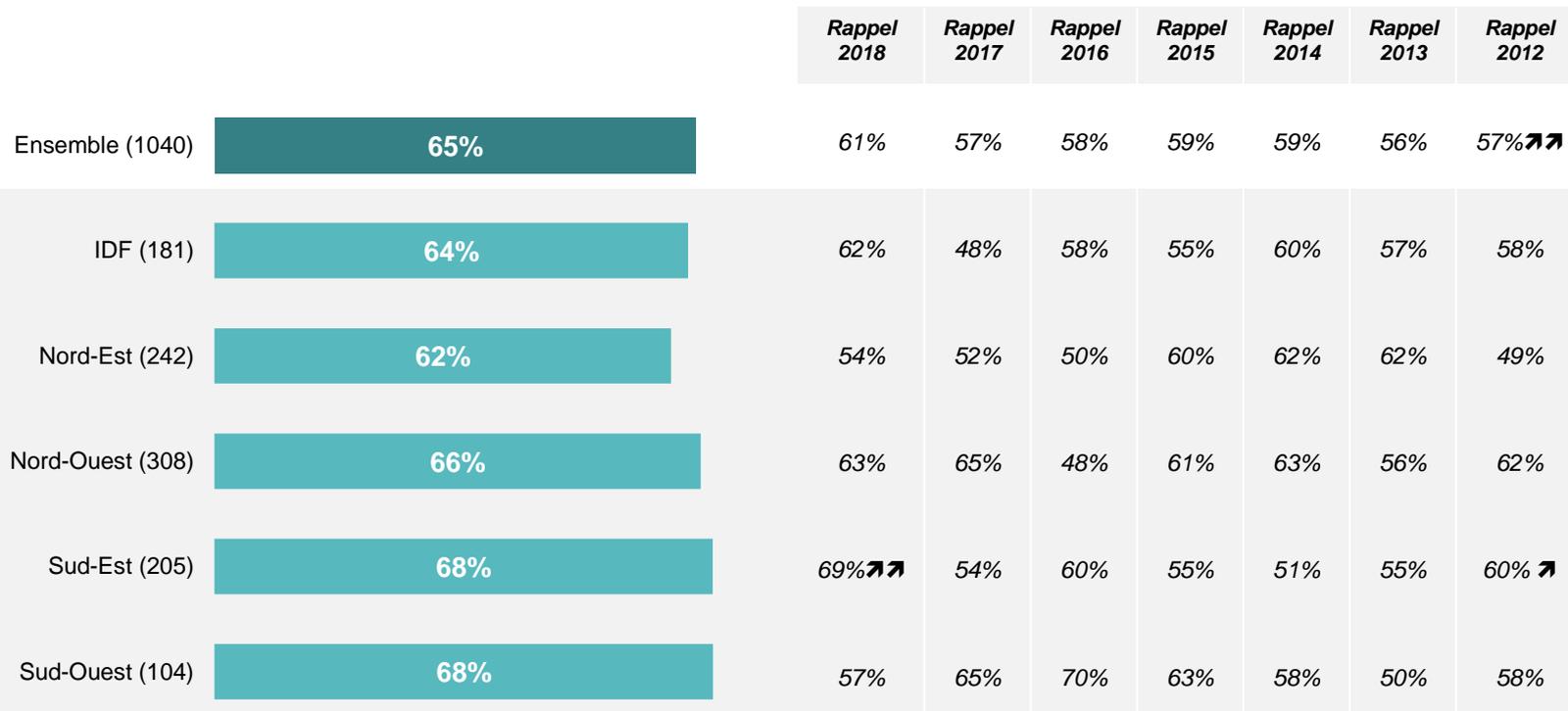
		Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
Ensemble (1040)	65%	61%	57%	58%	59%	59%	56%	57% ↗ ↗
1 à 200 repas par jour (283)	48% --	42%	36%	39%	42%	43%	43%	40%
De 201 à 500 repas par jour (289)	62%	66%	65%	60%	67%	64%	58%	58%
Plus de 500 repas par jour (468)	83% ++	79%	73%	79%	72%	72%	74%	75%
Moins de 2 euros (315)	80% ++ ↗ ↗	69%	65%	62%	63%	66%	62%	67%
De 2 à 3 euros (422)	62%	61%	64%	59%	58%	65%	55%	51% ↗
Plus de 3 euros (229)	56% --	57% ↗	43%	53%	53%	45%	50%	51%
Restaurant en self service (661)	72% ++	67%	61%	62%	65%	65%	62%	62%
Restaurant sans self service (379)	53% --	51%	49%	51%	48%	48%	48%	48%

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

EVOLUTION DE L'INTRODUCTION DU BIO EN RC SELON LES RÉGIONS

Lecture : 64% des établissements d'Ile-de-France proposent des produits bio.

Base : Ensemble (n=1040)

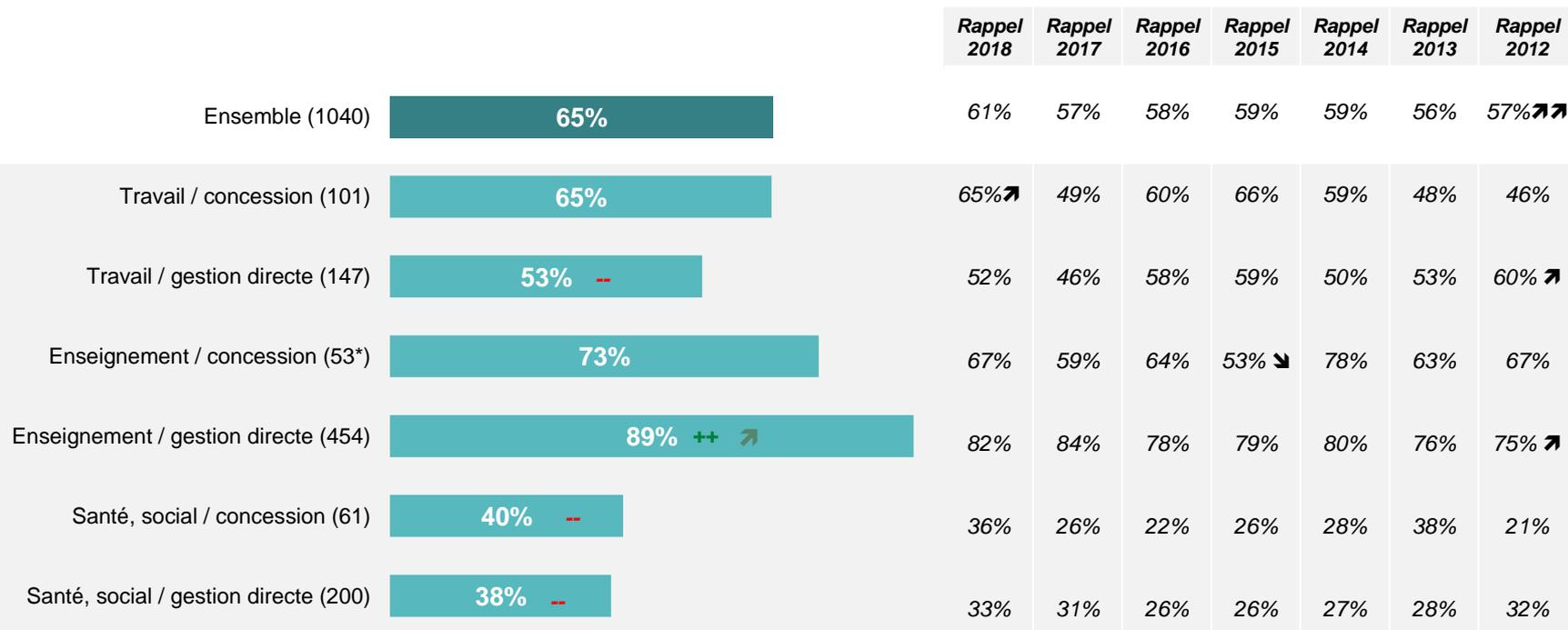


Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

EVOLUTION DE L'INTRODUCTION DU BIO EN RC SELON LE MODE DE GESTION

Lecture : 89% des établissements d'enseignement en gestion directe proposent du bio dans leur menu, en hausse par rapport à l'an dernier (82%).

Base : Ensemble (n=1040)



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

STRUCTURE DES ÉTABLISSEMENTS SELON LEUR NATURE

Lecture : 53% des établissements proposant du bio sont dans le secteur de l'enseignement.

Base : Ensemble (n=1040)

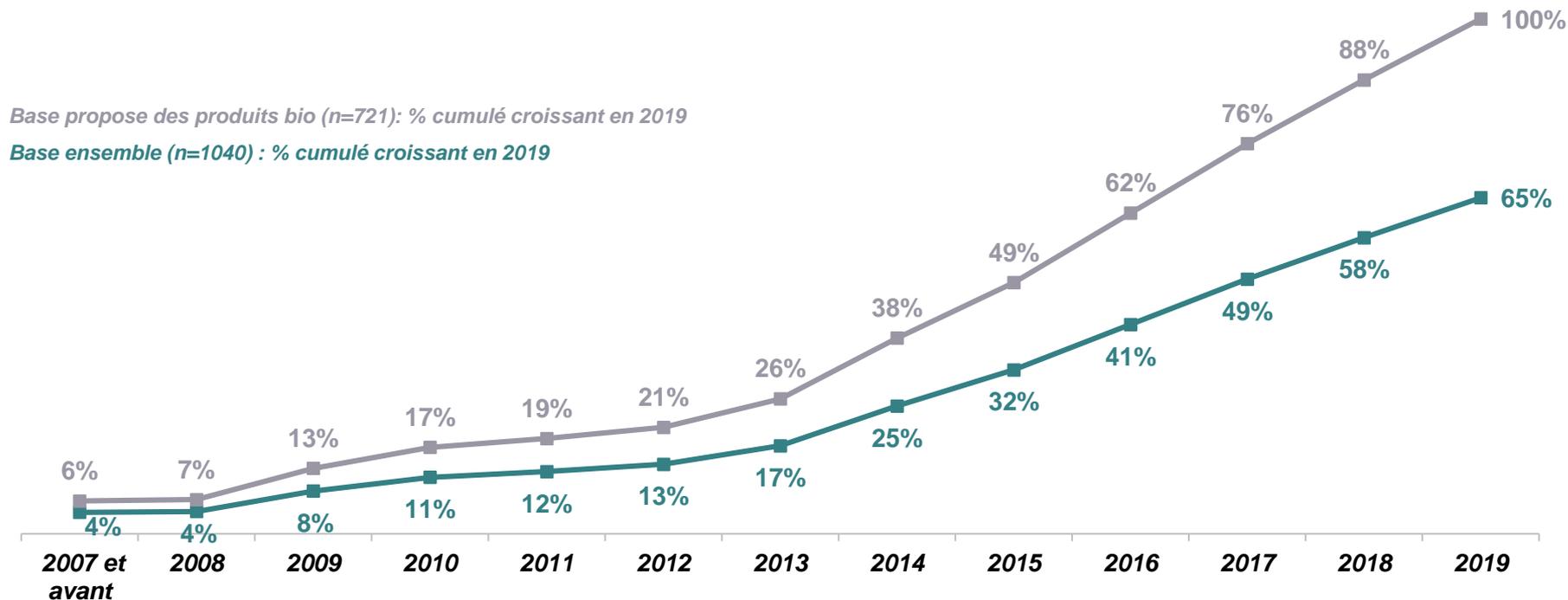
	Ensemble	Introduction du bio	
		Propose des produits bio	Ne propose pas de produits bio
Total brut	1040	721	319
Restauration du travail	32%	28%	39%
* Entreprises privées	22%	18%	30%
* Entreprises publiques	7%	6%	7%
* Administrations publiques	2%	3%	1%
* Restaurants municipaux	1%	1%	1%
Restauration scolaire	40%	53%	16%
* Etablissements publics (Crèches)	2%	3%	0%
* Ecoles primaires publiques	11%	16%	3%
* Lycées et collèges publics	19%	25%	7%
* Groupes scolaires privés	6%	7%	5%
* Ecoles agricoles	0%	0%	-
* Universités	1%	2%	-
* Ecoles supérieures	0%	0%	1%
Restauration du secteur santé et social	24%	14%	42%
* Hôpitaux publics	5%	3%	8%
* Cliniques privées	3%	1%	5%
* Etablissements 3ème âge	15%	9%	27%
* Etablissements sociaux	1%	0%	2%
Restauration auprès de diverses collectivités	2%	2%	3%
* Prisons	1%	1%	1%
* Autres diverses collectivités	1%	1%	1%
AUTRES	2%	2%	1%

LE MARCHÉ DES PRODUITS BIO

L'ANNÉE D'INTRODUCTION DU BIO

Lecture : parmi les établissements proposant actuellement des produits bio, seuls 6% avaient introduit du bio en 2007 ou avant.

Seuls 4% des établissements de restauration collective proposaient des produits bio en 2008.



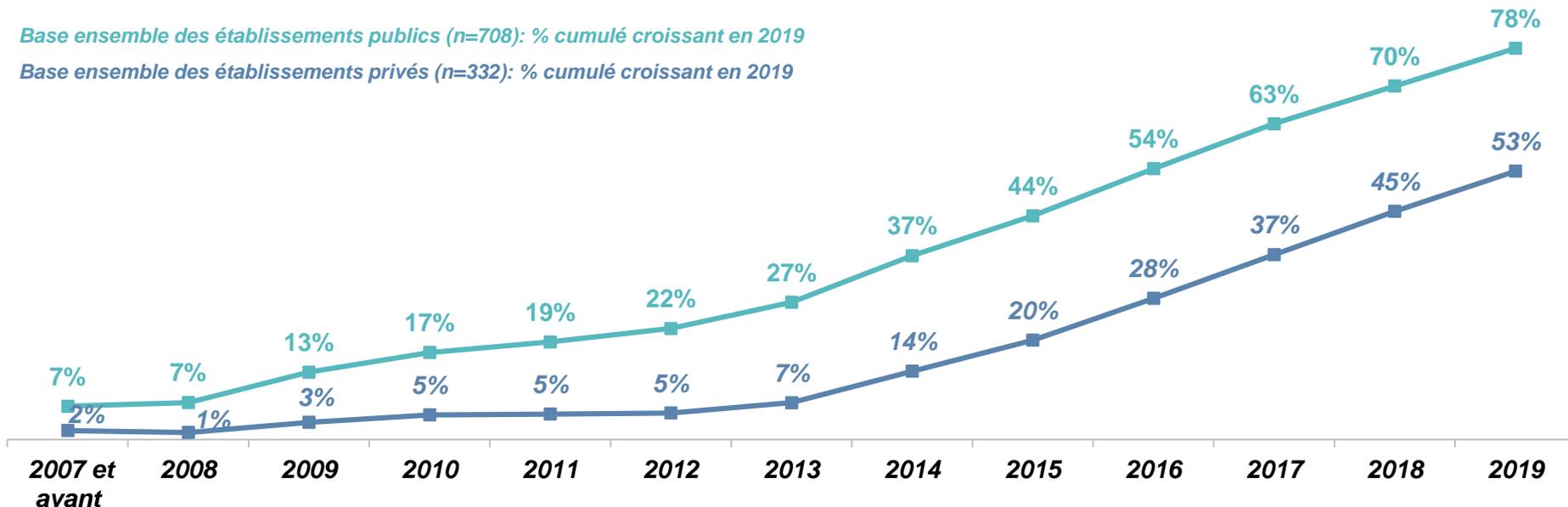
Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

L'ANNÉE D'INTRODUCTION DU BIO FOCUS PRIVÉ / PUBLIC

Lecture : 17% des établissements publics introduisaient déjà du bio en 2010 alors qu'ils n'étaient que 5% dans ce cas dans le privé.

Base ensemble des établissements publics (n=708): % cumulé croissant en 2019

Base ensemble des établissements privés (n=332): % cumulé croissant en 2019



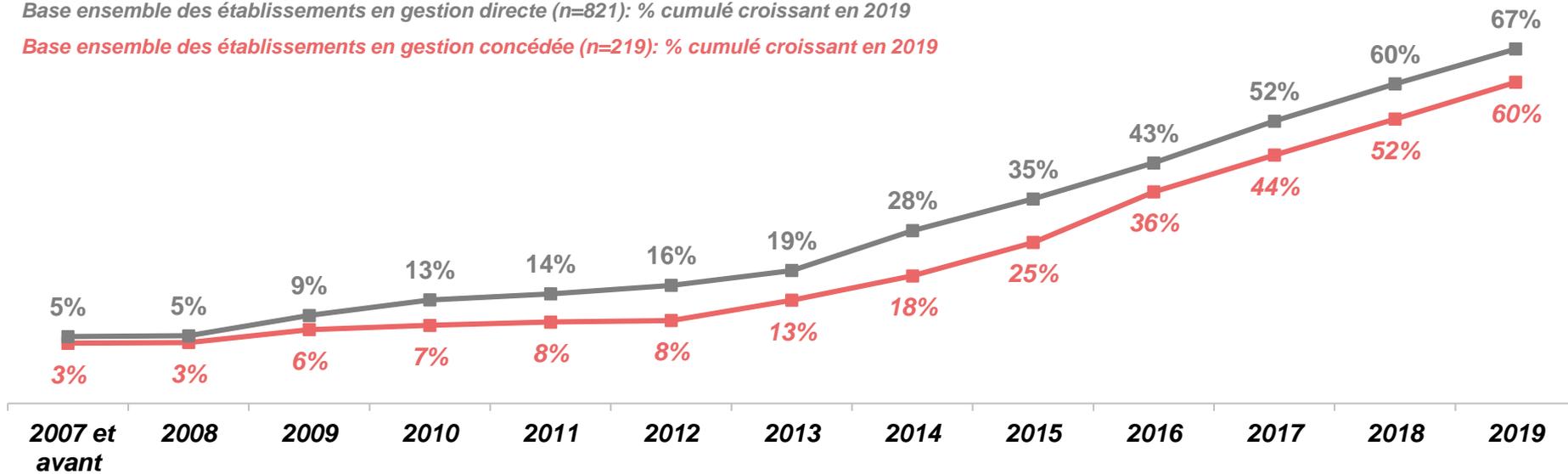
Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

L'ANNÉE D'INTRODUCTION DU BIO FOCUS GESTION DIRECTE/CONCÉDÉE

Lecture : 16% des établissements en gestion directe introduisaient déjà des produits bio en 2012 ou avant. C'était deux fois plus que les établissements en gestion concédée.

