

DOSSIER DE PRESSE



BIO EN RESTAURATION HORS DOMICILE *ENTRE LOI ET RÉALITÉ*

Enquêtes exclusives Agence BIO/CSA RESEARCH menées auprès
des élus et des acteurs de la restauration collective et commerciale



AGENCE BIO
AGENCE POUR LE DÉVELOPPEMENT
ET LA PROMOTION DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Novembre 2018



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE



* Enjoy it's from Europe = Plaisirs d'Europe

Le contenu de ce dossier de presse représente le point de vue de l'auteur uniquement et relève de sa responsabilité exclusive.
La Commission européenne décline toute responsabilité quant à l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'il contient.

SOMMAIRE

EDITO CROISÉ GÉRARD MICHAUT ET FLORENT GUHL

LE BIO EN RESTAURATION HORS DOMICILE : ÉTAT DES LIEUX

P8

- 1. LE BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE P8
- 2. LE BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE P18

LES ELUS ET LE BIO : ATTENTES ET PERSPECTIVES

P28

- 1. L'INTRODUCTION DU BIO EN RHD : PERCEPTION DES ELUS P28
- 2. LEVIERS ET FREINS P32

LES GRANDS TEMPS FORTS BIO

P34

- 1. LES TROPHEES BIO DES TERRITOIRES P34
- 2. LE SALON DES MAIRES ET DES COLLECTIVITES LOCALES P36
- 3. LES 11^E ASSISES DE LA BIO P37

Les Français veulent plus de produits bio et partout. Même si l'offre reste toujours relativement faible en restauration collective et commerciale, les élus veulent monter en gamme avec du bio local.

Les Français consomment Bio

Le marché des produits bio progresse de façon spectaculaire en France, et ce depuis plusieurs années. Le budget des Français consacré à la consommation à domicile de produits bio a bondi de 43 %¹ entre 2015 et 2017. Des achats réalisés principalement au sein de la grande distribution (46 % de parts de marché) et de la distribution spécialisée (36 % de parts de marché).

Cet appétit pour le bio ne s'arrête pas là... Plus de trois Français sur quatre souhaitent de plus en plus de bio dans les lieux de restauration hors de leur domicile comme le confirme le dernier baromètre mené par l'Agence BIO². De façon encore plus marquante, 81 % des actifs souhaitent plus de bio au sein de leur restaurant d'entreprise, et 90 % des parents interrogés veulent plus de produits bio dans les cantines de leurs enfants.

Mais la dynamique du bio en restauration hors domicile ne connaît pas celle de la restauration à domicile. En effet, en 2018, la part des produits bio représente 1,4% en valeur des achats alimentaires au sein de la restauration commerciale et 3% en valeur au sein de la restauration collective³.

A la suite des Etats Généraux de l'Alimentation, le gouvernement a pris en compte l'ensemble de ces tendances en inscrivant dans la loi un objectif à deux chiffres : *Au plus tard le 1^{er} janvier 2022, une part au moins égale, en valeur, à 20 % de produits bio ou issus d'une ferme en conversion sera comprise dans les repas servis dans les restaurants collectifs dont les personnes morales de droit public ont la charge.*

Des études exclusives commandées par l'Agence BIO

Consciente des préoccupations des Français et face à l'actualité législative, l'Agence BIO a lancé une grande étude, en deux volets, visant à dresser un état des lieux précis de la part de produits bio en restauration collective et commerciale d'une part, et à appréhender la vision et les motivations de nos élus pour répondre à cette demande sociétale, d'autre part.

Les chiffres que nous dévoilons aujourd'hui sont très intéressants : ils confirment que l'introduction des produits bio est très en retard par rapport aux attentes mais qu'il y a une grande volonté de nos élus de faire « bouger les lignes ».

Quelques chiffres 2018 extraits de ces études :

- 45 % des restaurants commerciaux proposent des produits bio et que 78 % des produits bio achetés sont d'origine France et 54 % sont même d'origine régionale
- 61 % des établissements de la restauration collective proposent des produits bio, plus précisément 79 % des restaurants scolaires, 58 % des établissements de restauration du travail, 34 % dans le secteur santé / social, avec 76 % des produits bio achetés d'origine France et 48 % d'origine régionale
- 1/3 des établissements proposent des produits en conversion vers l'agriculture biologique en restauration collective comme commerciale

La vision des élus locaux

84 % des élus interrogés déclarent que des produits biologiques sont proposés dans la restauration collective de leur territoire. Une initiative principalement motivée par la volonté de valoriser les produits locaux et limiter le gaspillage alimentaire.

