



Dossier de presse

LE BIO EUROPÉEN ENGAGÉ À VOS CÔTÉS

# CuisinonsPlusBio




ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



Enjoy it's from Europe  
= Plaisirs d'Europe

# L'Agence BIO dévoile CuisinonsPlusBio

**En France, les 170 000 restaurants ne proposent que 1% de bio à leur carte et les 80 000 cantines n'achètent que 7% de leurs denrées en bio <sup>(1)</sup>. Face à ce constat, l'Agence BIO souhaite mobiliser les chef.fes, restaurateurs et professionnels du secteur pour qu'ils deviennent tous acteurs de la transition agroécologique en faisant la part belle au bio dans leurs menus.**



À l'occasion du festival SIRHA Omnivore à Paris, l'Agence BIO dévoilera à la presse le **11 septembre** la campagne « Cuisinons Plus Bio », co-financée par l'Union Européenne, avec pour objectif d'augmenter le bio au menu de tous les restaurants.

Parce que les agricultrices et agriculteurs veulent faire le choix du bio, il est nécessaire de leur garantir des débouchés. Si les Français mangent du bio chez eux (6% de leurs courses alimentaires sont faites en bio)<sup>(1)</sup> et à la cantine avec la loi EGalim qui fixe un objectif à 20% de bio, tout reste à faire pour la restauration commerciale, et ce dans tous les segments : kebabs, étoilés, bistrot, glaciers, routiers, pizzerias...

« Cuisinons Plus Bio » a pour vocation de valoriser les restaurants mais aussi de les mobiliser pour en faire de véritables porte-parole de l'agriculture et de l'alimentation biologiques.

## COMMENT ?

En informant sur ce qu'est le bio, ses bénéfices, mais surtout comment en mettre plus au menu sans impacter sa rentabilité. À la fois campagne d'information citoyenne, et communication pratique, celle-ci va mettre en lumière les chef.fes déjà engagé.e.s dans la transition alimentaire et donner envie à celles et ceux qui ne mettent pas encore de bio dans leurs menus de suivre le mouvement, en les accompagnant tout au long de leur démarche.

Dans le sillage de la campagne collective « Pour nous, pour la planète #BioRéflexe », cette campagne à destination du secteur de l'hospitalité déploie une campagne 360 avec :

- une identité propre,
- une communauté de chef.fe.s ambassadeurs.drices, épicerie de la campagne,
- une plateforme digitale BtoB [cuisinonsplusbio.fr](https://cuisinonsplusbio.fr) (mise en ligne prévue fin 2023) qui regorgera d'outils, bonnes pratiques, astuces et infos,
- des actions « terrain » dans toute la France, auprès de l'ensemble des circuits de restauration hors domicile (RHD), pour sensibiliser largement et engager collectivement les communautés pour plus de bio dans les assiettes, tant du côté des professionnels que des consommateurs,
- une sensibilisation au bio lors de la formation des élèves en écoles de cuisine et hôtelières,
- de la communication via des outils numériques et de la publicité dans la presse.

La France, championne de la production sur ses surface bio en Europe<sup>(2)</sup>.

La France, le pays qui a inventé le restaurant et la gastronomie.

# Combinons ces motifs de fierté : Cuisinons Plus Bio au restaurant !

Regards croisés de l'Agence BIO sur les enjeux de la campagne :

“



Les chefs cuisiniers de la restauration collective et commerciale sont des acteurs fondamentaux et incontournables pour promouvoir une alimentation à base de produits biologiques, saine et équilibrée. Grâce à eux, la restauration hors domicile se transforme en lieu d'éducation au goût et de sensibilisation. Le défi est aussi pour nous de convaincre les citoyens de prolonger leur engagement pour le bio au restaurant.

*Loïc Guines,  
président de l'Agence BIO*



Quoi de mieux que des pratiques et des retours d'expériences éprouvés pour convaincre les professionnels de la restauration que les produits issus de l'agriculture biologique, au-delà d'être source de plaisir, de partage et de convivialité, sont également des atouts pour adopter une démarche culinaire durable, accessible et responsable.

*Laure Verdeau,  
Directrice de l'Agence BIO*

# Campagne 2023-2025 “ CuisinonsPlusBio ”

**La campagne de communication « Cuisinons Plus Bio » vise à convaincre les professionnels de la restauration de l'opportunité du marché bio, à les inciter à s'engager dans ce mouvement de fond pour la transition alimentaire et à les accompagner tout au long de leur démarche.**

Cette campagne invite aussi chaque Français.e à accroître sa consommation de bio au quotidien que ce soit à la maison, à la cantine ou au restaurant et à amplifier ainsi le #BioRéflexe.