Base ensemble des établissements en gestion directe (n=821): % cumulé croissant en 2019

Base ensemble des établissements en gestion concédée (n=219): % cumulé croissant en 2019

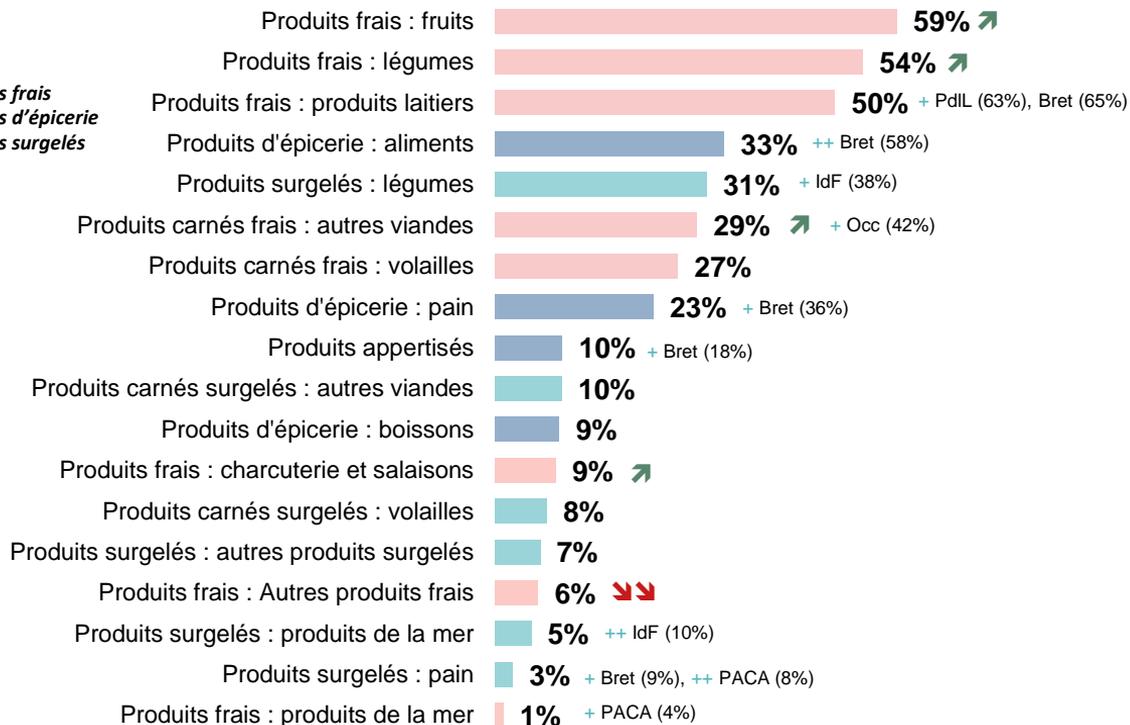


Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

PÉNÉTRATION DU BIO PAR FAMILLE

Lecture : 59% des établissements de restauration collective achètent des fruits frais bio.

Base : Ensemble (n=1040)



Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
53%↗	46%	50%	51%	50%	49%	49%↗
48%↗	41%	45%	44%	44%	44%	44%↗↗
49%	48%	46%	44%	46%	45%	47%↗↗
33%	30%	34%↗	27%	31%	27%	31%↗
27%	22%	25%	21%	23%	23%	23%↗
25%↗	18%	23%	19%	22%	21%	24%↗↗
26%↗	20%	23%	20%	23%	20%	25%↗
20%	17%	22%	19%	17%	16%	18%
-	-	-	-	-	-	-
8%	6%	9%	7%	10%	8%	12%
9%	10%	7%	7%	6%	7%	10%↗
6%	4%	7%	7%	6%	7%	9%
8%	6%	8%	7%	9%	9%	10%
4%	3%	4%	4%	4%	4%	6%↗
10%↗↗	4%	5%	6%	6%	7%	7%
5%	4%	6%	-	-	-	-
2%↘	1%↘	3%	2%	2%	3%	4%
2%	1%	1%	-	-	-	-

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

PÉNÉTRATION DU BIO PAR FAMILLE SELON LES CIBLES

Lecture : 70% des établissements publics achètent des fruits frais bio.

* Nouvel item 2019

Base : Ensemble (n=1040)

	2019	Statut		Catégorie			Mode de gestion		Cuisine centrale	
		Privé	Public	Restauration du travail	Restauration scolaire	Restauration santé et social	En gestion directe	En gestion concédée	Avec cuisine centrale	Sans cuisine centrale
Total brut	1040	332	708	248	507	261	821	219	154	886
Produits frais : fruits	59%	47%	70%	52%	80%	32%	61%	54%	59%	59%
Produits frais : légumes	54%	45%	63%	49%	74%	27%	54%	53%	53%	54%
Produits frais : produits laitiers	50%	33%	67%	41%	74%	18%	55%	37%	54%	49%
Produits d'épicerie : aliments	33%	19%	49%	22%	56%	11%	37%	24%	43%	32%
Produits surgelés : légumes	31%	18%	45%	21%	50%	11%	34%	24%	41%	29%
Produits carnés frais : autres viandes	29%	21%	39%	24%	44%	12%	33%	22%	27%	30%
Produits carnés frais : volailles	27%	19%	35%	21%	37%	16%	29%	20%	26%	27%
Produits d'épicerie : pain	23%	11%	36%	13%	43%	4%	28%	11%	25%	23%
Produits appertisés *	10%	4%	16%	3%	20%	1%	12%	4%	19%	8%
Produits carnés surgelés : autres viandes	10%	7%	13%	6%	16%	4%	11%	7%	18%	9%
Produits d'épicerie : boissons	9%	6%	13%	7%	16%	3%	11%	5%	10%	9%
Produits frais : charcuterie et salaisons	9%	6%	12%	5%	16%	3%	10%	7%	12%	8%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	7%	9%	6%	10%	4%	7%	9%	10%	7%
Produits surgelés : autres produits surgelés	7%	4%	10%	4%	11%	2%	7%	6%	11%	6%
Produits frais : autres produits frais	6%	3%	9%	5%	9%	2%	8%	4%	7%	6%
Produits surgelés : produits de la mer	5%	3%	8%	2%	9%	3%	7%	1%	4%	6%
Produits surgelés : pain	3%	3%	2%	3%	4%	1%	2%	3%	0%	3%
Produits frais : produits de la mer	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	-	1%
Aucun	35%	48%	22%	42%	14%	62%	33%	40%	35%	35%

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

PÉNÉTRATION DU BIO PAR FAMILLE SELON LE NOMBRE ET PRIX DES REPAS

Lecture : 53% des établissements servant moins de 200 repas par jour n'achètent aucun produit bio.

Base : Ensemble (n=1040)

	2019	Nombre moyen de repas servis par jour			Coût matière des denrées au couvert		
		1 à 200 repas par jour	De 201 à 500 repas par jour	Plus de 500 repas par jour	Moins de 2 €	De 2 à 3 €	Plus de 3 €
Total brut	1040	283	289	468	315	422	229
Produits frais	59%	42%	59%	75%	72%	54%	50%
Produits frais : fruits	59%	42%	59%	75%	72%	54%	50%
Produits frais : légumes	54%	38%	53%	69%	67%	49%	45%
Produits frais : produits laitiers	50%	30%	45%	72%	64%	51%	37%
Produits d'épicerie : aliments	33%	14%	33%	53%	52%	32%	20%
Produits surgelés : légumes	31%	18%	25%	48%	42%	31%	22%
Produits carnés frais : autres viandes	29%	14%	30%	44%	36%	32%	20%
Produits carnés frais : volailles	27%	17%	26%	37%	29%	29%	22%
Produits d'épicerie : pain	23%	10%	17%	41%	36%	24%	12%
Produits appertisés	10%	1%	7%	20%	17%	11%	3%
Produits carnés surgelés : autres viandes	10%	6%	6%	16%	14%	10%	5%
Produits d'épicerie : boissons	9%	5%	8%	15%	12%	10%	6%
Produits frais : charcuterie et salaisons	9%	6%	7%	13%	14%	11%	4%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	5%	6%	11%	7%	9%	3%
Produits surgelés : autres produits surgelés	7%	4%	6%	10%	9%	7%	4%
Produits frais : autres produits frais	6%	5%	6%	9%	7%	8%	5%
Produits surgelés : produits de la mer	5%	3%	4%	9%	7%	6%	3%
Produits surgelés : pain	3%	3%	1%	3%	3%	2%	3%
Produits frais : produits de la mer	1%	1%	2%	1%	1%	2%	2%
Aucun	35%	53%	38%	17%	21%	39%	44%

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

PÉNÉTRATION DU BIO PAR FAMILLE SELON LA ZONE GÉOGRAPHIQUE

Lecture : 60% des établissements d'Ile-de-France achètent des fruits frais biologiques

Base : Ensemble (n=1040)

■ Produits frais
■ Produits d'épicerie
■ Produits surgelés

	2019	Zone Géographique				
		IDF	NORD-EST	NORD-OUEST	SUD-EST	SUD-OUEST
Total brut	1040	181	242	308	205	104
Produits frais : fruits	59%	60%	55%	60%	59%	58%
Produits frais : légumes	54%	56%	56%	53%	52%	50%
Produits frais : produits laitiers	50%	50%	51%	53%	47%	45%
Produits d'épicerie : aliments	33%	30%	35%	40%	32%	26%
Produits surgelés : légumes	31%	38%	28%	28%	35%	23%
Produits carnés frais : autres viandes	29%	30%	29%	25%	30%	35%
Produits carnés frais : volailles	27%	31%	<u>20%</u>	25%	30%	27%
Produits d'épicerie : pain	23%	24%	18%	29%	20%	24%
Produits appertisés	10%	12%	8%	10%	10%	9%
Produits carnés surgelés : autres viandes	10%	12%	9%	<u>6%</u>	10%	15%
Produits d'épicerie : boissons	9%	9%	10%	9%	10%	8%
Produits frais : charcuterie et salaisons	9%	6%	9%	8%	11%	12%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	8%	9%	5%	7%	10%
Produits surgelés : autres produits surgelés	7%	8%	7%	6%	5%	9%
Produits frais : autres produits frais	6%	5%	6%	7%	7%	6%
Produits surgelés : produits de la mer	5%	10%	<u>2%</u>	<u>1%</u>	8%	7%
Produits surgelés : pain	3%	3%	2%	3%	3%	2%
Produits frais : produits de la mer	1%	1%	2%	1%	2%	-
Aucun	35%	37%	38%	34%	34%	32%

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

PÉNÉTRATION DU BIO PAR FAMILLE SELON L'ANNÉE D'INTRODUCTION

Lecture : 89% des établissements ayant introduit les produits bio entre 2012 et 2016 achètent des fruits frais bio.

Base : Ensemble (n=1040)

	2019	Depuis quand proposez-vous des produits biologiques dans vos menus ?				
		2008 et avant	2009-2011	2012-2016	2017	2018-2019
Total brut	1040	57*	104	315	92	117
Produits frais : fruits	59%	100%	88%	89%	87%	91%
Produits frais : légumes	54%	86%	90%	83%	81%	76%
Produits frais : produits laitiers	50%	80%	94%	76%	78%	66%
Produits d'épicerie : aliments	33%	56%	72%	49%	43%	51%
Produits surgelés : légumes	31%	61%	50%	45%	53%	41%
Produits carnés frais : autres viandes	29%	71%	57%	43%	43%	36%
Produits carnés frais : volailles	27%	54%	44%	40%	40%	36%
Produits d'épicerie : pain	23%	39%	52%	36%	35%	22%
Produits appertisés	10%	29%	20%	15%	9%	13%
Produits carnés surgelés : autres viandes	10%	22%	17%	16%	20%	7%
Produits d'épicerie : boissons	9%	12%	14%	16%	12%	15%
Produits frais : charcuterie et salaisons	9%	30%	16%	11%	15%	12%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	24%	13%	11%	11%	9%
Produits surgelés : autres produits surgelés	7%	8%	20%	10%	11%	6%
Produits frais : autres produits frais	6%	14%	6%	11%	14%	5%
Produits surgelés : produits de la mer	5%	11%	15%	7%	11%	4%
Produits surgelés : pain	3%	1%	8%	3%	3%	5%
Produits frais : produits de la mer	1%	3%	3%	1%	1%	3%
Aucun	35%	-	-	-	3%	1%

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

A close-up photograph of a person's hands holding a rustic, light-brown ceramic bowl filled with fresh, ripe red cherry tomatoes. One hand is wearing a white, textured gardening glove with a blue polka-dot pattern. The background is a soft-focus green field. The text 'III.B' is centered over the bowl, with a horizontal line underneath it.

III.B

**FOCUS SUR L'ACHAT DE PRODUITS
BIOLOGIQUES PARMIS LES ACHETEURS
BIO**

FOCUS SUR LES ACHETEURS DE PRODUITS BIO

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



L'introduction des produits bio dans les menus des établissements de la restauration collective reste le plus souvent **impulsée par la direction** (dans 6 cas sur 10). Il arrive aussi que ce mouvement soit initié par l'équipe en cuisine (dans 46% des cantines), les fournisseurs (44%) et, dans le cas de restauration scolaire, par les parents d'élèves (44%)

Les produits bio proposés sont majoritairement issus de **filières françaises**. Néanmoins, cette part est légèrement en recul par rapport à 2018 (72% vs. 76% en 2018) au profit de produits originaires de l'Union européenne.

Les produits les plus proposés en bio en restauration collective restent les **produits frais**, notamment :

- Les **fruits** (90% des établissements introduisant du bio en proposent, proportion en hausse tendancielle vs. 2018), les pommes restant un incontournable (84%).
- Les **légumes** (82%, stable) et notamment les carottes (69%, en hausse cette année, + 6 pts)
- Les **produits laitiers** (76%). Ce sont notamment les yaourts qui sont proposés en bio (73% d'acheteurs).

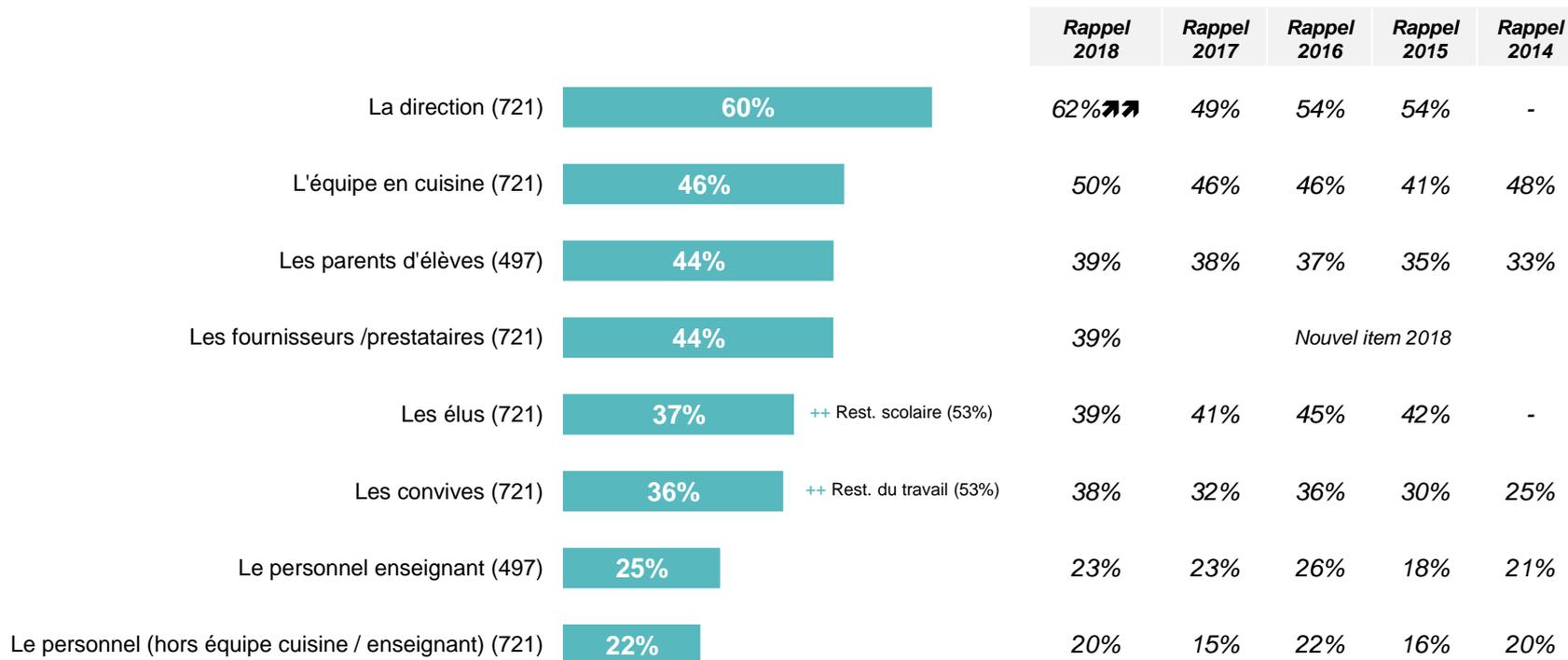
Les produits bio d'épicerie de type **aliments** sont toujours proposés à la moitié des établissements de restauration collective (51%), notamment les pâtes et le riz. Enfin, les produits appertisés le sont par 15% des établissements.



LES FACTEURS D'INTRODUCTION DES PRODUITS BIOLOGIQUES

Lecture : dans 60% des établissements de restauration collective achetant du bio, l'introduction des produits biologiques a été impulsée par la direction.