L'introduction de produits bio, selon les élus, implique de composer avec certaines contraintes très opérationnelles : les coûts supplémentaires engendrés, les produits locaux à privilégier, le manque de fournisseurs...

Cela étant l'ambition de la loi est saluée par plus des deux-tiers d'entre eux.

Si pour favoriser la réalisation de cet objectif, 8 élus sur 10 demandent un accompagnement financier, les élus voudraient également de plus amples informations sur les acteurs et fournisseurs de la restauration bio, d'outils de mise en relation, de communication, etc. : en bref, des solutions concrètes adaptées à leurs contraintes.

Les prochaines actions de l'Agence BIO pour contribuer au développement de l'approvisionnement en bio

Par-delà ces constats, nous allons continuer à agir, concrètement, en mettant en place trois actions majeures.

Tout d'abord, les Trophées BIO des Territoires, qui visent à soutenir les projets des collectivités territoriales pour le développement de l'agriculture biologique est organisé pour la première fois cette année. Les 5 projets finalistes sont dévoilés aujourd'hui et sont soumis aux votes des internautes avec une remise des prix le 21 novembre prochain.

Ensuite, la présence forte de l'Agence BIO et de ses partenaires au Salon des Maires et des Collectivités Locales du 20 au 22 novembre où nous pourrons répondre de façon concrète aux questions des élus. Enfin, l'Agence BIO organise, le 27 novembre à l'Espace du Centenaire, les Assises de l'Agriculture Biologique où des acteurs majeurs vont témoigner sur les valeurs de l'agriculture biologique, présenter des projets territoriaux d'envergure et de nouveaux modes de distribution répondant aux attentes des consommateurs. Ce sera l'occasion d'écouter de nombreux témoins comme Olivier de Schutter, co-Président de l'IPES-Food, Sabrina Krief, primatologue au Muséum d'Histoire Naturelle, Philippe Saurel, Maire de Montpellier et Président de Montpellier Méditerranée Métropole et bien-sûr Didier Guillaume, Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation.



Gérard Michaut

Président de l'Agence BIO



Florent Guhl

Directeur de l'Agence BIO

1 Evaluation du marché alimentaire bio en 2017. Juin 2018. Agence BIO/AND international

2 Source : Baromètre 2018 « consommation et perception des produits biologiques en France » - Agence BIO /CSA RESEARCH

3 Evaluation du marché alimentaire bio en 2017. Juin 2018. Agence BIO/AND international et ;

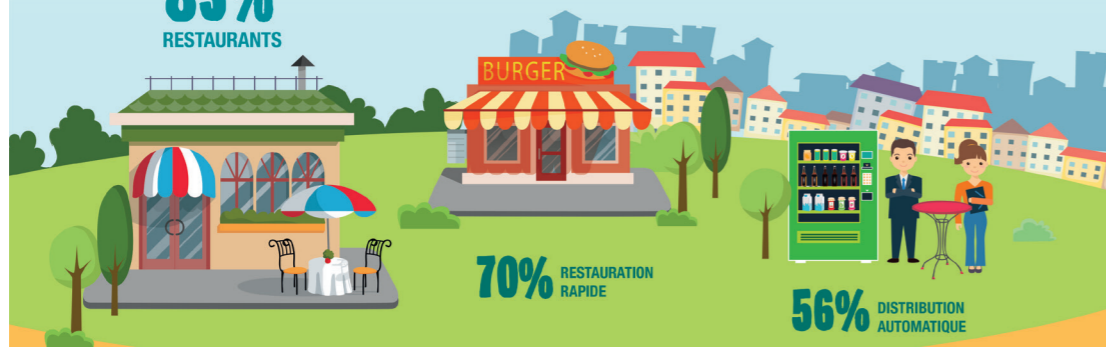
Le marché de la Restauration Hors Domicile en France 2017. Structure du marché et achats alimentaires. Agence BIO/Girafoodservices