*Nolwenn*  
Maraîchère en bio



## **CUISINONS PLUS BIO ! TROIS CIBLES VISÉES**

### **Les acteurs de la Restauration Hors Domicile (RHD) :**

- Professionnels de la restauration commerciale et collective publique et privée, indépendante ou chaînée.
- Écoles de cuisine publiques et privées (BTS, CAP, lycées hôteliers...).
- Enseignants : professeurs et formateurs en école de cuisine.
- Inspecteurs, direction des programmes scolaires...

### **Les prescripteurs du marché :**

- Grossistes fournisseurs des restaurants.
- Syndicats professionnels et chambres des métiers.
- Marché de gros.
- Labels de restauration responsable.

### **Les consommateurs :**

- Clients et convives.

## **UN ENJEU**

Proposer plus de bio en restauration, c'est à la fois répondre aux attentes de ses convives ainsi qu'aux enjeux environnementaux actuels en soutenant une production respectueuse de la fertilité des sols, des cycles naturels, du bien-être animal, de la biodiversité et de la qualité de l'eau.

**CuisinonsPlusBio**

## TROIS OBJECTIFS

### OBJECTIF 1

#### **Sensibiliser les professionnels de la RHD aux spécificités et aux valeurs de l'agriculture biologique européenne**

- Fédérer les chef.fe.s qui intègrent déjà du bio à leurs menus.
- Partager des pratiques éco-responsables invitant à cuisiner plus et à gaspiller moins.
- Mobiliser et engager les chef.fe.s qui n'utilisent pas ou encore trop peu de produits bio.

# #PlusDeBioAuRestau

**Sensibiliser,  
éduquer et valoriser  
afin de simplifier  
et d'inciter au  
passage à l'acte,  
avec une stratégie  
de moyens 360°.**

**Accompagner  
les chef.fe.s à  
expliquer les  
bienfaits de leur  
démarche auprès  
de leurs clients.**

### OBJECTIF 2

#### **Agir sur la formation des professionnels de la RHD**

- Former les élèves, future.s cuisinier.e.s, et professionnels en exercice aux spécificités des produits issus de l'agriculture biologique.
- Sensibiliser à la responsabilité sociétale et au rôle stratégique des professionnels de la restauration dans le déploiement d'un modèle agricole et alimentaire européen responsable et durable.

### OBJECTIF 3

#### **Mieux informer les consommateurs des initiatives de transition alimentaire engagées par les professionnels de la RHD**

- Du bio dans l'assiette pour une biodiversité préservée.
- Le choix d'une agriculture biologique avec 0 % d'utilisation de pesticides de synthèse.
- La garantie d'une traçabilité avec 100 % des producteurs bio contrôlés au moins 1 fois par an.
- Plus de produits bruts, en circuits courts, pour moins d'émissions et de gaspillage.
- Une sélection d'aliments au rythme des saisons et des ressources de la nature.

Campagne

# 4 visuels de campagne



**4 personnalités emblématiques qui montrent que le bio fait partie du quotidien de chacun. Soutenues par une campagne en presse professionnelle et grand public :**

Le chef, BRA Tendances Restauration, Restauration Collective, La Gazette des Communes, M Le Mag, Elle, Elle à Table, Marmiton...

La campagne « **Cuisinons Plus Bio** » co-financée par l'Europe s'incarne avec une identité propre matérialisée par 4 affiches de campagne, reflet de l'engagement de la communauté de 13 chef.fe.s ambassadeurs.drices, sélectionné.e.s par l'Agence BIO. Ils ont été choisis pour leurs bonnes pratiques et leur enthousiasme collectif à partager leurs retours d'expériences et à témoigner des bénéfices, qu'ils observent en faisant le choix

de proposer des menus à base de produits issus de l'agriculture biologique au sein de leurs établissements.

Orchestrée par l'agence de communication GS&CO (*Gulfstream Group*), cette campagne s'incarnera durant trois ans par des outils pédagogiques et interactifs, accessibles en version numérique dès fin 2023, depuis la plateforme digitale [BtoB cuisinonsplusbio.fr](https://cuisinonsplusbio.fr), le point de ralliement de la campagne pour sensibiliser largement et engager collectivement les communautés pour plus de bio dans les assiettes. En parallèle, côté professionnels et consommateurs, le programme permettra d'aller à leur rencontre, grâce à une présence sur les salons incontournables de la scène culinaire et via une campagne social media.