Base : Propose des produits bio (n=721)



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

L'ORIGINE DES PRODUITS BIO

Lecture : Dans les RC introduisant du bio, 72% des produits bio achetés sont d'origine française. Un score en recul par rapport à l'an dernier (76%).

Base : Propose des produits bio (n=721)

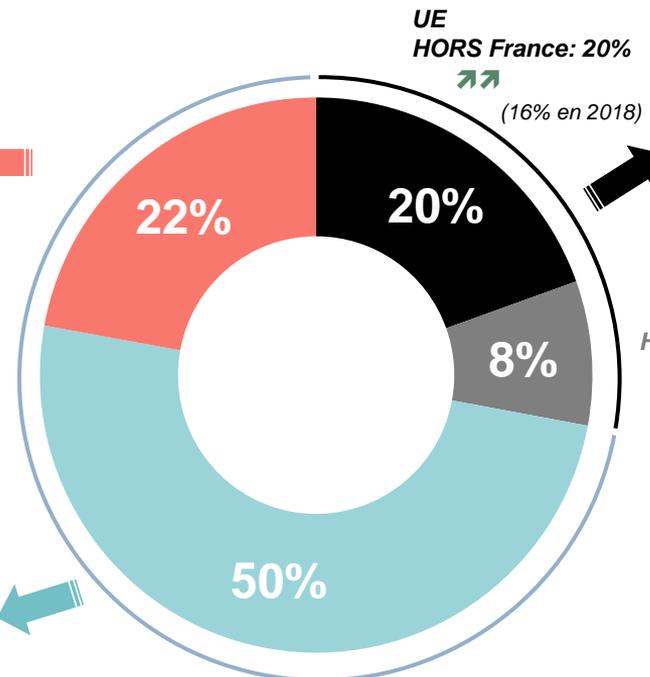
ORIGINE FRANCE NON RÉGIONALE : 22%

Rappel 2018	28%	↗↗
Rappel 2017	19%	
Rappel 2016	27%	
Rappel 2015	33%	
Rappel 2014	32%	
Rappel 2013	29%	
Rappel 2012	27%	
Public (n=548)	24%	
Privé (n=173)	20%	

ORIGINE RÉGIONALE: 50%

Rappel 2018	48%	↘↘
Rappel 2017	59%	
Rappel 2016	52%	
Rappel 2015	47%	
Rappel 2014	51%	
Rappel 2013	57%	
Rappel 2012	56%	
Public (n=476)	50%	
Privé (n=151)	49%	

IDF : 43% -
 Nord-Est : 45%
 Nord-Ouest : 56% +
 Sud-Est : 49%
 Sud-Ouest : 59%



ST ORIGINE HORS FRANCE : 28%

Rappel 2018	24%
Rappel 2017	22%
Rappel 2016	22%
Rappel 2015	20%
Rappel 2014	17%
Rappel 2013	14%
Rappel 2012	16%
Public (n=548)	25%
Privé (n=173)	30%

ST ORIGINE FRANCE : 72%

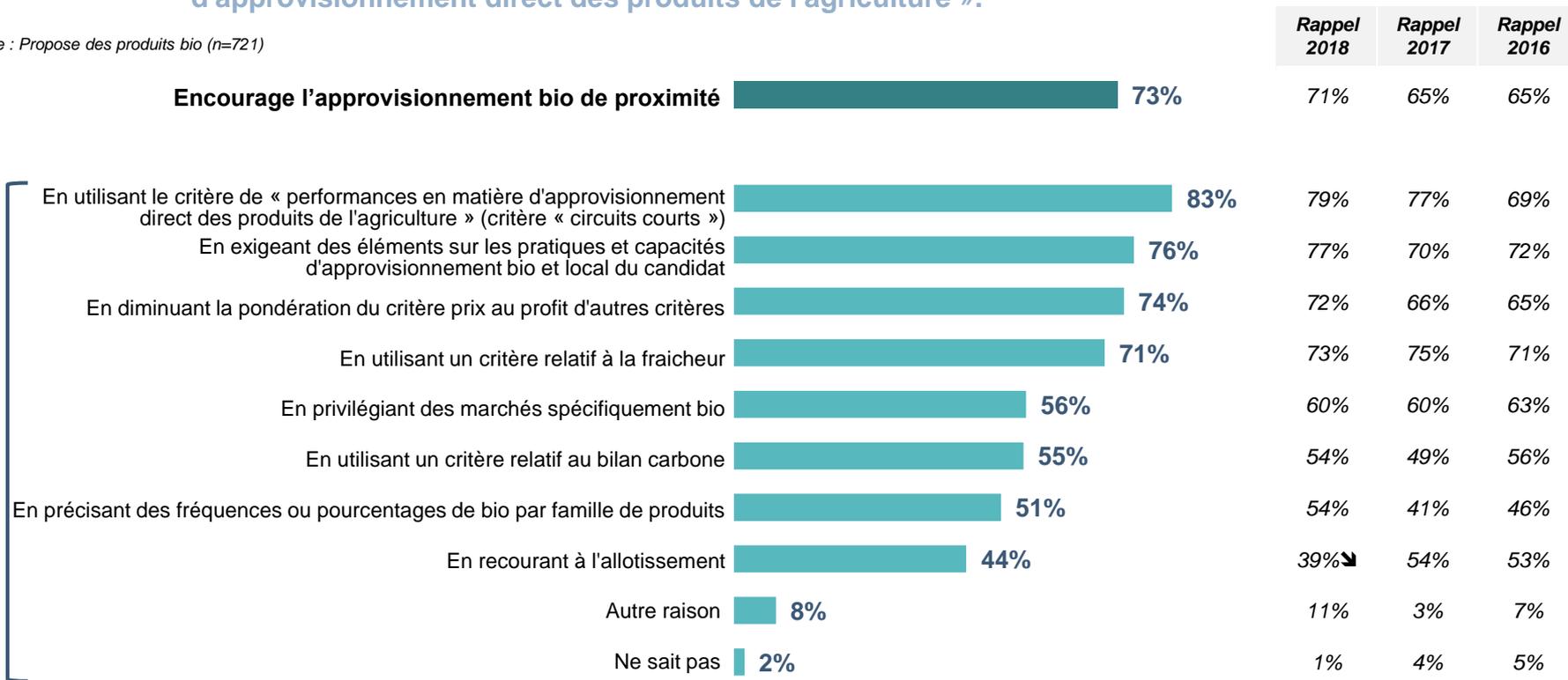
Rappel 2018	76%
Rappel 2017	78%
Rappel 2016	78%
Rappel 2015	80%
Rappel 2014	83%
Rappel 2013	85%
Rappel 2012	83%
Public (n=548)	74%
Privé (n=173)	69%

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

APPROVISIONNEMENT BIO DE PROXIMITE

Lecture : 73% des établissements de RC introduisant du bio encouragent l'approvisionnement bio de proximité et 83% d'entre eux le font en utilisant le critère de « performances en matière d'approvisionnement direct des produits de l'agriculture ».

Base : Propose des produits bio (n=721)



Q2D1. Dans vos appels d'offre (marché de denrée), encouragez-vous l'approvisionnement bio de proximité ?
 Q2D1bis. Si oui, de quelle(s) manière(s) ?

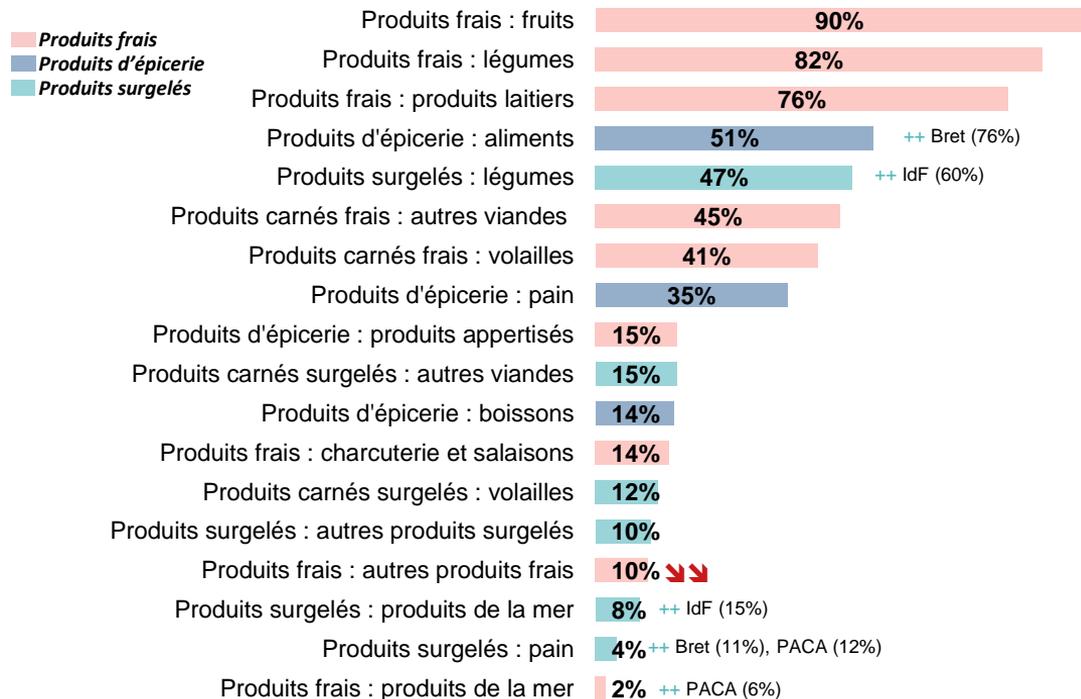
Pas d'évolution significative Vs. 2018

LES ACHETEURS DE PRODUITS BIO PAR FAMILLE

Lecture : 90% des établissements proposant du bio achètent des fruits frais bio.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée: 65% des RC proposant des produits bio



Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
86%	82%	86%	88%	85%	87%	87%
79%↗	72%	77%	75%	75%	78%	77%
80%	84%	79%	75%	78%	80%	82%
53%	52%	58%↗↗	45%	52%	49%	54%
44%	39%	43%	37%	39%	42%	41%
40%↗	32%	40%	32%	38%	37%	43%
42%↗	34%	39%	33%	39%	36%	44%
33%	29%	38%	32%	29%	28%	32%
-	-	-	-	-	-	-
14%	11%	16%	12%	17%	14%	21%
15%	17%	12%	11%	10%	12%	18%
10%	8%	11%	12%	11%	12%	17%
14%	11%	13%	11%	16%	15%	18%
7%	6%	6%	7%	6%	8%	11%
17%↗↗	8%	8%	11%	10%	13%	13%
9%	7%	11%	-	-	-	-
4%	2%	6%	3%	4%	5%	7%
3%	2%	1%	-	-	-	-

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

Nombre moyen de familles de produits bio proposés: 5,6

(contre 5,5↗ en 2018, 4,9 en 2017, 5,4↗ en 2016, 4,8 en 2015, 5,1 en 2014, 5,1 en 2013, 5,6 en 2012)

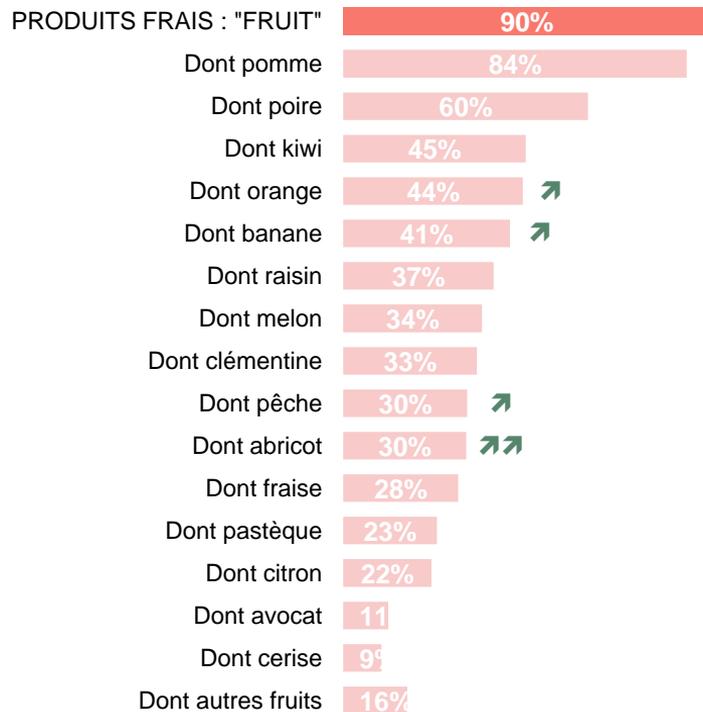
DÉTAILS DES PRODUITS PAR FAMILLE

PRODUITS FRAIS: FRUITS

Lecture : 84% des établissements proposant du bio achètent des pommes bio.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio



	Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
PRODUITS FRAIS : "FRUIT"	86%	82%	86%	88%	85%	87%	87%
Dont pomme	80%	77%	81%	83%	81%	79%	81%
Dont poire	54%	46%↓	61%	54%	55%	49%	56%
Dont kiwi	42%	49%	52%↗	41%	37%	44%	46%
Dont orange	37%	44%	41%	44%	41%	40%	43%
Dont banane	35%	37%	39%↗	29%	35%	33%	33%
Dont raisin	33%	26%	31%	29%	29%	30%	30%
Dont melon	30%	24%	20%	23%	20%	19%	21%
Dont clémentine	30%	29%	35%	28%	35%	30%	32%
Dont pêche	25%	21%	26%	25%	21%	22%	22%
Dont abricot	23%	21%	-	-	-	-	-
Dont fraise	28%	26%	-	-	-	-	-
Dont pastèque	21%	16%	14%	14%	12%	14%	13%
Dont citron	18%	17%	20%	16%	10%	10%	10%
Dont avocat	11%	9%	13%	10%	9%↓	16%	10%
Dont cerise	10%	9%	-	-	-	-	-
Dont autres fruits	15%	13%↓	20%	20%	21%	18%	17%

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

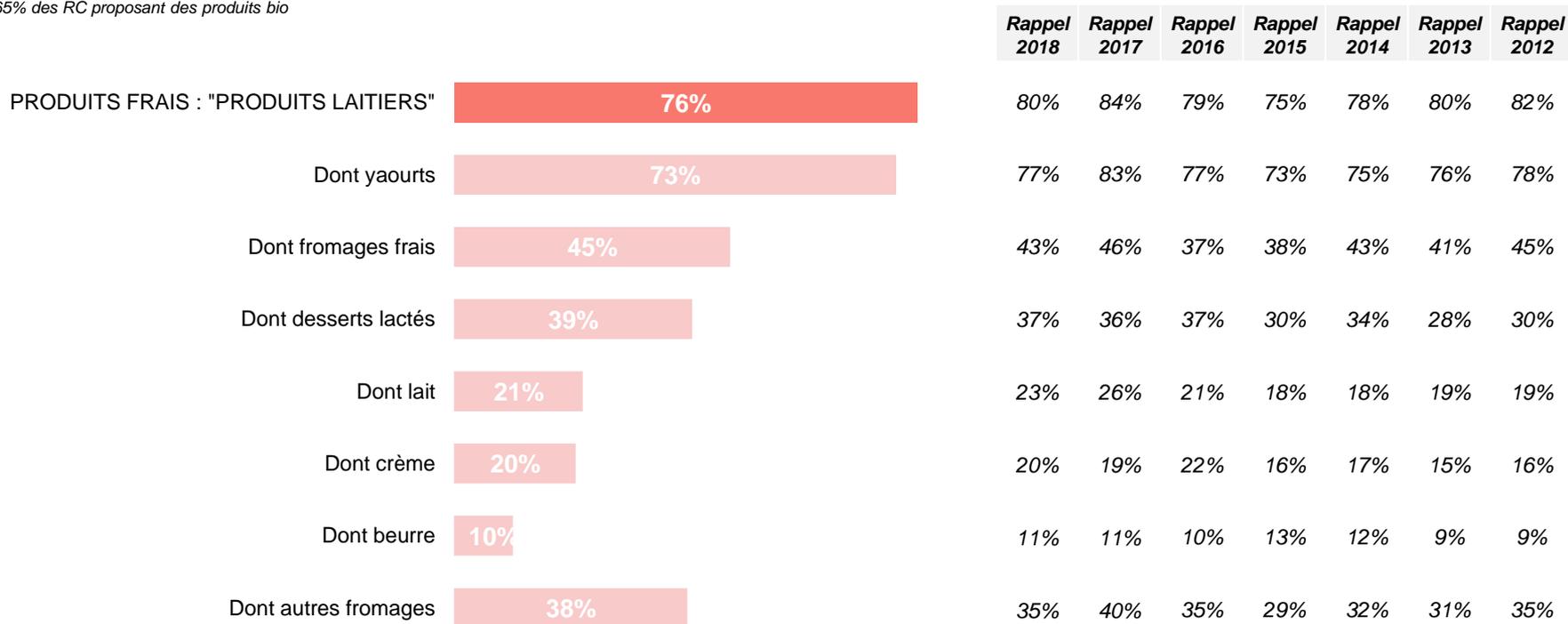
DÉTAILS DES PRODUITS PAR FAMILLE

PRODUITS FRAIS: PRODUITS LAITIERS

Lecture : 73% des établissements proposant du bio achètent des yaourts bio.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio



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

DÉTAILS DES PRODUITS PAR FAMILLE

PRODUITS FRAIS: LÉGUMES

Lecture : 75% des établissements proposant du bio achètent des carottes bio, en hausse par rapport à l'an dernier (69%).