LE BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE

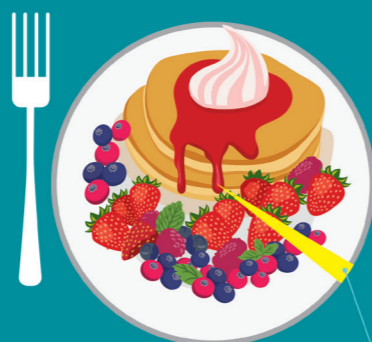
LES FRANÇAIS EN ATTENTE DE BIO HORS DOMICILE

83%
RESTAURANTS



UN MARCHÉ EN CROISSANCE

206 millions
D'EUROS EN 2017
(+13% vs. 2016)



Soit **1,4%**
DU MARCHÉ de
la restauration
commerciale

EN RESTAURATION COMMERCIALE

45% des établissements proposent des produits bio



51% DES HÔTELS ET HÉBERGEMENTS SIMILAIRES



46% DES RESTAURATIONS TRADITIONNELLES



45% DES RESTAURANTS DE LA RESTAURATION RAPIDE

31% des établissements proposent des produits EN CONVERSION VERS L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE



38% DES DÉBITS DE BOISSON



23% proposent des ingrédients ou produits bio uniquement



21%
1/MOIS



11% proposent des plats entièrement bio



19%
1/SEMAINE

4% proposent des menus/formules avec toutes les composantes bio



15%
TOUS LES JOURS



78% ORIGINE FRANÇAISE

54% ORIGINE RÉGIONALE



CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE



* Enjoy it's from Europe = Plaisirs d'Europe

Sources :

1 - Baromètre consommation Agence BIO / CSA Research Janvier 2018 • 2 - Evaluation du marché alimentaire bio en 2017. Juin 2018. Agence BIO/AND international • 3 - Etude Agence BIO / CSA Research Septembre 2018

Le contenu de ces infographies représente le point de vue de l'auteur uniquement et relève de sa responsabilité exclusive. La commission européenne décline toute responsabilité quant à l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elles contiennent.

LE BIO EN RESTAURATION HORS DOMICILE : ÉTAT DES LIEUX

Selon la société GIRA FOODSERVICE, le marché de la restauration hors domicile (RHD) s'inscrit dans une dynamique positive soutenue par un climat économique de confiance des Français et une fréquentation touristique record. Les habitudes de consommation plus favorables, tournées vers un fractionnement des prises alimentaires et une consommation nomade et à la recherche de nouveaux espaces d'expériences viennent conforter cette tendance.

En 2017, le marché de la restauration hors domicile (RHD)⁴ représentait :

- 7,5 milliards de repas dont 3,8 milliards de repas servis en restauration commerciale
- 60,6 milliards d'euros HT de chiffre d'affaires
- 22,9 milliards d'euros HT d'achats alimentaires et boissons dédiés à la RHD
- 260 000 structures de restauration dont près de 70 % appartiennent à la restauration commerciale
- 46 % des volumes des repas sont issus des groupes de restauration

Pour la 6^e année consécutive, l'Agence BIO a mené une enquête auprès des acteurs de la restauration collective. Portée par la demande croissante des Français en matière de bio et par la législation, l'Agence BIO a souhaité élargir cette enquête aux établissements de la restauration commerciale afin de dresser un état des lieux plus complet de la part du bio en RHD.

1. LE BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE : UN MARCHÉ À CONQUÉRIR

En France, la dynamique de la restauration commerciale est étroitement liée aux tendances sociétales : pouvoir d'achat, rythme de vie, nouveaux concepts alimentaires (effets de modes, nouveaux services, etc.). Même si le service à table reste le moteur du marché, en termes de chiffre d'affaires, la restauration rapide absorbe l'essentiel de la croissance représentant aujourd'hui la majorité des repas servis.

Alors que le bio est en plein essor, avec des attentes fortes des consommateurs notamment en restauration à table (83 %)⁵ et restauration rapide et à emporter (70 %)⁵, quelle est la place des produits bio en restauration commerciale ?

Avec 206 millions d'euros hors taxes en 2017⁶, le bio représente 1,4 % des achats alimentaires en valeur du marché de la restauration commerciale.