# LE BIO EUROPÉEN ENGAGÉ À VOS CÔTÉS

## CuisinonsPlusBio

### #PlusDeBioAuRestau

Bon pour l'Homme,  
la planète  
et l'établissement  
qui le propose !

Créée pour fédérer les professionnels de la restauration hors domicile autour d'initiatives de transition alimentaire favorables à la préservation de l'environnement et de la biodiversité, la plateforme cuisinonsplusbio.fr s'adresse à toute personne et professionnel engagés ou en quête de démarches durables, respectueuses du vivant, pour lesquelles chaque dépense en bio permet en retour un impact favorable à la préservation de la planète.

LE BIO EUROPÉEN ENGAGÉ À VOS CÔTÉS DEPUIS 1991

Isabelle Carrere  
Traiteur et livraison à domicile  
« La Cuisine de Demain »

POUR UN MENU  
LOCAL  
ET DE SAISON

CuisinonsPlusBio

+26 000  
fermes bio vendent  
en direct leur production  
partout en France.

Nolwenn  
Maréchère en bio

Pour nous,  
pour la planète,  
#BIO RÉFLEXE



En donnant la parole à 13 chef.fe.s ambassadeurs.drices depuis la plateforme cuisinonsplusbio.fr, l'Agence BIO souhaite faire de cette campagne BtoB inédite le déclencheur d'un engagement fort de la restauration en faveur de l'agriculture biologique et la continuité d'un modèle alimentaire durable et responsable partout en France et en Europe.

13 chef.fe.s  
ambassadeurs.drices

mobilisé.e.s partout en France pour  
incarner et amplifier avec fierté  
le mouvement #PlusDeBioAuRestau dont  
4 illustré.e.s sur nos visuels de campagne.

4 messages  
fondateurs

(1)  
**68%**  
des Français  
souhaitent du bio  
au restaurant.

(2)  
**+ 26 000**  
fermes bio vendent  
en direct leur  
production partout  
en France.

(3)  
**92%**  
des actifs veulent donner  
du sens à leur travail.  
Le bio attire  
des talents.

(4)  
**1,88 €**  
c'est le coût  
matière première moyen  
d'un repas avec 32%  
de bio.

1 - Source : Baromètre des produits biologiques en France 2023 Consommation et Perception réalisé par l'ObSoCo pour l'Agence BIO

2 - Source : Agence BIO Panorama 2022

3 - Source : Enquête Audencia et jobs\_that\_makesense mars 2022

4 - Source : Réseau de la restauration collective publique territoriale Agores 2016

**68 %**\*

DES FRANÇAIS  
SOUHAIENT DES  
PRODUITS BIO  
AU RESTAURANT.

En réponse à ces attentes,

**43 %**\*

DES  
ÉTABLISSEMENTS  
DE RESTAURATION  
COMMERCIALE  
DÉCLARAIENT  
INTRODUIRE  
DES PRODUITS  
BIO EN 2029.

# Le bio en restauration commerciale et collective

En donnant la parole à 13 chef.fe.s ambassadeurs.drices depuis la plateforme cuisinonsplusbio.fr, l'Agence BIO souhaite faire de ces chef.fes présents partout en France, les soutiens de nos agricultrices et agriculteurs bio. Ces chef.fe.s essaieront pendant trois ans dans les territoires.

**Regards croisés de 4 chef.fe.s ambassadeurs.drices pour qui bio et restauration vont de pair.**



*Stéphane*  
Consommateur engagé

## **Amal Bena Food Truck "Aïda"**

Granville (50)

Palestinienne née à Nazareth, Amal apprend la cuisine, avec sa mère, sa grand-mère et les femmes de sa famille ! L'enfance d'Amal Bena baigne dans une ambiance de grande générosité : « J'ai hérité de ma mère son amour pour la cuisine. Cuisiner avec ma mère Aïda, était un moment de plaisir, de complicité, et de sérénité. Bref, c'était magique... ». En 2016, après son arrivée en Europe, elle lance son foodtruck et son activité de traiteur en gastronomie levantine et libanaise.