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio

	Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012	
PRODUITS FRAIS : "LEGUME"	82%	79% ↗	72%	77%	75%	75%	78%	77%
Dont carotte	75%	69%	65%	71%	68%	68%	66%	66%
Dont tomate	62%	54%	48%	48%	45%	46%	44%	48%
Dont crudités	62%	56% ↗	47%	53%	49%	47%	52%	52%
Dont produits de ratatouille	49%	47% ↗	38%	40%	38% ↗	28%	35% ↗	26%
Dont salades	46%	44%	39%	41%	42%	41%	42%	42%
Dont pomme de terre	42%	36%	39%	35%	38%	34%	42%	36%
Dont choux	39%	35%	39%	34%	35%	27%	34%	32%
Dont poireau	32%	33%	33%	32%	37%	36%	34%	31%
Dont légumineuses	31%	28%	27%	27%	26%	23%	25%	26%
Dont autres courges	29%	27%	26%	-	-	-	-	-
Dont oignon	23%	21%	24%	24%	25%	22%	21%	20%
Dont herbes aromatiques	14%	13%	12%	11%	14%	9% ↘ ↘	17% ↗	10%
Dont autres légumes	18%	13%	12%	12%	18%	15%	13%	14% ↗

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

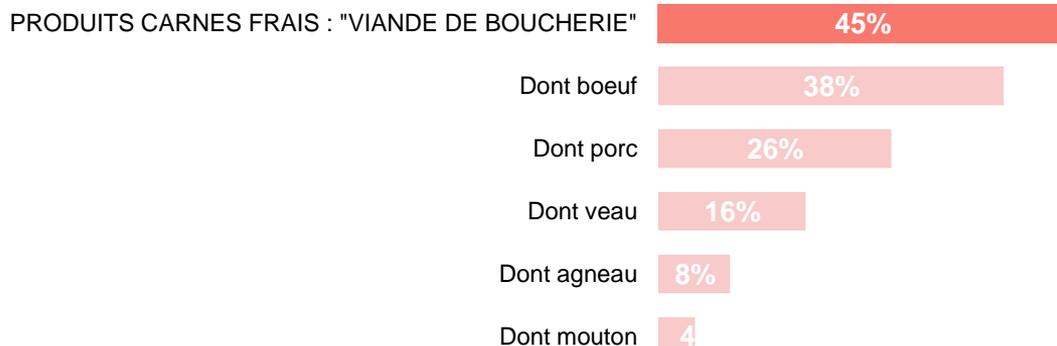
DÉTAILS DES PRODUITS PAR FAMILLE

PRODUITS CARNÉS FRAIS

Lecture : 39% des établissements proposant du bio achètent du poulet bio.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio



	Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
PRODUITS CARNES FRAIS : "VOLAILLE"	42% ↗	34%	39%	33%	39%	36%	44%
Dont poulet	39%	32%	37%	29%	36%	34%	42%
Dont dinde	18%	13%	16%	12%	16%	16%	13%
Dont autres volailles	8%	4%	7%	9%	-	-	-
PRODUITS CARNES FRAIS : "VIANDE DE BOUCHERIE"	40% ↗	32%	40%	32%	38%	37%	43%
Dont boeuf	34%	27%	32%	28%	33%	29%	37%
Dont porc	24%	18%	23%	19%	17%	20%	21%
Dont veau	17%	14% ↘	21%	17% ↗	11%	12%	13%
Dont agneau	9%	7%	9%	10%	7%	10%	10%
Dont mouton	4%	3%	6%	3%	4%	5%	4%

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

Aucune évolution significative

DÉTAILS DES PRODUITS PAR FAMILLE

PRODUITS CARNÉS FRAIS ET AUTRES PRODUITS FRAIS

Lecture : 10% des établissements proposant du bio achètent du pâté bio, en hausse par rapport à l'an dernier (6%).

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio

	Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
PRODUITS CARNES FRAIS : "CHARCUTERIE ET SALAISON" 14%	10%	8%	11%	12%	11%	12%	17%
Dont pâté 10% ↗	6%	6%	9%	8%	9%	8%	9%
Dont saucisson 8% ↗	4%	4%	7%	6%	5%	6%	7%
Dont jambon 7%	5%	4%	6%	7%	5%	5%	9%
AUTRES PRODUITS FRAIS : "AUTRES PRODUITS FRAIS" 10% ↘	17% ↗↗	8%	8%	11%	10%	13%	13%
Dont œufs frais 5%	-	-	-	-	-	-	-
Dont ovoproduit 5% } 7% ↘ (11% en 2018)	-	-	-	-	-	-	-
Dont pâtisseries 2%	3%	1%	1%	3%	1%	4%	4%
Dont plats traiteurs 1%	1%	2%	2%	2%	1%	2%	2%
Dont autres 1%	2%	-	1% ↘	6% ↗	2%	3%	3%
PRODUITS FRAIS : PRODUITS APPERTISES 15%	-	-	-	-	-	-	-
PRODUITS FRAIS : PRODUITS DE LA MER 2%	3%	2%	1%	-	-	-	-

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

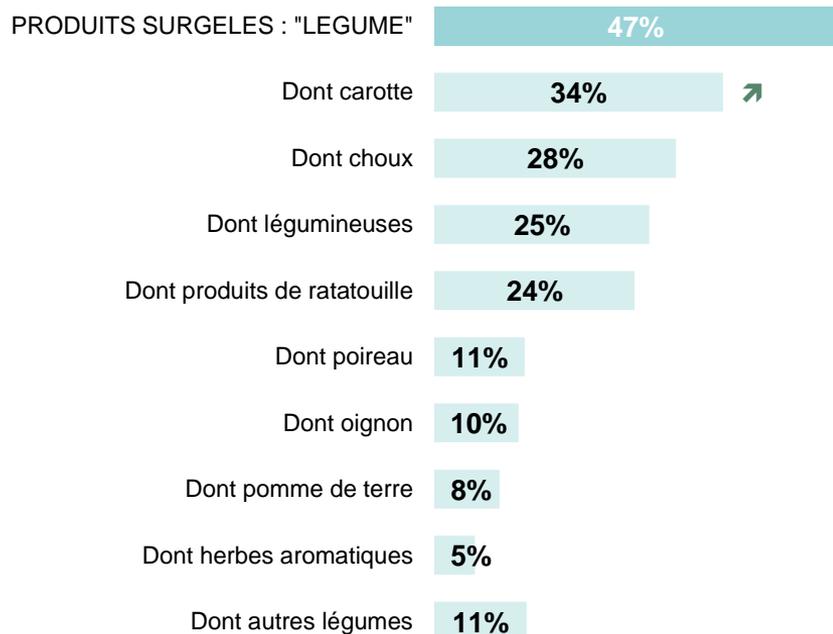
DÉTAILS DES PRODUITS PAR FAMILLE

PRODUITS SURGELÉS : LÉGUMES

Lecture : 34% des établissements proposant du bio achètent des carottes surgelées bio, en hausse par rapport à l'an dernier (28%).

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio



	Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
PRODUITS SURGELES : "LEGUME"	44%	39%	43%	37%	39%	42%	41%
Dont carotte	28%	28%	33%	25%	28%	27%	30%
Dont choux	27%	23%	22%	20%	19%	21%	20%
Dont légumineuses	25%	25%	23%	17%	20%	24%	27%
Dont produits de ratatouille	21%	18%	22%	16%	18%	17%	17%
Dont poireau	9%	8%	12% ↗	6%	9%	9%	7%
Dont oignon	8%	6%	8%	4%	8%	7%	8%
Dont pomme de terre	6%	5%	9%	5%	6%	6%	4%
Dont herbes aromatiques	4%	4%	4%	1%	4%	5%	5%
Dont autres légumes	12%	9% ↗	4% ↘	8% ↘	15% ↗ ↗	7%	5%

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

DÉTAILS DES PRODUITS PAR FAMILLE

PRODUITS SURGELÉS : HORS LÉGUMES

Lecture : 11% des établissements proposant du bio achètent du poulet surgelé bio.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio

	Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
PRODUITS SURGELES : "VOLAILLE" 12%	14%	11%	13%	11%	16%	15%	18%
Dont poulet 11%	13%	10%	13%	11%	15%	13%	18%
Dont dinde 6%	7%	5%	7%	7%	8%	9%	7%
Dont autres volailles 1%	2%	2%	2%	3%	-	-	-
PRODUITS SURGELES : "AUTRES VIANDES" 15%	14%	11%	16%	12%	17%	14%	21%
Dont boeuf 12%	13%	10%	15%	11%	15%	14%	20%
Dont porc 6%	4%	3%	6%	4%	5%	3%	6%
Dont veau 4%	5%	2%	5%	3%	3%	3%	4%
Dont mouton 2%	2%	1%↘	4%	1%	1%	1%	2%
Dont agneau 2%	2%	1%↘	5%	3%	2%	3%	4%
PRODUITS SURGELES : "PAIN SURGELE" 4%	4%	2%	6%	3%	4%	5%	7%
PRODUITS SURGELES : "PRODUITS DE LA MER" 8%	9%	7%	11%	-	-	-	-
PRODUITS SURGELES : "AUTRES PRODUITS" 10%	7%	6%	6%	7%	6%	8%	11%

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

Aucune évolution significative

DÉTAILS DES PRODUITS PAR FAMILLE

PRODUITS D'ÉPICERIE ET BOISSONS

Lecture : 41% des établissements proposant du bio achètent des pâtes bio.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio

		Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
PRODUITS D'ÉPICERIE : "ALIMENT"	51%	53%	52%	58% ↗	45%	52%	49%	54%
Pâtes	41%	40%	39%	42%	35%	40%	37% ↘	47% ↗ ↗
Riz	36%	34%	33%	36%	33%	34%	32%	38%
Biscuits	18%	16%	15%	18%	14%	17%	18%	22%
Farine	14%	12%	10%	12%	10%	10%	10%	12%
Huile	11%	11%	9%	12%	9%	9%	10%	11%
Café/thé	7% ↘	11%	-	-	-	-	-	-
Miel	4%	4%	4%	6%	3%	6%	6%	6%
Fruits secs	4%	5%	6%	6%	5%	4%	3%	4%
Confiture	3%	6%	6%	4%	4%	5%	4%	5%
Autres céréales (couscous, quinoa, épeautre...)	41%	38%	39%	40%	35%	32%	32%	40%
PRODUITS D'ÉPICERIE : "PAIN FRAIS"	35%	33%	29%	38%	32%	29%	28%	32%
PRODUITS D'ÉPICERIE : "BOISSON"	14%	15%	17%	12%	11%	10%	12%	18%
Jus de fruits	12%	12%	15%	10%	9%	8%	8%	14%
Vins	3%	4%	4%	3%	4%	2%	4%	8% ↗

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

LA PART DES PRODUITS BIO DANS LE MONTANT DES ACHATS

Lecture: au global, parmi les acheteurs de produits bio, les produits bio représentent 16% du montant total des achats en 2019.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio

	Vague 1	Vague 2	Vague 3	Vague 4	Vague 5	Vague 6	Vague 7	Vague 8	Vague 9	Vague 10	Vague 11	
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Total brut - acheteurs de la catégorie de produit	414	401	405	406	408	401	401	407	403	1044	1040	
Produits carnés frais : volailles	7%	14%	10%	10%	14%	10%	16%	15%	11%	15%	18%	base 2019 : 311
Produits carnés frais : autres viandes	9%	8%	12%	9%	12%	12%	15%	15%	10%	14%	14%	base 2019 : 341
Produits frais : charcuterie et salaisons	2%	24%	16%	5%	10%	17%	13%	12%	10%	14%	14%	base 2019 : 109
Produits frais : fruits	7%	14%↗	14%	14%	14%	14%	13%	20%↗↗	16%	18%	20%	base 2019 : 656
dont pommes	-	-	17%	22%	18%	18%	21%	29%	22%	22%	28%↗↗	base 2019 : 613
Produits frais : légumes	9%	15%	14%	13%	14%	14%	14%	18%	17%	18%	20%	base 2019 : 597
Produits frais : produits laitiers	7%	12%	12%	11%	12%	13%	14%	17%	18%	16%	19%	base 2019 : 588
dont yaourts	-	-	14%	15%	15%	16%	17%	18%	24%	19%↘	21%	base 2019 : 569
Produits frais : autres produits frais	3%	4%	19%	15%	10%	6%	13%	14%	18%	19%	14%	base 2019 : 83
Produits carnés surgelés : volailles	5%	10%	12%	7%	9%	8%	15%	18%	8%	13%	14%	base 2019 : 92
Produits carnés surgelés : autres viandes	4%	6%	15%	8%	12%	9%	12%	9%	10%	11%	12%	base 2019 : 113
Produits surgelés : légumes	8%	10%	13%	10%	14%	15%	15%	13%	14%	16%	17%	base 2019 : 375
Produits surgelés : pain	10	16	9	6	17	5	30	4	7%	17%	12%	base 2019 : 24**
Produits surgelés : produits de la mer	-	-	-	-	-	-	-	10%	7%	14%	12%	base 2019 : 57*
Autres produits surgelés	2%	4%	4%	3%	14%	8%	6%	17%	20%	13%	10%	base 2019 : 77
Produits d'épicerie : aliments	6%	9%	11%	10%	12%	11%	16%	16%	12%	16%	18%	base 2019 : 413
Produits d'épicerie : boissons	6%	3%	18%	7%	8%	18%	12%	10%	13%	17%	16%	base 2019 : 110
Produits d'épicerie : pain	17%	21%↗	19%	25%	23%	32%	28%	32%	32%	34%	31%	base 2019 : 296
Produits d'épicerie : produits appertisés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14%	base 2019 : 132
PART GLOBALE DE L'ENSEMBLE DES PRODUITS BIO DANS LE MONTANT TOTAL DES ACHATS	5%	10%	11%	12%	12%	12%	13%	14%	16%	15%	16%	

Q2. Quelle est la part (le pourcentage) sur l'ensemble de l'année (2018) des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits (HT) ?

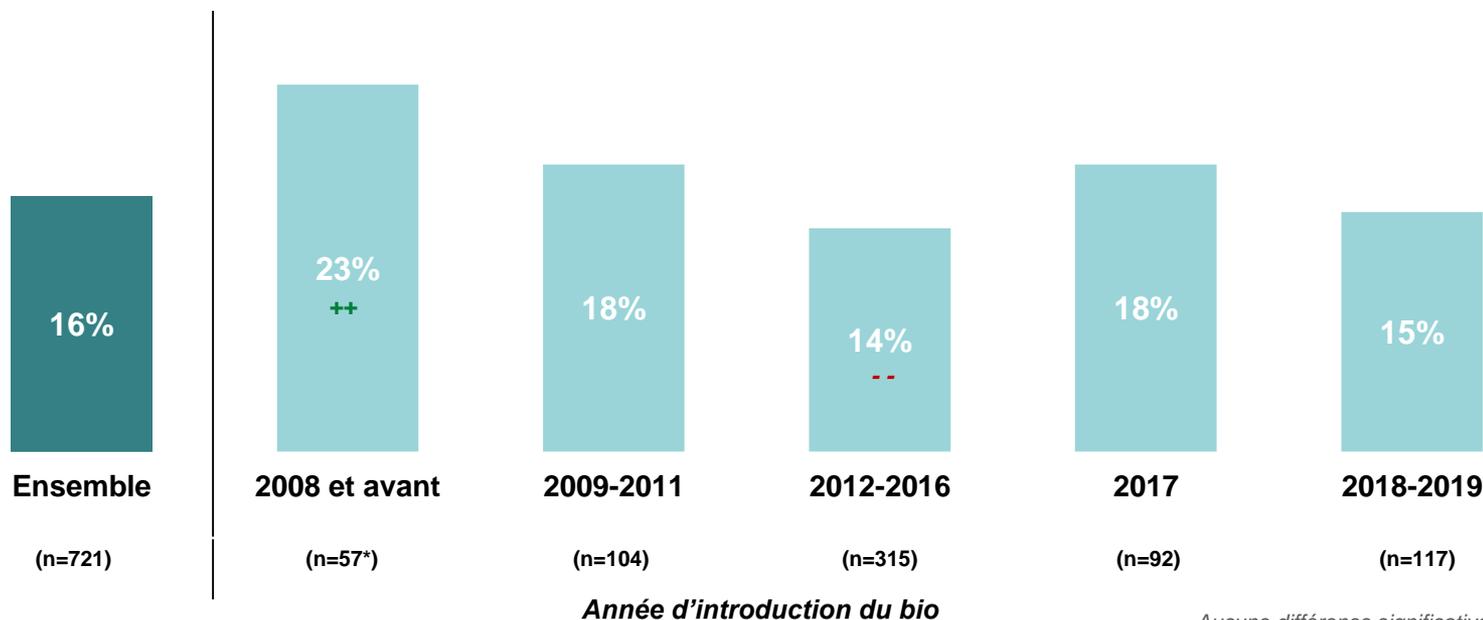


LA PART DES PRODUITS BIO DANS LE MONTANT DES ACHATS

Lecture: parmi les établissements ayant introduit le bio en 2008 et avant, les produits bio représentent en moyenne 23% du montant total des achats en 2018.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio



Aucune différence significative entre les régions
Aucune évolution significative

Q2. Et de façon globale, quelle est la part (le pourcentage) sur l'ensemble de l'année (2018) 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?

SYNTHÈSE SELON LES FAMILLES

Lecture : pour les établissements proposant des produits laitiers bio, les produits laitiers bio représentent en moyenne 19% du montant total des achats de produits laitiers

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio

2019	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	Produits appertisés
<i>Ensemble : achète au moins un produit de cette famille</i>	721	311	341	109	656	597	588	83	132
% d'acheteurs (sur l'ensemble)	65%	41%	45%	14%	90%	82%	76%	10%	15%
Part moyenne dans le montant total des achats de cette famille de produits	16%	18%	14%	14%	20%	20%	19%	14%	14%
1 à 5 %	27%	29%	37%	44%	25%	25%	29%	38%	47%
Plus de 5 à 10 %	14%	15%	15%	11%	18%	15%	15%	11%	14%
Plus de 10 à 19 %	13%	8%	8%	9%	8%	10%	8%	8%	7%
20% et plus	33%	27%	20%	19%	34%	36%	33%	20%	17%
<i>Dont 100%</i>	-	2%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	3%
Ne sait pas	12%	21%	20%	17%	15%	14%	15%	23%	15%

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 (2018) des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?