METHODOLOGIE DE L'ENQUETE : Afin de mesurer l'introduction des produits bio en restauration commerciale en 2017, CSA RESEARCH a interviewé par téléphone 1044 établissements représentatifs de la restauration commerciale inscrits au registre national du commerce et des entreprises et dont le code NAF correspond aux secteurs de la restauration traditionnelle, des cafétérias, de la restauration rapide, des services traiteurs, des débits de boisson et des hôtels, en septembre 2018, avec des quotas sur le secteur et la région qui ont permis un redressement des résultats d'enquête.

LE BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE : UNE VOLONTÉ

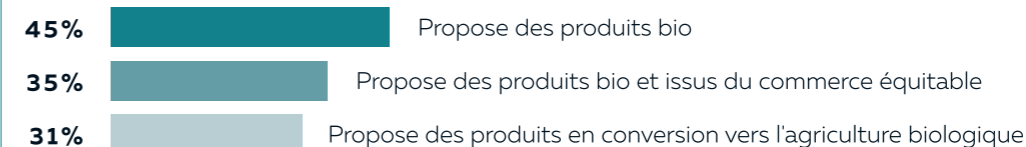
En 2018, près d'un établissement sur deux déclare proposer des produits bio (45 %)⁷ au moins de temps en temps.

Q.0 Proposez-vous des produits biologiques dans votre établissement, ne serait-ce que de temps en temps ?

QObis. Proposez-vous des produits en conversion vers l'agriculture biologique, ne serait-ce que de temps en temps ?

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

Base : Ensemble (n=1044)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

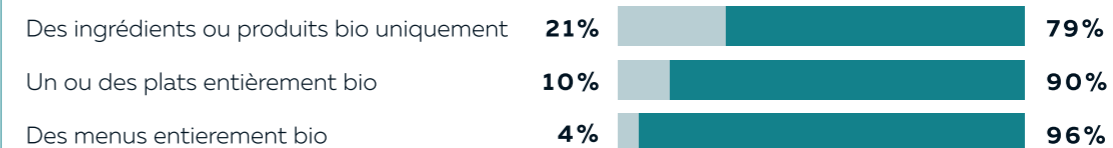
... MAIS PEU MISE EN ŒUVRE

En s'intéressant de plus près à la fréquence de cette introduction de produits bio dans les menus proposés aux convives, on constate que :

- 21 % des établissements proposent un ingrédient ou produits bio au moins une fois par mois.
- Seulement 10 % des établissements déclarent proposer un voire des plats entièrement bio au moins une fois par mois.
- Quant aux menus entièrement bio, ils sont 4 % à en proposer au moins une fois par mois.

Q.7/Q.8 Proposez-vous à vos convives ... ?

Base : Ensemble (n=1044)



Au moins une fois par mois ou + Moins souvent / Jamais

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

4 Source : Le marché de la Restauration Hors Domicile en France 2017. Structure du marché et achats alimentaires. Agence BIO/GIRA foodservices. Société GIRA Foodservice

5 Source : Baromètre 2018 « consommation et perception des produits biologiques en France » - Agence BIO /CSA RESEARCH

6 Source : Evaluation du marché alimentaire bio en 2017. Juin 2018. Agence BIO/AND international

7 Source : Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

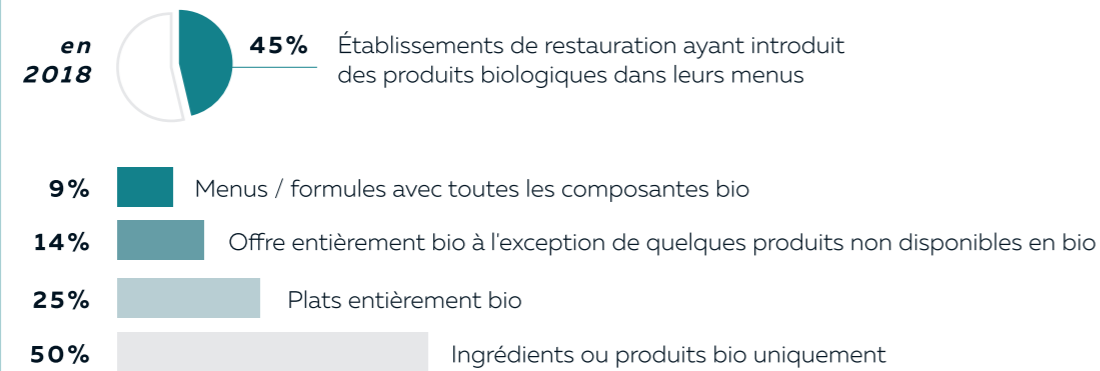
UNE PRÉSENCE DU BIO VIA UN INGRÉDIENT OU UN PRODUIT

Pour 50 % des établissements qui proposent des produits bio dans leurs menus, cette introduction passe par un produit bio ou un ingrédient bio dans l'élaboration de la recette, alors que seuls 9 % des établissements proposent des menus complets à base de produits issus de l'agriculture biologique.