**Quasiment à 100 % bio, local et fait maison !**

Falafel, taboulé, mezze chaud ou froid, proposition vegan, sans gluten,



grillade, cuisine d'ici et d'ailleurs... « Dès le début, j'ai eu envie de faire les choses bien à des prix raisonnables. Tout est fait maison avec des produits bio, et un maximum locaux », insiste Amal Bena, qui se fournit en viande à la boucherie de la *Biocoop* de Granville et passe par la *P'tite coop* de Lingreville pour les légumes. « Je m'adapte aux saisons. En ce moment, je travaille chou-fleur, aubergine, carotte, salade... Je fais des plats qui plaisent mais il y a encore du chemin à parcourir car, sur le papier, la gastronomie libanaise bio, ça freine, ce n'est pas encore ancré dans la culture locale ! », s'exclame Amal avec un large sourire. Elle revisite donc les recettes, comme cette salade de lentilles avec de la grenade et des raisins, propose un assortiment de « mezzes bio » avec de « vrais falafels », ces boulettes croquantes de pois chiche, épices, persil, qui connaissent un franc succès. Et son plat signature, un chawarma bio à 12,50 €, une délicieuse côte de porc fermier bio marinée aux épices « Aïda » accompagnée de riz Galilée ! Tous les lundis et vendredis, le foodtruck Aïda est stationné devant l'enseigne *Biocoop* de Granville, les mercredis à *La Coop Bio* de Saint-Malo. Les plats à emporter affichent depuis « une certification bio à 95 % », précise Amal. La cheffe sillonne de Granville à Saint-Malo, mais reste très vigilante sur son « empreinte carburant ».

#### Une prise de conscience écologique au cœur de son engagement

Amal déclare que « les lignes rouges de la planète sont très largement dépassées et j'en ai pris conscience progressivement au contact de l'une de mes voisines engagées depuis longtemps pour le bio. Au départ, cela m'a questionné. Et j'ai eu envie de faire bien les choses lors du lancement de Aïda ». La philosophie du projet « Aïda », c'est un savoir-faire, des envies, des idées mais surtout des valeurs écoresponsables pour apporter des éléments de réponses concrets aux questions de développement durable : pour participer à la végétalisation de l'alimentation, le 100 % bio et fait maison en priorisant la production locale, des déchets et une empreinte carbone optimisés, les plannings de

livraison pour l'activité traiteur sont adaptés afin de réaliser le moins de kilomètres possibles.

#### « L'argent n'est pas mon motif dans la vie ! »

Les préparations sont servies dans des bocaux de confiture qui sont consignés 1€ mais seulement 3 clients sur 10 les ramènent. « J'accepte que les clients viennent avec leur propre contenant. Je leur offre même un cadeau pour les encourager. Je fais tout ce que je peux pour que tout le monde puisse manger sans pesticide de synthèse, pour nos enfants, pour protéger notre planète. C'est tellement essentiel. Ça me fait chaud au cœur d'avoir cette activité avec une telle dimension humaine, de mettre ma petite pierre à l'édifice. La marge normale en restauration est de l'ordre de 32 %, évidemment, si je n'étais pas en bio, le résultat serait probablement meilleur ou peut-être serais-je encore plus accessible ? Mais voilà, même si ce n'est pas le cas, si le retour sur investissement n'est pas totalement à la hauteur de l'engagement, de l'énergie que l'on y met, mon bonheur est dans l'autonomie, c'est mon choix d'être une femme libre et cela n'a pas de prix ».

#### Isabelle Carrère « La Cuisine de Demain »

Strasbourg (67)

**« Je suis persuadée que la façon de nous nourrir peut agir rapidement et efficacement sur les gaz à effet de serre et réduire notre bilan carbone, et que cette action ne dépend que de chacun d'entre nous », c'est ainsi que la Strasbourgeoise, Isabelle Carrère, introduit directement son propos.**

Elle s'est lancée avec deux autres associés dans un projet entrepreneurial à impact au nom sans ambiguïté, « La Cuisine de Demain ». Du repas individuel au buffet traiteur, les engagements résonnent comme autant de valeurs forgées d'un commun accord entre les nouveaux associés. Tous les contenants sont réutilisables, 95 % de produits viennent de moins de 100 km de Strasbourg et nous faisons une utilisation raisonnée des produits issus de l'élevage. »