SYNTHÈSE SELON LES FAMILLES

Lecture : pour les établissements proposant des légumes surgelés bio, les légumes surgelés bio représentent en moyenne 17% du montant total des achats de légumes surgelés.

Base : Propose des produits bio (n=721)

Base filtrée : 65% des RC proposant des produits bio

2019	Produits carnés surgelés : volailles	Produits carnés surgelés : autres viandes	Produits surgelés : légumes	Produits surgelés : pain	Produits surgelés : produits de la mer	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>	92	113	375	24**	57*	77	413	110	296
% d'acheteurs (sur l'ensemble)	12%	15%	47%	4%	8%	10%	51%	14%	35%
Part moyenne dans le montant total des achats de cette famille de produits	14%	12%	17%	12%	12%	10%	18%	16%	31%
1 à 5 %	45%	50%	29%	67%	53%	55%	36%	49%	37%
Plus de 5 à 10 %	15%	14%	18%	9%	14%	9%	14%	13%	9%
Plus de 10 à 19 %	1%	6%	8%	1%	1%	3%	6%	4%	3%
Plus de 20%	24%	17%	28%	16%	11%	12%	28%	21%	39%
<i>Dont 100%</i>	2%	3%	2%	7%	3%	3%	2%	4%	15%
Ne sait pas	15%	14%	17%	6%	21%	21%	17%	12%	12%

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 (2018) des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?

A collection of fresh organic produce including carrots, tomatoes, raspberries, walnuts, and leafy greens. The items are arranged on a white surface, with some items in the foreground and others in the background, creating a sense of depth. The lighting is bright and even, highlighting the natural colors and textures of the food.

III.C

**ACHETEURS DE PRODUITS
BIOLOGIQUES
LE BILAN**

BILAN DES ACHETEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



On observe une **nette augmentation** de la part des établissements proposant une **offre entièrement bio** au moins une fois par mois (26% vs. 16% l'an dernier). Par ailleurs, à cette même fréquence, **47%** des établissements proposent **des plats entièrement bio**, soit légèrement plus que l'année dernière (44%).

Comme l'an dernier, **81%** des acheteurs de produits bio estiment que leur introduction a engendré un surcoût. Il est évalué à 20%, que ce soit pour les matières premières ou au global (il était estimé à respectivement à 19% et 18% en 2018).

Dans près de la moitié des cas, le surcoût est lissé sur l'ensemble des repas (49%) et ce, principalement en réalisant des économies à niveau de qualité constant (79%). Seuls 12% des établissements déclarent lisser les coûts en baissant la qualité du reste de l'assiette.

Parmi ceux ayant constaté un surcoût, **65% ont tenté de le limiter**, principalement en limitant le gaspillage (88%), en achetant davantage de produits bruts (71%) ou en passant par des partenariats au niveau local (68%). On note également une augmentation du nombre d'établissement introduisant des plats/repas végétariens (55% vs. 46% en 2018).



ACHETEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

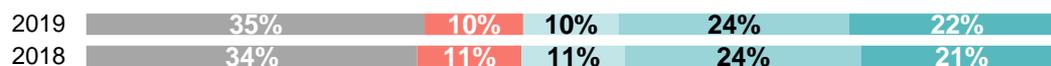
MODES D'INTRODUCTION ET FRÉQUENCES PROPOSÉS

Lecture : parmi les établissements proposant du bio, 47% proposent des plats entièrement bio au moins une fois par mois.

Base : Propose des produits bio (n=721)

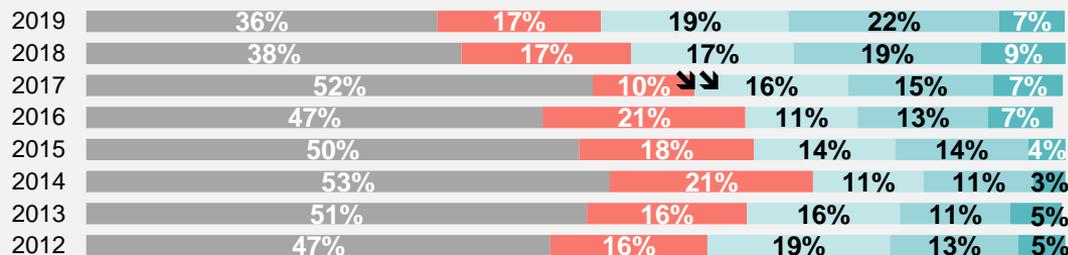
SOUS-TOTAL
« UNE FOIS PAR MOIS »

Des ingrédients ou produits bio uniquement



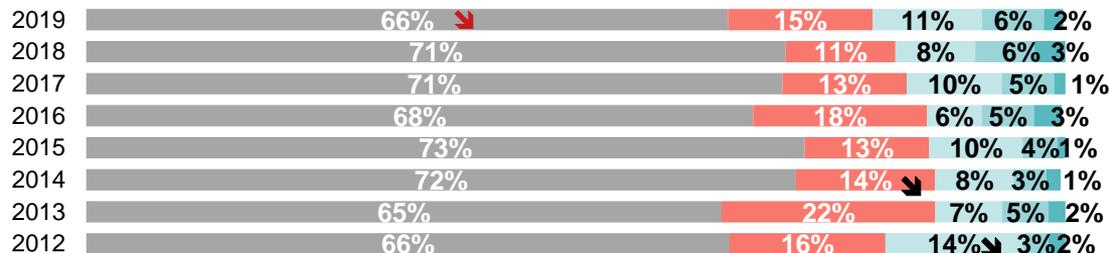
55%
55%

Des plats entièrement bio



47%
44%
38%
31%
32%
26%
32%
37%

Des menus entièrement bio



19%
17%
16%
14%
14%
13%
13%
18%

Une offre entièrement bio, à l'exception de quelques produits non disponibles en bio



26%
16%

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

Q7/Q8. Proposez-vous à vos convives, même de temps en temps ...?



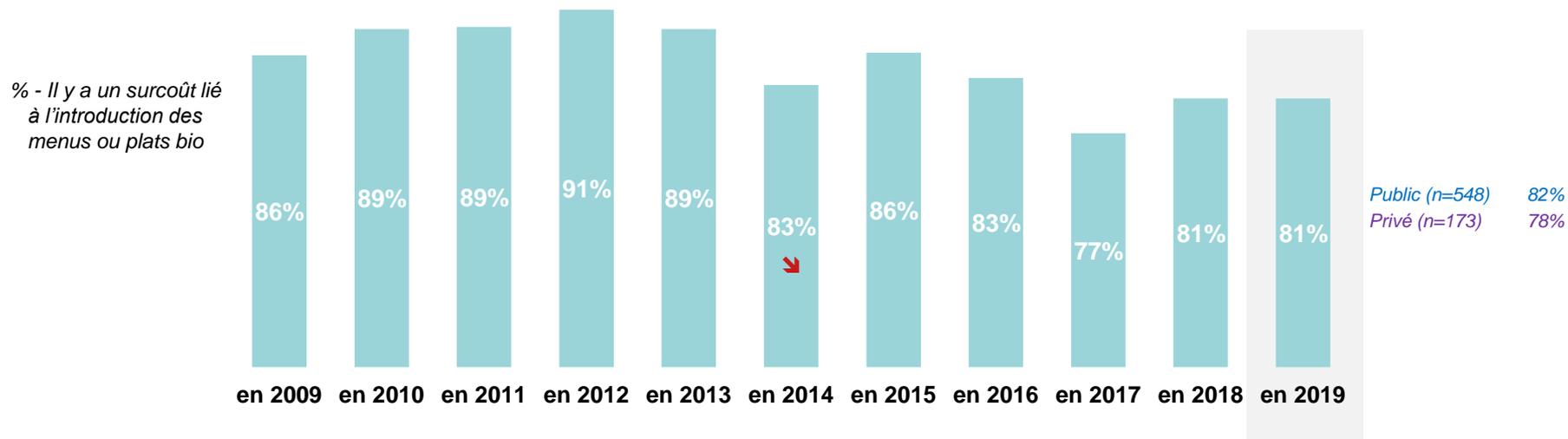
Nb : libellé de la question modifié en 2019 avec l'ajout de « même de temps en temps », évolution à prendre avec précaution

LE SURCÔT LIÉ À L'INTRODUCTION DU BIO

EVOLUTION

Lecture: 81% des établissements proposant des produits bio estiment que leur introduction a généré un surcoût des menus ou des plats.

Base : Propose des produits bio (n=721)



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

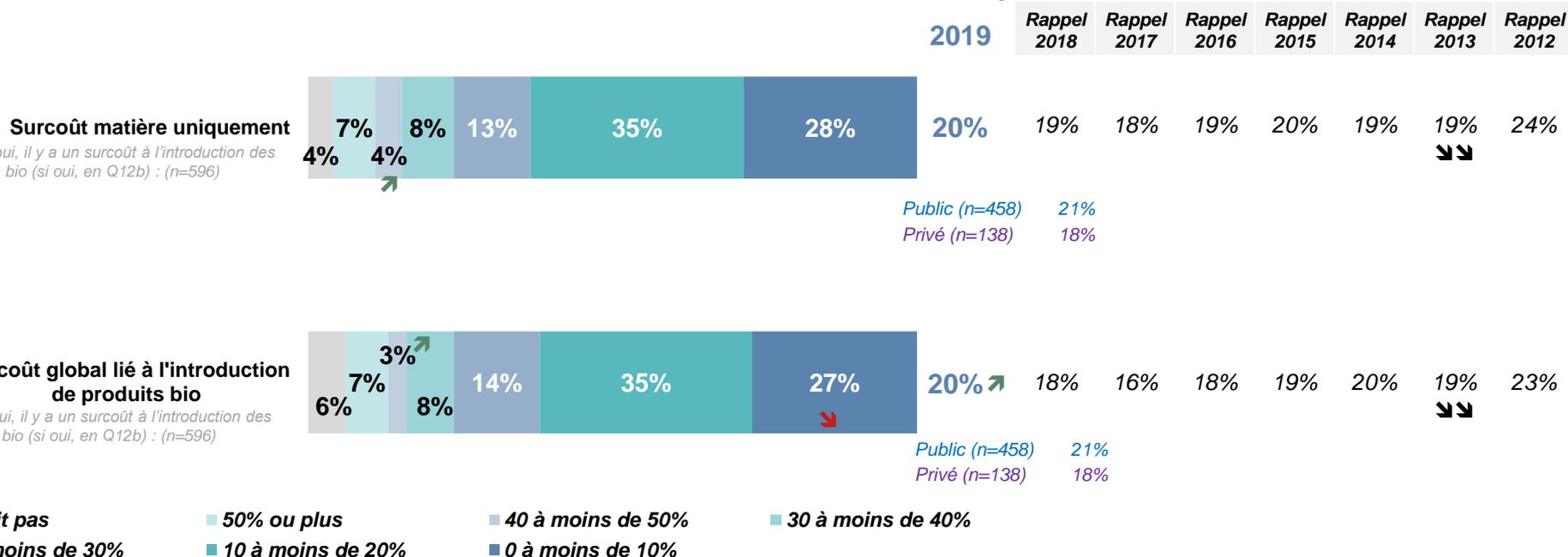
Pas de différence entre les régions
Aucune évolution significative

LE SURCÔÛ LIÉ À L'INTRODUCTION DU BIO

LES SURCÔÛS MOYEN PAR TYPE DE MENUS OU PLATS

Lecture: 27% des établissements estiment que le surcoût global engendré par l'introduction de produits bio est inférieur à 10%.

Surcoût moyen



Q12cc. Pour chacun des éléments suivants, à combien estimez-vous ce surcoût ?

LE SURCÔT LIÉ À L'INTRODUCTION DU BIO

LA PRISE EN CHARGE DU SURCÔT

Lecture: pour 49% des établissements déclarant un surcoût lié à l'introduction du bio, ce surcoût est lissé sur l'ensemble des repas.

Base : oui, il y a un surcoût à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) : (n=596)

LE SURCÔT EST ...

		Public (n=458)	Privé (n=138)	Rappel 2018	Rappel 2017	Rappel 2016
Lissé sur l'ensemble des repas (pas de surcoût pour les convives)	49%	53%	44%	44%	52%	45%
Pris en charge par le donneur d'ordre	20%	24% +	14% -	24% ↗	16%	24%
Payé par l'ensemble des convives	19%	16%	24%	22%	18%	20%
Payé par les convives consommant bio	8%	2% --	15% ++	9%	11%	8%
Rien de cela	3%	3%	2%	1%	2%	2%

Q12C. Le surcoût lié à l'introduction des produits bio est-il principalement ...

LE SURCÔT LIÉ À L'INTRODUCTION DU BIO LISSAGE DU PRIX SUR L'ENSEMBLE DES REPAS

Lecture: pour 79% des établissements déclarant que le surcoût est lissé sur l'ensemble des repas, le lissage est fait en réalisant des économies à niveau constant.

Base : Surcoût lissé sur l'ensemble des repas (n=302)

LE SURCOUT EST LISSÉ SUR L'ENSEMBLE DES REPAS ...

En réalisant des économies à niveau de qualité constant

79%

En baissant la qualité du reste de l'assiette

12%

Autre

14%

Ne sait pas

5%

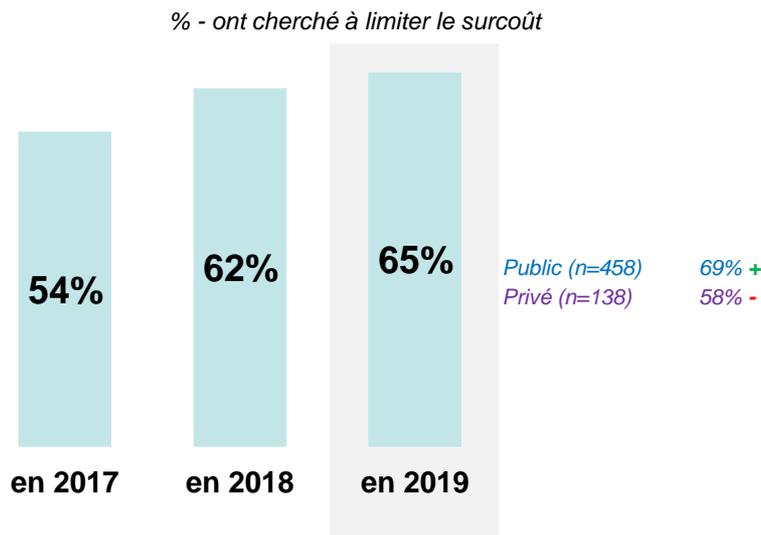
Q12D. Le prix est lissé sur l'ensemble des repas ...

LE SURCÔÛ LIÉ À L'INTRODUCTION DU BIO

DIMINUTION DU SURCÔÛ

Lecture : 65% des établissements ayant subi un surcoût lié à l'introduction du bio ont cherché à le limiter.

Base : oui, il y a un surcoût à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) : (n=596)



Q11. Avez-vous cherché à limiter ce surcoût ?

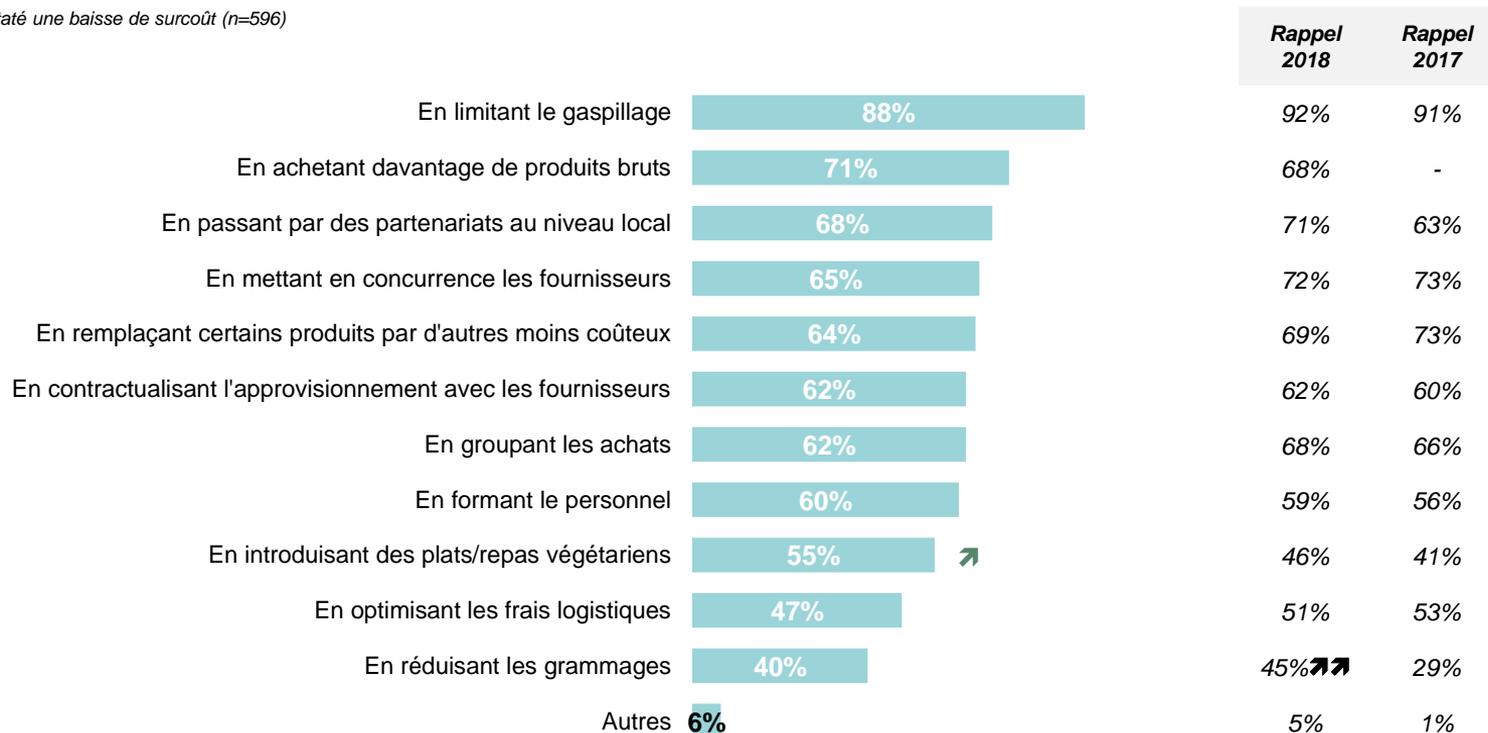
Aucune évolution significative

LE SURCÔÛ LIÉ À L'INTRODUCTION DU BIO

LES MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR DIMINUER CE SURCÔÛ

Lecture: 88% des établissements ont tenté de limiter ce surcoût en limitant le gaspillage.