Q.0 Proposez-vous des produits biologiques dans votre établissement, ne serait-ce que de temps en temps ?

Q.7 Proposez-vous à vos clients... ?

Base : Propose des produits bio (n=476)



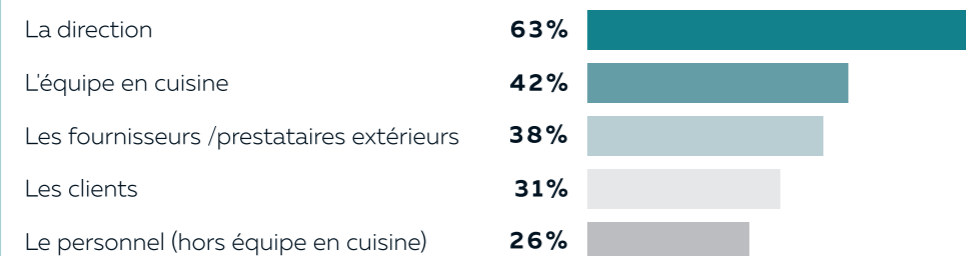
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

UN CHOIX DU BIO PORTÉ PAR LA DIRECTION

Ce sont les dirigeants des établissements qui choisissent d'introduire les produits biologiques dans leurs établissements (63 %), suivis des équipes de cuisine (42 %).

Q.2ba Diriez-vous que l'introduction des produits biologiques dans votre établissement a été impulsée par... ?

Base : Propose des produits bio (n=476)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

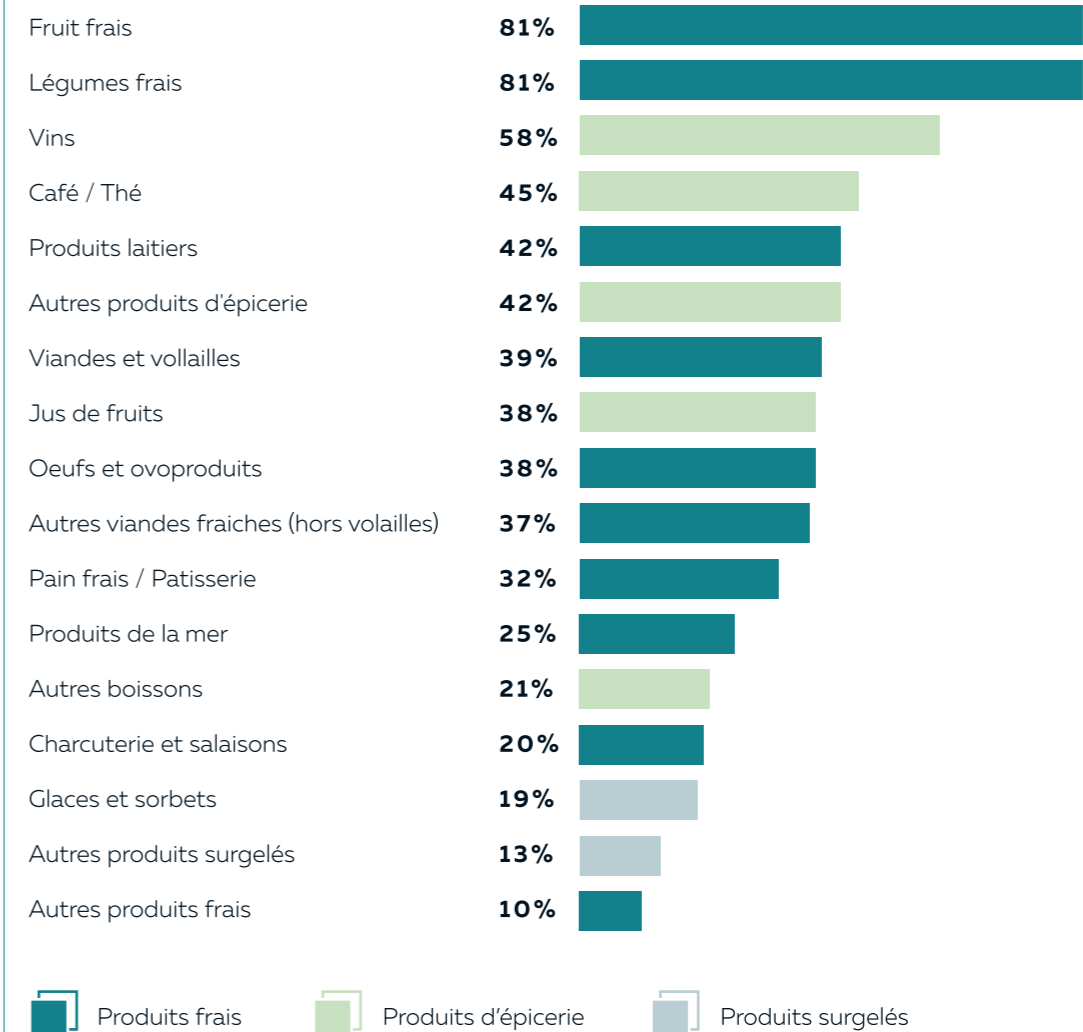
ZOOM SUR LE TOP DES FAMILLES DE PRODUITS BIO...