#### Des recettes en 100 % bio & local sur le Grand-Est

Lancé en mars 2020, au tout début de la crise sanitaire, « au meilleur moment », comme le souligne Isabelle, la jeune équipe mobilise déjà 8 salariés et élabore des cartes mensuelles à partir d'un sourcing de produits bio et locaux. Il faut 20 ingrédients en moyenne pour une carte mensuelle qui comprend 2 entrées, 6 plats et 4 desserts. « La Cuisine de Demain » a identifié plus de 100 produits alsaciens et lorrains et travaille en direct avec des producteurs indépendants et plusieurs grossistes 100% bio et local. Dès le début, il a fallu être agile et s'adapter face à la crise. Labellisée bio « La Cuisine de Demain » est contrôlée par le Bureau Véritas, elle est également l'une des 12 lauréates du Label Eco-défis des artisans et artisans-commerçants lancé par l'Eurométropole de Strasbourg et la Chambre de Métiers d'Alsace avec le soutien de l'agence de l'eau Rhin-Meuse, du Fonds européen de développement régional (FEDER) et du programme Climaxion.

#### Des convictions et de l'envie

Isabelle Carrère a été sélectionnée comme ambassadrice de « Cuisinons Plus Bio » et d'emblée s'excuse de « ne pas être cheffe de cuisine ». Cela n'altère pas sa volonté d'aider à « faire comprendre ce qui se cache derrière le bio. Il y a tout un monde derrière le bio. Ce que cela implique ? C'est plus respectueux de demain. C'est plus manuel. C'est une honnêteté à expliquer ». La jeune femme est rodée à l'exercice, ayant la volonté de pratiquer avec ses collègues « la cuisine la plus vertueuse possible ». On ne veut pas non plus du bio qui vient du bout du monde. Ça n'a pas de sens. Nous voulons du bio local. Nous voulons réinventer des codes pour un monde meilleur et montrer qu'on peut y arriver. Je rêve à me dire que « La Cuisine de Demain » sera déclinée sur toute la France ».

#### Un impact environnemental et social

Le recrutement de l'équipe et sa fidélisation est facilitée par la cuisine engagée pratiquée et « la quête de sens », la relation directe établie avec

**68 %**\*

**DES FRANÇAIS  
SOUHAITENT  
DES PRODUITS BIO  
EN RESTAURATION  
COLLECTIVE.**

En réponse à ces attentes,

**65 %**\*

**DES  
ÉTABLISSEMENTS  
DE RESTAURATION  
COLLECTIVE  
DÉCLARAIENT  
PROPOSER  
DES PRODUITS  
BIO À LEURS  
CONVIVES  
EN 2019.**



les producteurs et les liens qui en découlent. Les horaires jouent également car l'équipe travaille du lundi au vendredi de 7h à 15h et bénéficie de son week-end entier, ce qui est peu fréquent en restauration. Néanmoins, il y a quelques contraintes, « beaucoup d'épluchage car nous travaillons quasiment que des produits bruts, donc ça joue aussi, c'est un challenge le 100% bio et local ». Isabelle Carrère évoque l'accueil réservé à l'activité traiteur 100% bio & local, « C'est une bonne surprise ! Il y a un attrait des élus et des collectivités locales pour cette activité. C'est super, on communique sur nous, on nous soutient ». Néanmoins, Isabelle regrette que cela ne se traduise pas toujours dans les contrats. Il y a un décalage dit-elle, entre les discours et les pratiques : « Il faut arrêter de manger du melon en hiver et en finir avec les coupelles en plastique ». Le 100% bio et local implique également de « mettre le juste prix pour que tout le monde gagne sa vie ». Malgré tout, une dynamique est créée, « La Cuisine de Demain » trace son sillon, s'investit au sein d'un petit réseau de traiteurs engagés, et à l'espoir que « ses recettes 100% bio et local de curry de légumes, de risotto au blé, de confit d'aubergines au thym, pois chiche et sésame, soient testées par le plus grand nombre, pour bien manger aujourd'hui et mieux vivre demain ».

## Émilien Rouable « L'inattendu »

Villecresne (94)

À Villecresnes, le restaurant « L'inattendu » s'est fait un nom. À la baguette, le chef Émilien Rouable, y revendique une cuisine gastronomique duale, à la fois liée à son caractère « un peu rude », et en même temps, une part de douceur plus « féminine », héritage des femmes de son enfance. Pour Émilien, membre actif d'Euro-Toques, s'engager pour des produits frais et de saison, c'est normal.

Au travers de ses créations, Émilien s'est donné pour mission de mettre en avant des produits de saison, cultivés ou bien élevés de manière durable et responsable.