Base : a constaté une baisse de surcoût (n=596)



Q12. De quelle manière ? Plusieurs réponses possibles



III.D

PROJECTION DU MARCHÉ BIO

PROJECTION DU MARCHÉ BIO

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Des perspectives positives apparaissent pour 2020 avec une part de **nouveaux acheteurs potentiels** de produits bio de

22% dont une hausse des intentions certaines (8% vs. 5% l'an dernier)

Cette tendance est tirée en partie par les établissements du secteur du privé : 29% des établissements souhaitent introduire des produits bio à leur menus en 2020, dont 11% de façon certaine.

De la même manière, la part des établissements des secteurs de la santé et du social proposant du bio (seuls 38% aujourd'hui) pourraient doubler l'an prochain (38% d'intention dont 15% certaine), toujours selon les déclarations.

Dans le même temps, **la part de réfractaires** (c'est-à-dire ceux n'envisageant pas d'introduire de bio) continue de reculer cette année, passant de 19% à 13%. Le principal frein restant, de loin, le coût des produits bio (pour 60% des répondants).

Les fruits, les légumes et les produits laitiers restent les **principaux leviers de croissance** avec :

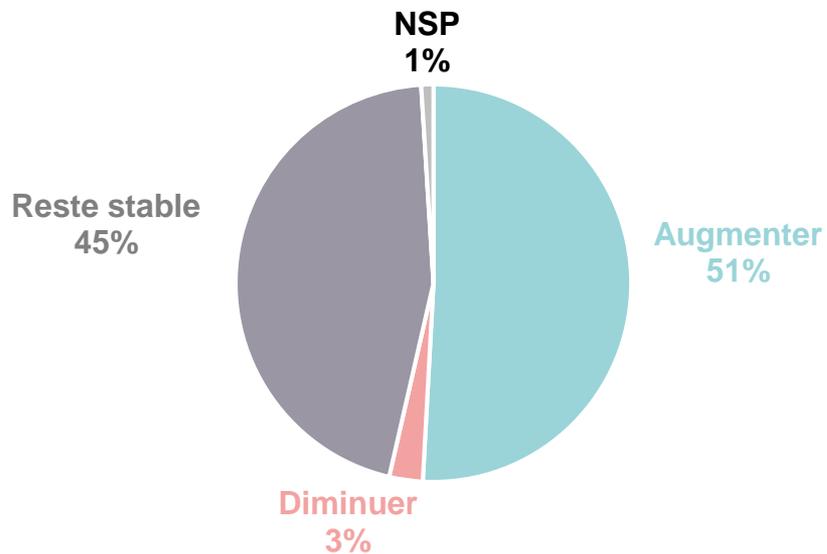
- 79% d'intention de proposer des fruits frais en 2020 (en hausse vs. 2018, +9 pts),
- 76% pour les légumes frais (en hausse vs. 2018, +7 pts),
- 66% pour les produits laitiers (en hausse vs. 2018, +5 pts)



LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR POUR 2019

Lecture : 51% des établissements proposant du bio déclarent que leurs achats de produits bio vont augmenter en 2019.

Base : Propose des produits bio (n=721)



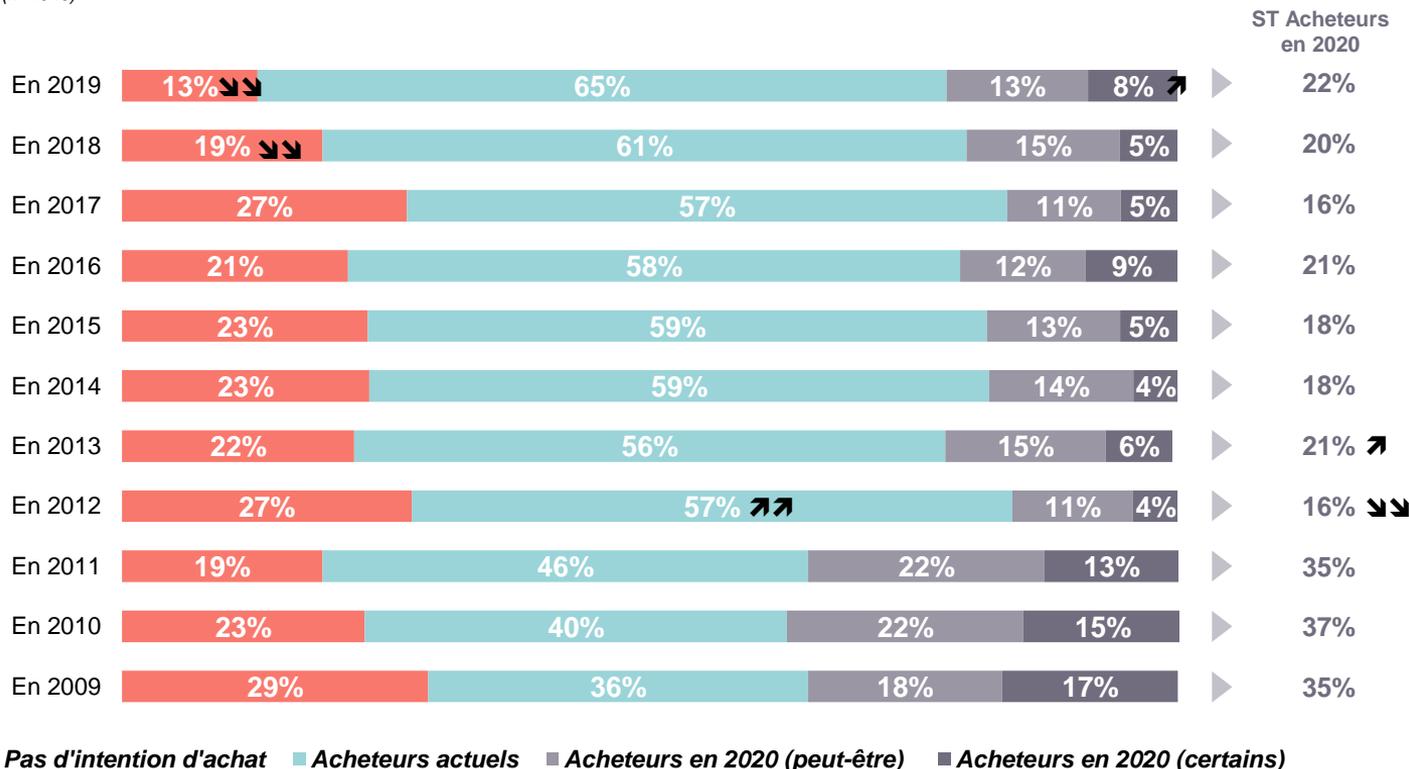
Q9Bis. Au global, en 2019, vos achats de produits biologiques vont augmenter, diminuer, rester stable ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR

L'ÉVOLUTION

Lecture : en 2019, 22% d'établissements projettent d'introduire du bio dans leur restaurant en 2020.

Base : Ensemble (n=1040)

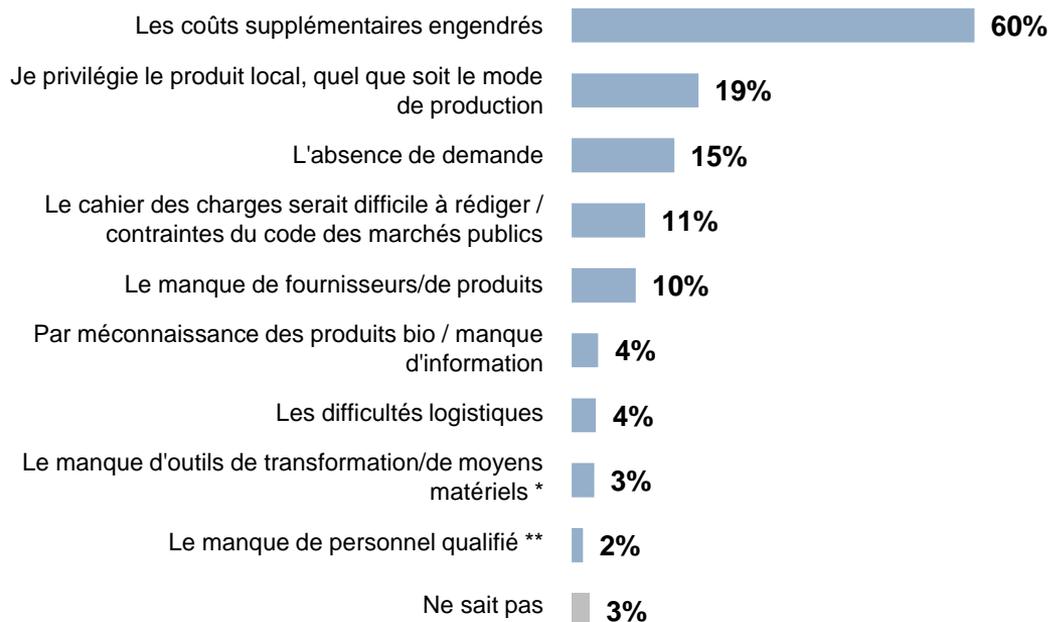


Q15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

RAISONS DE NON-INTRODUCTION

Lecture : 60% des établissements n'envisageant pas de proposer des produits de l'agriculture biologique ont comme argument les coûts supplémentaires engendrés.

Base : N'envisage pas de proposer des produits bio en 2019 ou compte diminuer ses achats en produits bio (n=276)



TRQ16 Pour quelles raisons ne pensez-vous pas introduire de produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant en 2020 ? (réponses non suggérées)

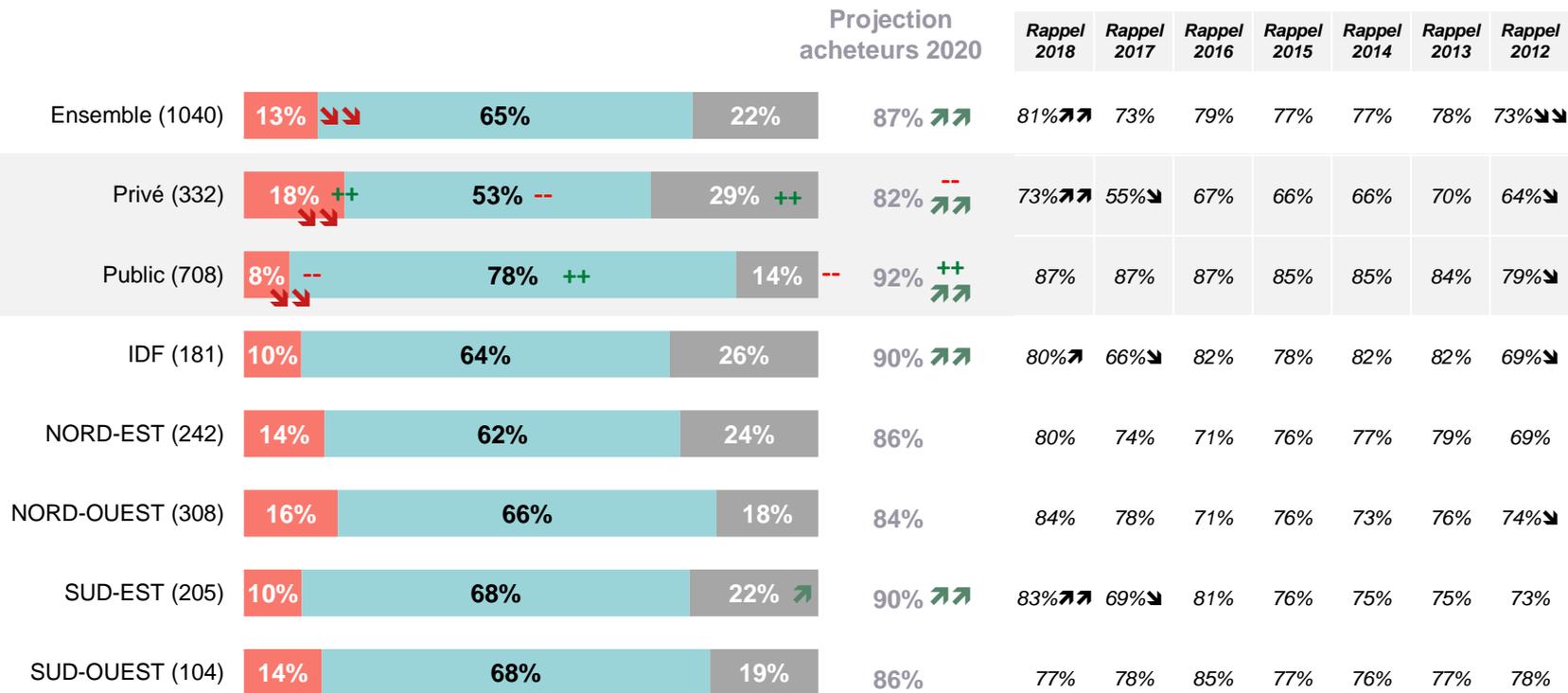
* Item modifié en 2019

** Nouvel item en 2019

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR SELON LES CIBLES (1/3)

Lecture : 29% des établissements du privé projettent d'introduire du bio dans leur restaurant en 2020.

Base : Ensemble (n=1040)



■ Pas d'intention d'achat ■ Acheteurs actuels ■ Acheteurs en 2020 (détail certains/p-ê)

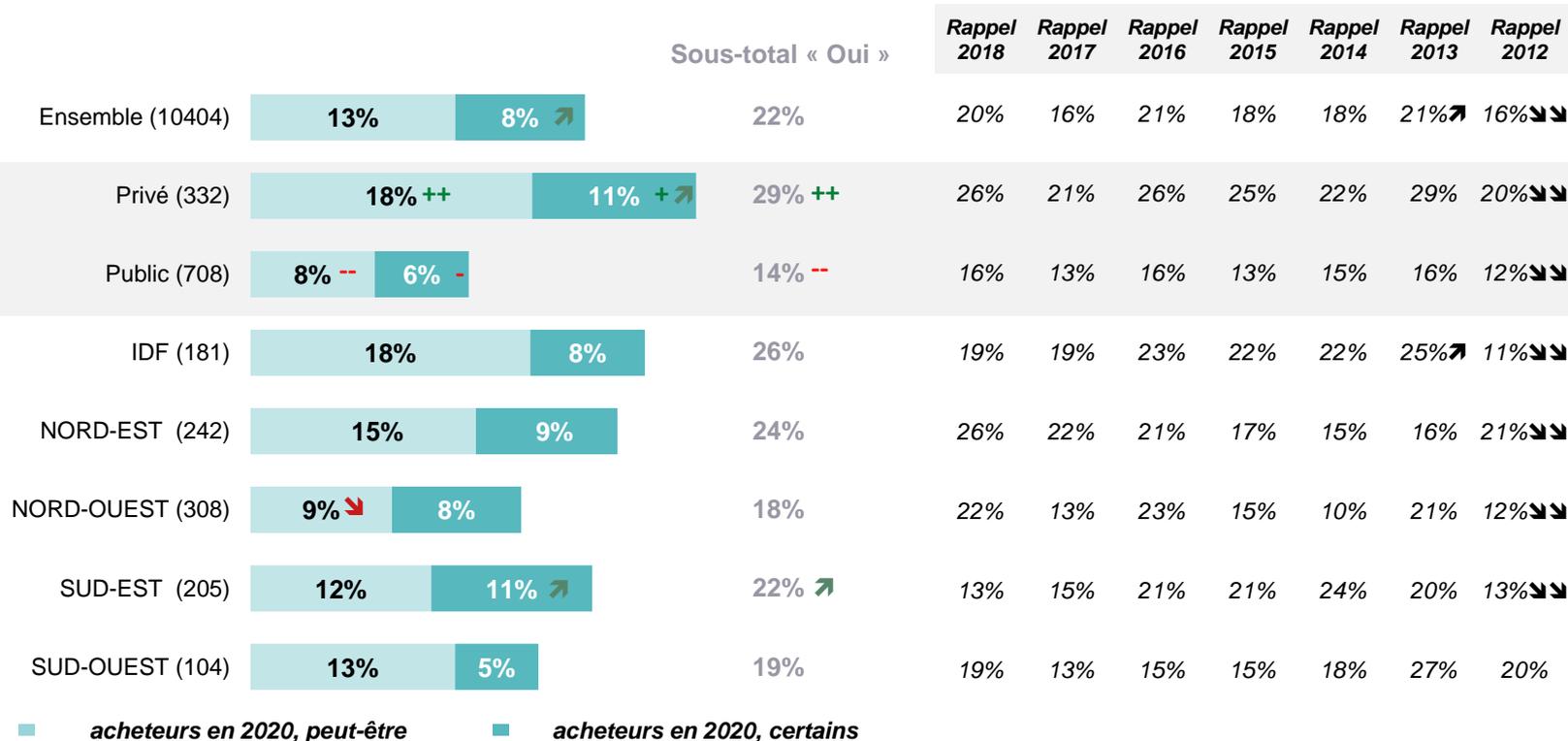
TRQ15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR

LES INTENTIONS D'ACHAT DE PRODUITS BIO SELON LES CIBLES (1/3)

Lecture : 11% des établissements du privé sont certains d'introduire du bio en 2020.

Base : Ensemble (n=1040)



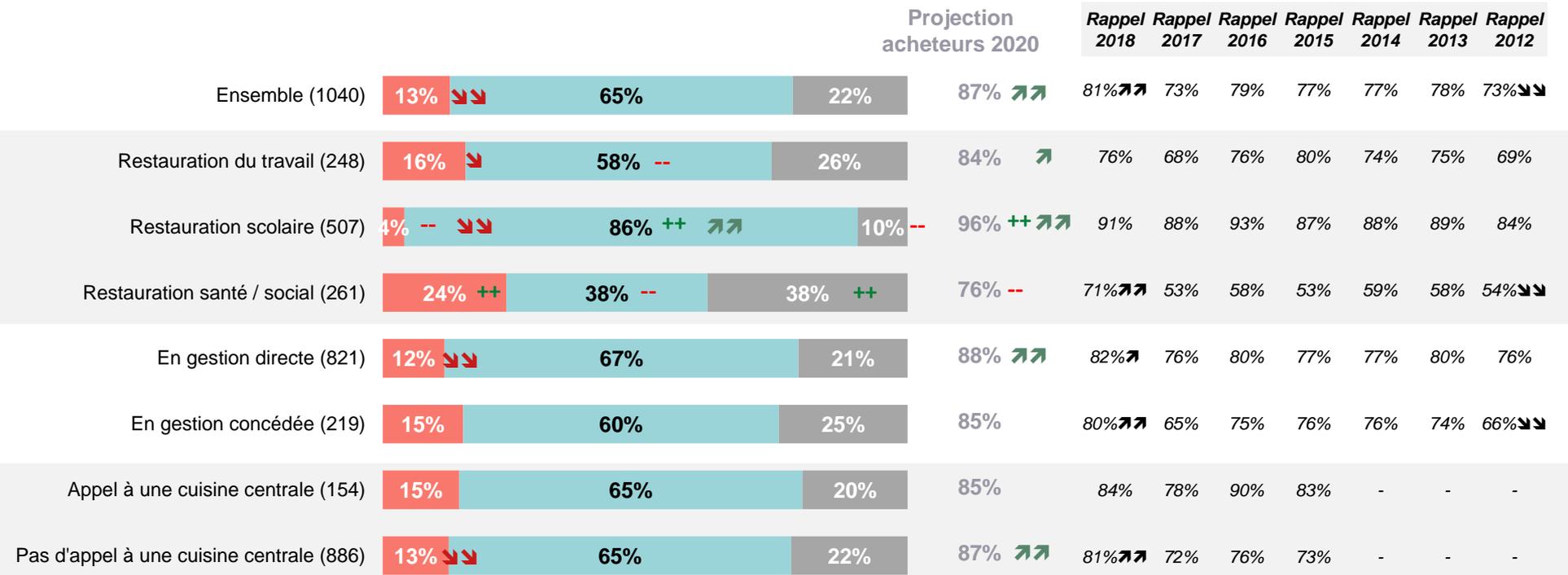
TRQ15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Aucune évolution significative

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR SELON LES CIBLES (2/3)

Lecture : 38% des restaurants du secteur de la santé et du social projettent d'introduire du bio dans leur restaurant en 2020.

Base : Ensemble (n=1040)



■ Pas d'intention d'achat

■ Acheteurs actuels

■ Acheteurs en 2020 (détail certains/p-ê)

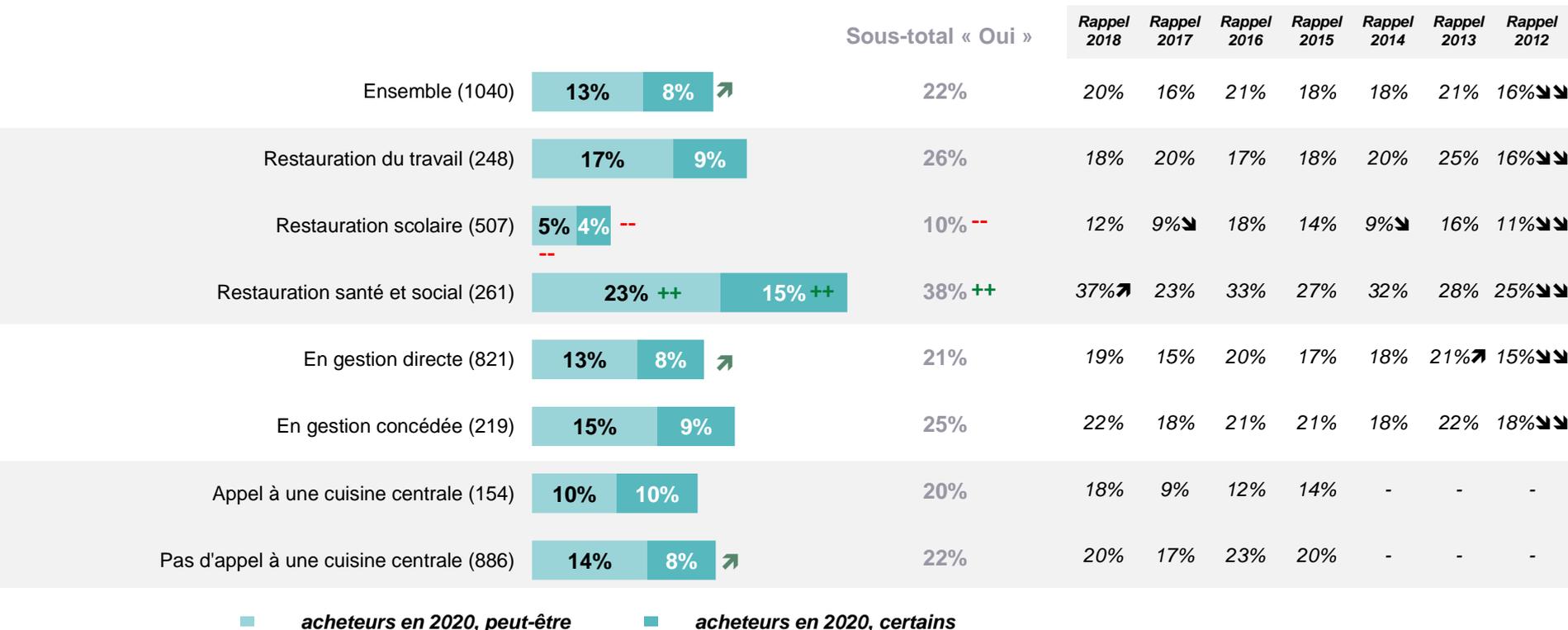
TRQ15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR

LES INTENTIONS D'ACHAT DE PRODUITS BIO SELON LES CIBLES (2/3)

Lecture : 15% des restaurants du secteur de la santé et du social sont certains d'introduire du bio en 2020.

Base : Ensemble (n=1040)

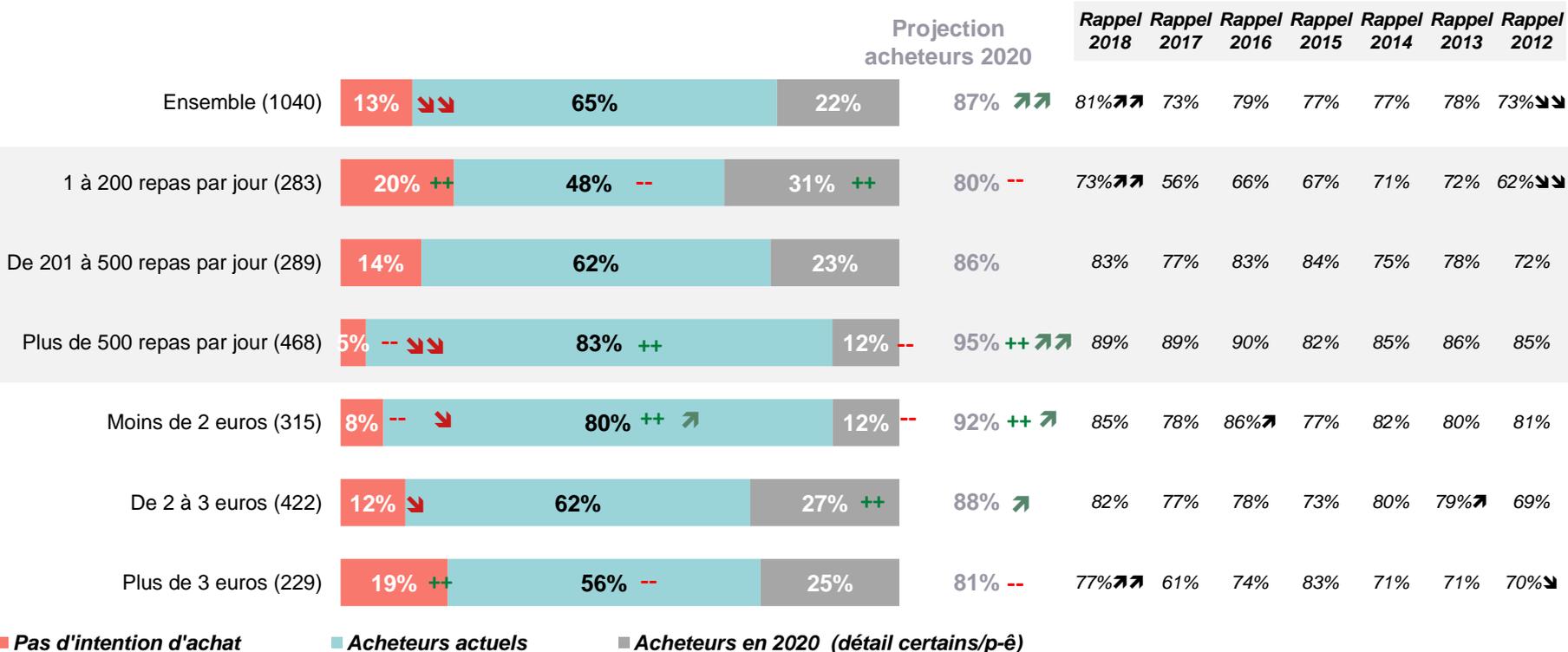


TRQ15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR SELON LES CIBLES (3/3)

Lecture : 31% des restaurants servant jusqu'à 200 repas par jour projettent d'introduire du bio dans leur restaurant en 2020.

Base : Ensemble (n=1040)



■ Pas d'intention d'achat ■ Acheteurs actuels ■ Acheteurs en 2020 (détail certains/p-ê)

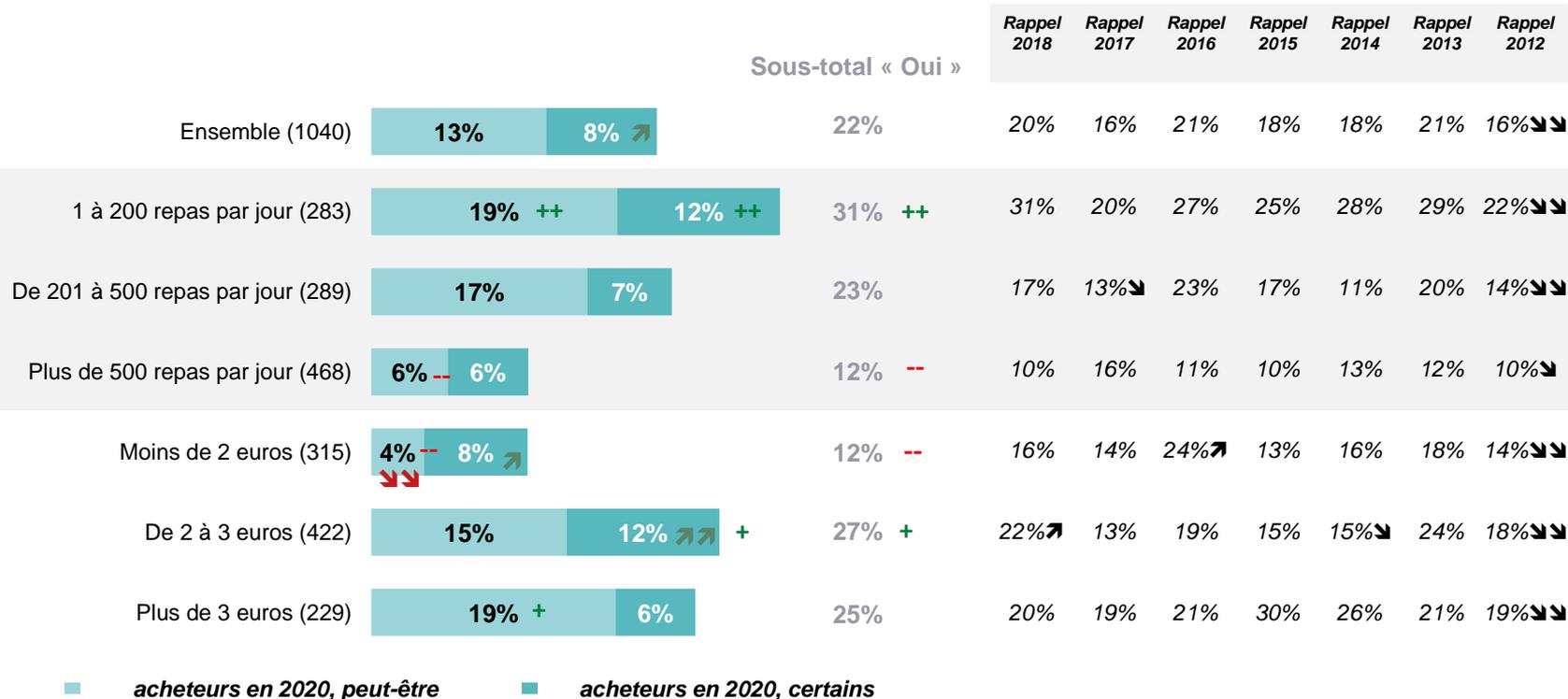
TRQ15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR

LES INTENTIONS D'ACHAT DE PRODUITS BIO SELON LES CIBLES (3/3)

Lecture : 12% des restaurants servant jusqu'à 200 repas par jour sont certains d'introduire du bio en 2020.

Base : Ensemble (n=1040)

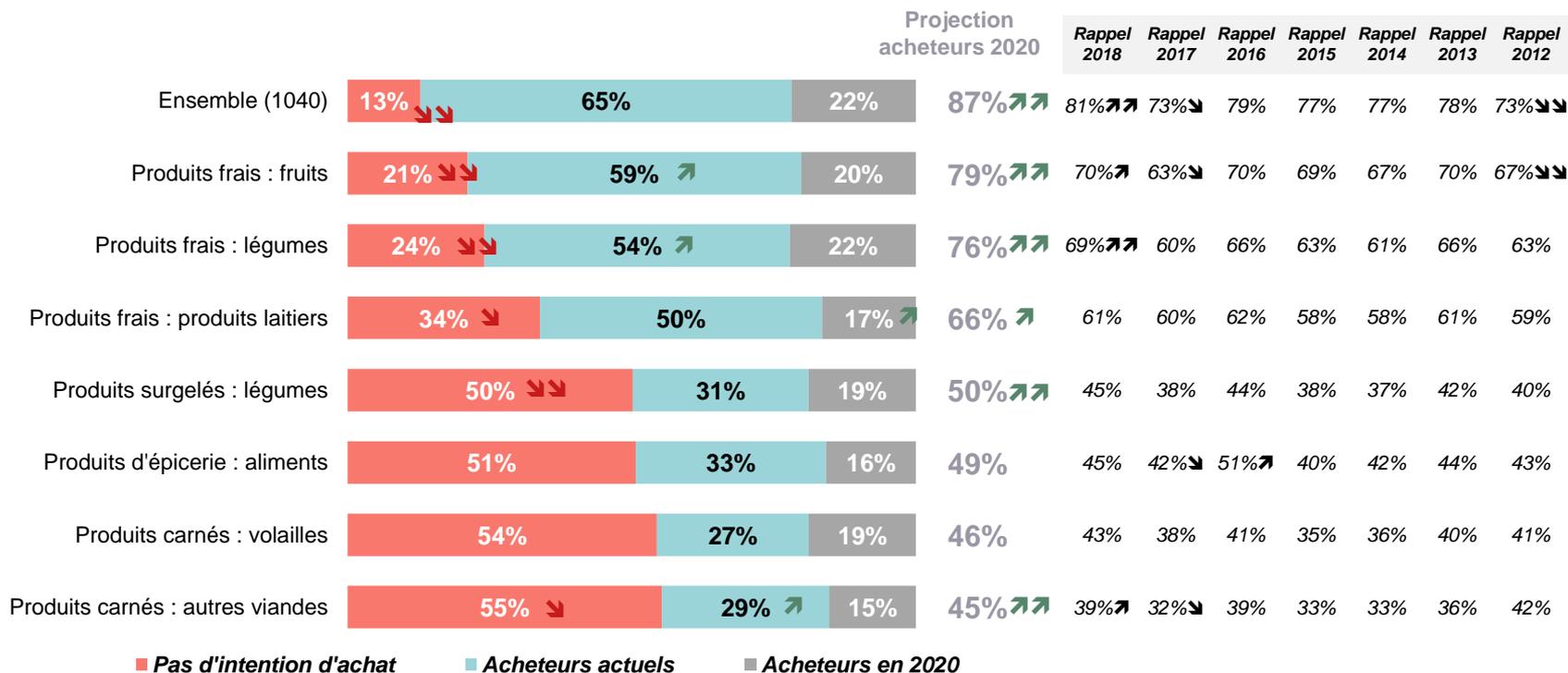


TRQ15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR SELON LES PRODUITS (1/2)

Lecture : 20% des établissements projettent d'introduire des fruits frais bio dans leur restaurant en 2020 alors qu'ils ne le faisaient pas en 2019.