### Le combat de la défense du produit

Il y a quelques années, il a rapidement adhéré aux propos convaincants de Guillaume Gomez et de Michel Roth pour s'allier avec eux et mener « le combat de la défense du produit » au sein d'Euro-Toques. Selon Émilien, c'est la base. L'idée de l'engagement associatif, « ce n'est pas pour avoir des médailles, mais bien d'avoir un vrai programme à défendre, c'est ce que je recherche, et avec Euro-Toques, ça me plaît ».

### Ce que la nature m'impose

Seuls les produits du moment guident la cuisine au quotidien. Ce pourrait être le leitmotiv d'Émilien qui a fait le choix de ne pas avoir de carte. Pour les fruits et légumes, il travaille en direct avec *La Ferme Hozabeilles*, spécialisée en production maraîchère biologique et disposant de sa boutique épicerie bio située dans le Val-de-Marne. Il privilégie également des poissons issus d'une pêche durable et des viandes élevées avec amour. Émilien revendique de « chercher avant tout des gens qui travaillent bien », car il veut de la simplicité et du goût avec des produits exceptionnels, et il s'avère, qu'ils sont souvent en bio.

### Oser y aller !

Le chef projette sa vision de la cuisine comme un cycle, « je commande des produits, en fonction des produits,

je m'adapte». Il aime cet exercice de travail sur le fil, l'enjeu que cela représente, le lien qu'il entretient avec les producteurs, les histoires d'hommes et de femmes qui y sont attachés, c'est vraiment cette quintessence qui le motive, l'inspire et le porte. Son univers culinaire est gourmand et éloquent « ce midi, c'était une raviolle végétale autour d'un coulis de pastèque, un chèvre frais magnifique, un sorbet de tomates et des olives de Kalamata issues du commerce équitable. Un pâté en croûte avec une saucisse fumée, du veau et du cochon. Une cuisse de volaille fermière et sa farce maison ». En ce sens, « le bio c'est l'humain, il ne faut pas l'oublier, c'est à partir de là que c'est beau » déclare-t-il. L'inattendu Émilien Rouable a trouvé sa voie. La destinée est toute tracée.

## Jean-Philippe Moulinier Lycée agricole "Le Petit Chadignac"

Saintes (17)

**Jean-Philippe Moulinier développe «l'intelligence collective et le bon sens au service du goût et d'une consommation en conscience». C'est ainsi que le Jury 2021 du Trophée national REGAL, (Réseau pour Éviter le Gaspillage Alimentaire), a salué la démarche innovante, remarquable, unique et inspirante mise en place. Cette récompense témoigne d'un engagement dans une aventure humaine et professionnelle construite au fil du temps et avec ferveur.**

Après un parcours classique en cuisine suivi d'une formation en école hôtelière et à différentes expériences en restauration gastronomique étoilée, Jean-Philippe déclare : « plus d'un quart de siècle que j'ai fait le choix de la restauration collective pour répondre à mes aspirations de l'époque ». Après avoir passé le concours de la fonction publique et occupé plusieurs postes, il est recruté comme chef de cuisine à « La cantine de Chadi » en septembre 2011. « Dès mon arrivée, je vois le potentiel de ce lycée qui détient sa propre exploitation de maraîchage bio, un environnement d'autant plus propice que l'on me met en confiance et que l'on me donne carte blanche pour lancer une démarche de qualité.

On se fixe un objectif et on mesure. Si on atteint l'objectif, on maintient et on passe à un autre objectif ». Cette approche, Jean-Philippe en a fait une feuille de route permanente en prenant le soin de pratiquer l'auto-évaluation systématique.