Base : Ensemble (n=1040)



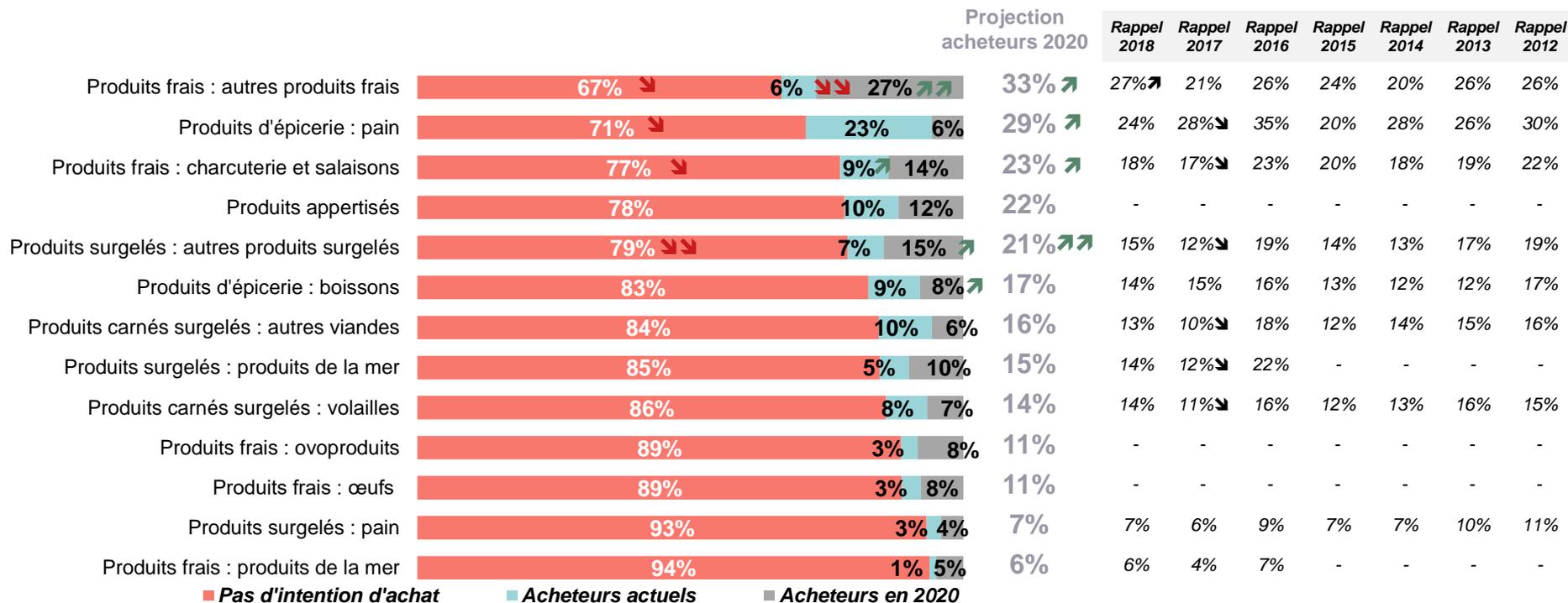
Q15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Q9. Pour cette famille de produits en 2020, vos achats de produits biologiques vont...

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR SELON LES PRODUITS (2/2)

Lecture : 12% des établissements projettent d'introduire des produits appertisés bio dans leur restaurant en 2020 alors qu'ils ne le faisaient pas en 2019.

Base : Ensemble (n=1040)



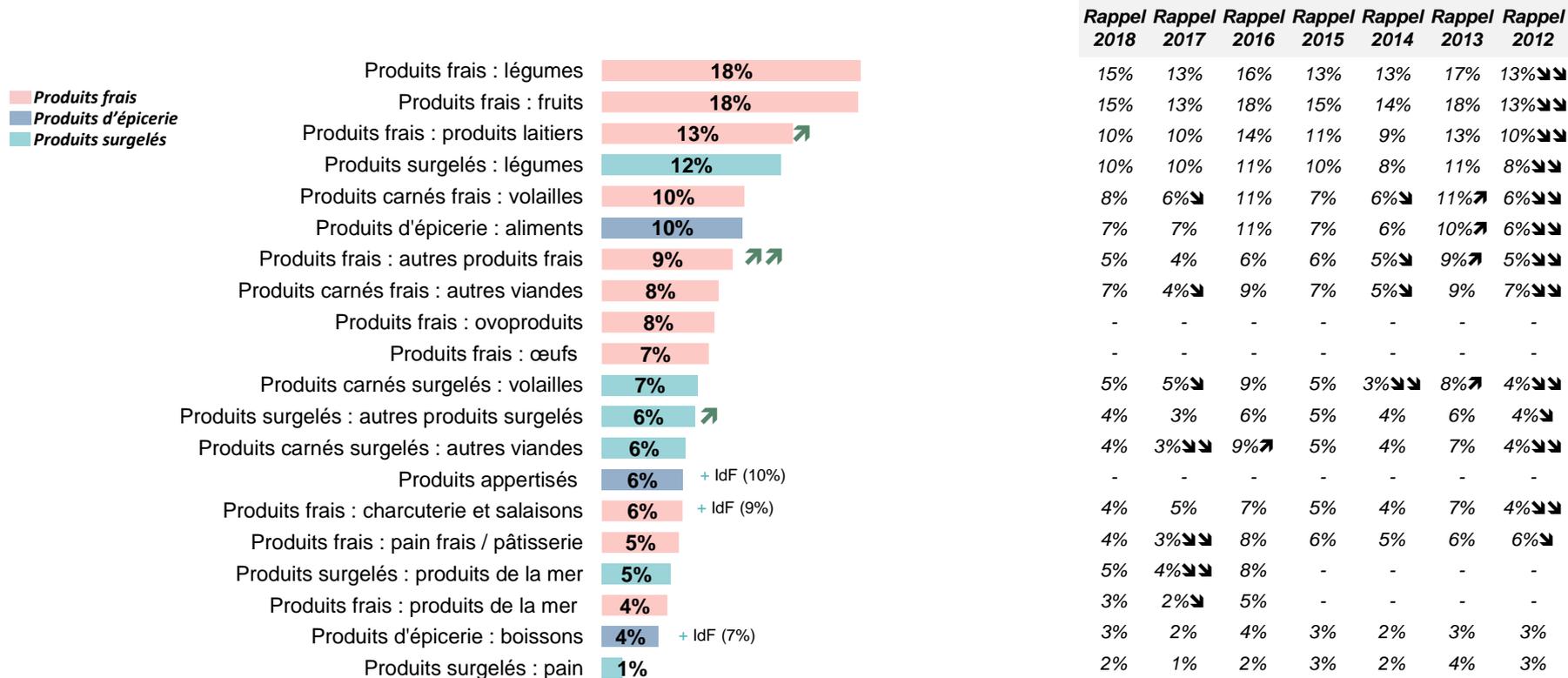
Q15. Pensez-vous que d'ici à 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Q9. Pour cette famille de produits d'ici 2020, vos achats de produits biologiques vont...

INTENTION D'INTRODUCTION DE PRODUITS BIO PAR FAMILLE

Lecture: 13% des établissements projettent d'introduire des produits laitiers bio dans leur restaurant en 2020.

Base : Ensemble (n=1040)



Q15. Pensez-vous qu'en 2020, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR

PROJECTION : PART DES ACHATS DE PRODUITS BIO EN 2019

Lecture : les établissements achetant actuellement du bio estiment à 22% la part des achats de produits bio en 2020.

Base : acheteurs actuels ou intentionnistes (n=721 / 200)

Base brute	Acheteurs actuels											Acheteurs potentiels										
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Produits carnés frais : volailles	11%	13%	11%	10%	8%	7%	8%	10%	15%↗	15%	16%	13%	10%	18%	15%	18%	23%	18%	23%	14%	21%	18%
Produits carnés frais : autres viandes	10%	13%	12%	9%	8%	7%	9%	10%	15%↗	14%	14%	13%	12%	20%↗	18%	19%	18%	23%	24%	21%	18%	17%
Produits frais : charcuterie / salaisons	7%	9%	6%	4%	5%	4%	5%	5%	8%	8%	7%	11%	9%	19%↗	13%	18%	16%	24%	19%	12%	23%	21%
Produits frais : fruits	18%	18%	19%	19%	18%	15%	16%	19%	20%	25%↗	26%	17%	12%	24%↗↗	18%	23%	17%	18%	26%	18%	24%	23%
Produits frais : légumes	18%	18%	17%	16%	17%	15%	16%	18%	21%	24%	26%	17%	14%	24%↗	20%	22%	21%	19%	25%	17%	24%↗	23%
Produits frais : produits laitiers	15%	16%	15%	14%	13%	13%	13%	15%	20%↗	21%	21%	14%	13%	22%↗	17%	25%	18%	16%	20%	16%	21%	21%
Produits frais : œufs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40%
Produits frais : ovoproduits	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26%
Produits appertisés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23%
Produits frais : produits de la mer	-	-	-	-	-	-	-	7%	9%	8%	7%	-	-	-	-	-	-	17%	23%	21%	30%	30%
Produits frais : Autres produits frais	11%	13%	10%	8%	8%	7%	9%	10%	12%	14%	12%	12%	11%	20%↗	20%	16%	18%	15%	24%	19%	24%	19%
Produits frais : Pain frais / pâtisserie	12%	13%	13%	13%	10%	10%	11%	15%	15%	17%	17%	19%	15%	54%↗↗	42%	26%	26%	19%	26%	33%	23%	34%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	7%	8%	5%↘	5%	5%	5%	7%↗	9%	8%	6%	9%	12%	23%↗	18%	17%	18%	19%	21%	18%	16%	20%
Produits carnés surgelés : autres viandes	7%	8%	8%	5%	5%	4%	5%	7%	10%	7%	6%	9%	11%	23%↗↗	21%	19%	15%	16%	15%	13%	17%	19%
Produits surgelés : légumes	10%	11%	10%	9%	9%	9%	8%	11%	14%	15%	15%	16%	14%	31%↗↗	20%	22%	20%	18%	20%	17%	19%	20%
Produits surgelés : pain	6%	4%	3%	2%	2%	1%	2%	4%	8%↗	4%↘↘	3%	21%	5%	44%↗↗	29%	13%	11%	36%	30%	18%	24%	40%
Produits surgelés : produits de la mer	-	-	-	-	-	-	-	6%	8%	7%	5%	-	-	-	-	-	-	15%	18%	26%	24%	24%
Autres produits surgelés	7%	7%	7%	4%↘	5%	4%	5%	7%↗	10%	8%	7%	20%	9%	41%↗↗	16%	15%	14%	17%	15%	23%	23%	19%
Produits d'épicerie : aliments	10%	11%	12%	9%	10%	8%	8%	10%	13%	15%	15%	14%	9%	21%↗↗	14%	21%	18%	15%	19%	15%	18%	20%
Produits d'épicerie : boissons	6%	4%	6%	3%	3%	3%	2%	4%	7%	7%	5%	14%	8%↘↘	32%↗↗	15%↘	20%	24%	10%	18%	24%	31%	20%
PART GLOBALE	-	-	15%	17%	15%	16%	16%	18%	20%	21%	22%	19%	18%	17%	17%	19%	15%	16%	18%	13%	17%	16%

Q10. Quelle part des achats (en %) pensez-vous atteindre en 2020 ?

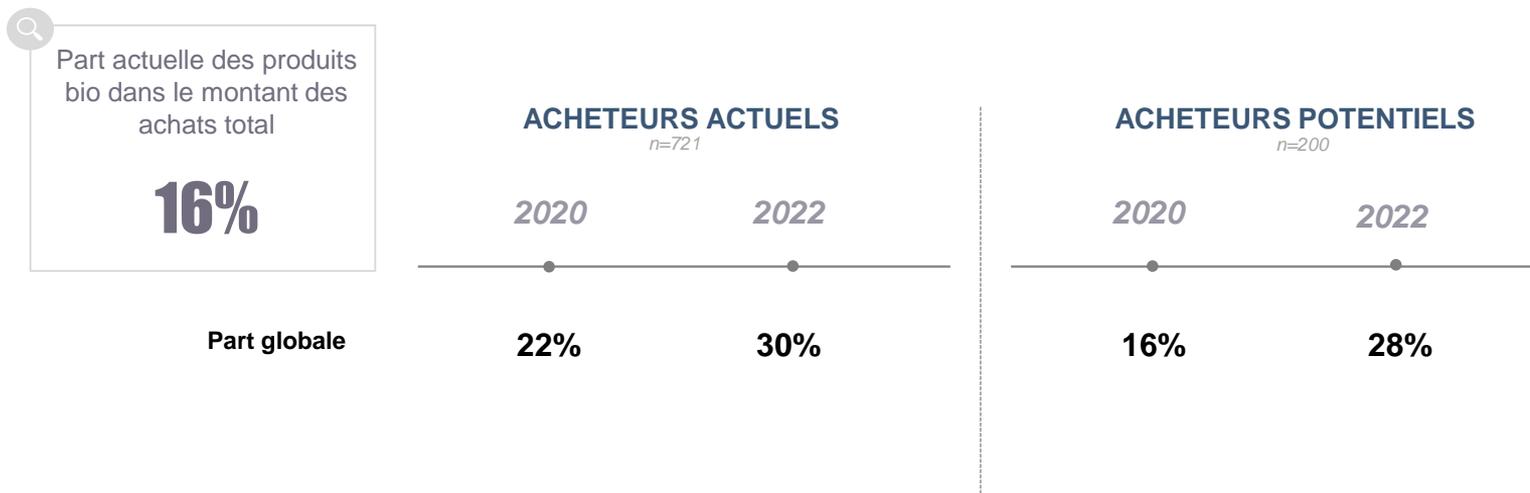
Q16. Quelle sera selon vous la part (le pourcentage) des produits biologiques dans le montant total des achats dans votre restaurant en 2020 ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR

PROJECTION : PART DES ACHAT DE PRODUITS BIO D'ICI 2020 ET 2022

Lecture : les établissements achetant actuellement du bio estiment à 22% la part des achats de produits bio en 2020, et 30% en 2022.

Base : acheteurs actuels ou intentionnistes (n=721)



Pas de différence significative sur les 13 régions

Q10B. Quelle part des achats (en %) pensez-vous atteindre en 2020 ?

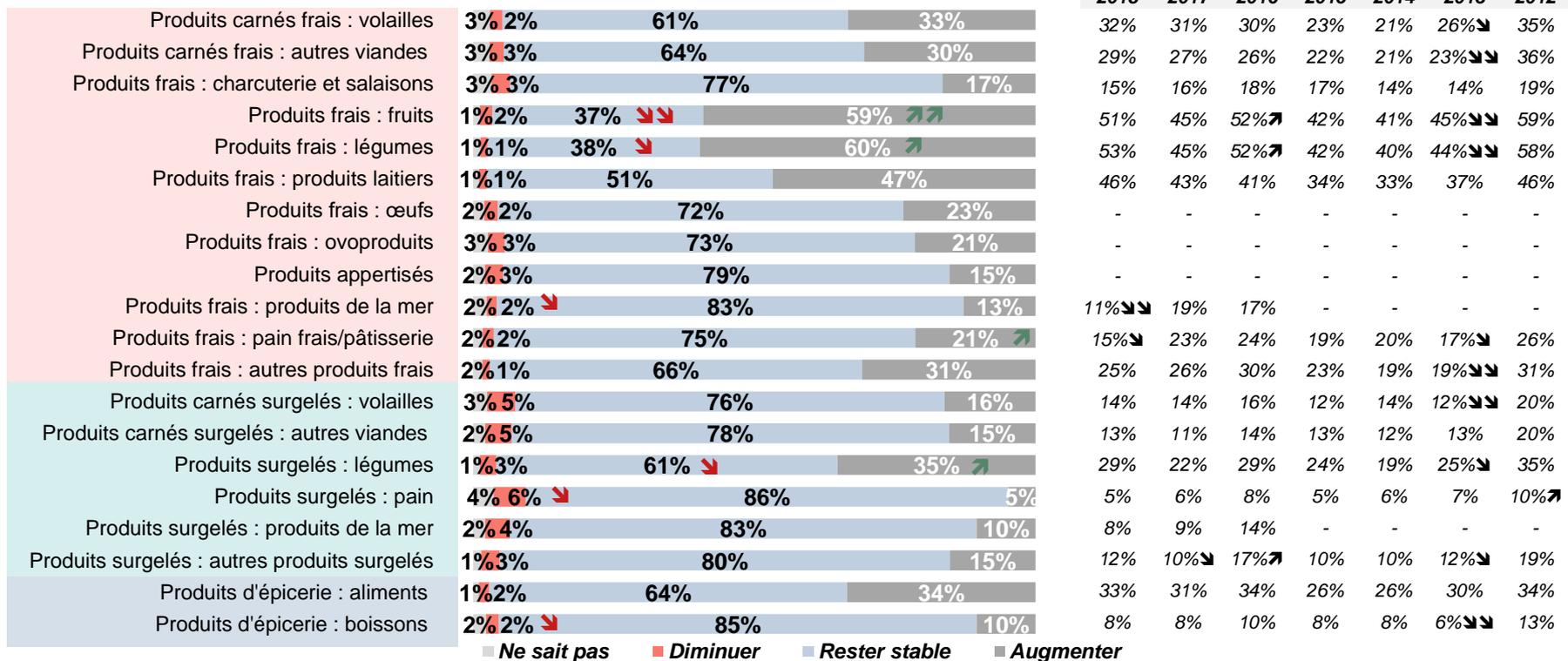
Q16B. Quelle sera selon vous la part (le pourcentage) des produits biologiques dans le montant total des achats dans votre restaurant en 2020 ?

LES ACHATS DE PRODUITS BIO DANS LE FUTUR

PROJECTION : EVOLUTION DES ACHATS EN 2019 CHEZ LES ACHETEURS BIO

Lecture : pour 47% des établissements proposant du bio, leurs achats de produits laitiers bio vont augmenter en 2020.

Base : propose des produits bio (n=721)



Q9. Pour cette famille de produits en 2020, vos achats de produits biologiques vont...

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1900613 – Octobre 2019



www.csa.eu / info@csa.eu
10, rue Godefroy 92800 Puteaux
Tel : 01.57.00.58.00



www.agencebio.org / contact@agencebio.org
6 rue Lavoisier 93100 Montreuil
Tel : 01 48 70 48 30 – Fax : 01 48 70 48 45

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