### Faire confiance et faire plaisir

La recette ? « Responsabiliser son équipe, embarquer tout le monde, pratiquer une cuisine responsable, poser des défis, faire confiance, établir la fiche technique ensemble, évaluer et modifier collectivement, c'est donner la priorité à l'humain, instaurer un climat propice à la créativité et à la sérénité. Ce sont aussi des valeurs du bio. C'est proposer quelque chose de sain. C'est donner et prendre du plaisir. Je dois montrer l'exemple » précise Jean-Philippe. Avec 300 couverts servis le midi et 150 le soir, « La cantine de Chadi » propose 64,5% de bio en 2022, versus 61% en 2021. Une progression constante depuis 2011 avec un prix de revient maîtrisé. Pour y parvenir, le suivi est méticuleux, à l'aide de ses tableaux Excel, le chef de cuisine fait parler les chiffres, assure le suivi des coûts et des budgets. Ainsi, il a gagné la confiance des équipes et de sa hiérarchie. La maîtrise du budget est cruciale car la démarche de progression constante engagée en bio se fait sans augmentation budgétaire. L'implication dans les réseaux, la lutte contre le gaspillage, les achats en vrac bio, le commerce équitable, la végétalisation des assiettes, l'achat d'animaux entier, le défi culinaire, la suppression du plastique en cuisine, et le calcul quotidien de l'empreinte carbone de chaque menu, font partie des leviers. Le résultat est flamboyant : labellisé bio en 2018, labellisé « Mon Restau Responsable » en 2019 (Restau'Co et FNH), labellisé « Commerce équitable » en 2020 (France Équitable), labellisé « Démarche Anti-Gaspi » en 2021, labellisé « Assiette Verte » en 2022 (Assiette végétale).

### Travailler « main dans la main »

L'excellence des relations avec les fournisseurs et les partenaires lui tient tout particulièrement à cœur. Jean-Philippe en dresse les louanges : apports réciproques d'expertises,

expressions des souhaits des uns et des autres, échanges et services mutuels, etc. La logique est aussi simple qu'implacable. Dans les faits cela se traduit aussi bien avec ses collègues en charge du maraîchage qu'avec *Biocoop*, son plus gros fournisseur via « Mangeons bio ensemble », la plateforme de distribution de produits biologiques et locaux issue du Poitou-Charentes pour la restauration collective publique et privée régionale. Le chef de cuisine évoque aussi le réseau développé avec *Bio Partenaires* ainsi que la relation établie avec une petite quinzaine de producteurs en direct, de gré à gré, y compris d'autres lycées agricoles. Il cite tout particulièrement le partenariat durable et de confiance avec *l'ENILIA* de Surgères. Avec cette école de laiterie, « on parle de produits », à tel point qu'ils ont développé ensemble un crème dessert avec un faible taux de sucre et, de surcroît, l'utilisation de sucre bio issu du commerce équitable. « Je suis un fervent défenseur de bons produits, de la qualité nutritionnelle et sanitaire, c'est important. Ma responsabilité c'est d'être présent, de parler avec les élèves, je suis présent au départ et au retour des plateaux, à chaque service. Je fais du contrôle qualité à l'instant T. C'est la moindre des choses. C'est cela notre mission de service public. On doit s'assurer que ce que l'on fait, fait effectivement plaisir aux élèves, plus particulièrement sur les menus végétariens. On doit instaurer ce climat de confiance, y compris avec les élèves. On se parle. On tient compte de leurs remarques. Tout du long, c'est un état d'esprit gagnant/gagnant. »

LE BIO EUROPÉEN ENGAGÉ À VOS CÔTÉS

# CuisinonsPlusBio

## À propos de l'Agence BIO

Créée en novembre 2001 et dotée d'une mission d'intérêt général, l'Agence BIO est un groupement d'intérêt public en charge du développement, de la promotion et de la structuration de l'agriculture biologique française. Elle rassemble au sein de son conseil d'administration des représentants des Pouvoirs Publics le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire et le ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires – et des professionnels (FNAB, Chambres d'agriculture France, Synabio, Coopération Agricole, FCD, Synadis Bio et Interbio).

Ses missions principales : communiquer et informer sur l'agriculture biologique et ses vertus environnementales. Produire, analyser et partager les chiffres du bio avec l'Observatoire National. « Être une instance » de dialogue entre l'amont agricole et l'aval industriel, entre les bios historiques et les plus récents. Investir le Fonds Avenir Bio de 13 millions d'euros sur les projets collectifs d'entrepreneurs du bio les plus structurants et les plus pérennes pour les filières bio françaises.

Pour plus d'informations :

Site web : [agencebio.org](http://agencebio.org)



@agencebio  
@cuisinonsplusbio.fr



@AgricultureBIO



@Agence BIO

Service presse de campagne **Gulfstream RP & Influence**

Mélissa OUKRAT - 06 86 06 16 09 - [mouakrat@gs-com.fr](mailto:mouakrat@gs-com.fr)

Anahita LESANI - 06 16 26 23 39 - [alesani@gs-com.fr](mailto:alesani@gs-com.fr)

Pour nous,  
pour la planète,  
**#BIO RÉFLEXE**