Parmi les familles de produits bio, ce sont les fruits et les légumes frais qui sont très majoritairement présents (81 % des établissements acheteurs).

Suit le vin bio, à la carte de plus de la moitié des établissements (58 %), puis le café ou le thé (45 %) qui devancent de peu les produits laitiers (42 %).

Q.1 Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base : Propose des produits bio (n=476)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

...MAJORITAIREMENT D'ORIGINE FRANCE ET DE PROXIMITÉ

78 % des produits bio achetés sont d'origine française dont 54 % d'origine régionale.

En effet, 60 % des établissements proposant du bio, encouragent l'approvisionnement bio de proximité.

Q.2c A combien estimez-vous la part, c'est à dire le pourcentage, de vos achats de produits bio...

Base : Propose des produits bio (n=476)



ORIGINE HORS UE
6%



ORIGINE UE (Hors France)
16%

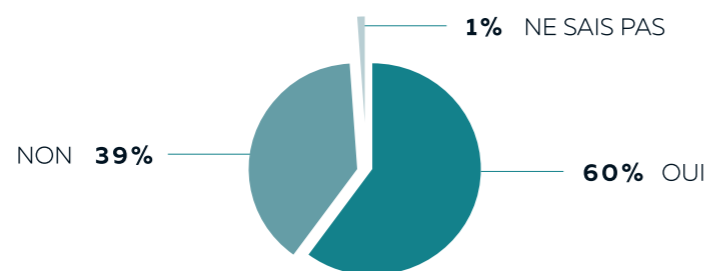


ORIGINE FRANCE
Dont origine régionale 54%
78%

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Q.2d1 Dans vos achats de denrées, l'approvisionnement bio de proximité est-il encouragé ?

Base : Propose des produits bio (n=476)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH



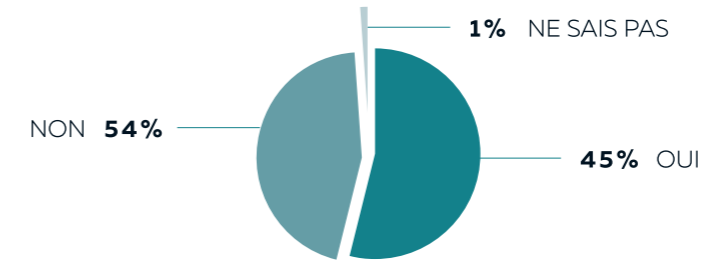
PLUS DE BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE : QUEL IMPACT FINANCIER ?

Pour plus d'un établissement sur deux, l'introduction du bio n'a pas généré de surcoût (54 %).

Quant aux établissements qui ont enregistré un surcoût matière, 39 % déclarent qu'il est inférieur à 10 %. La réduction du gaspillage (86 %) et l'équilibre matière (80 %) sont les leviers privilégiés par les établissements pour réduire ce surcoût.

Q.12b Y a-t-il un surcoût des menus ou des plats liés à l'introduction des produits bio ?

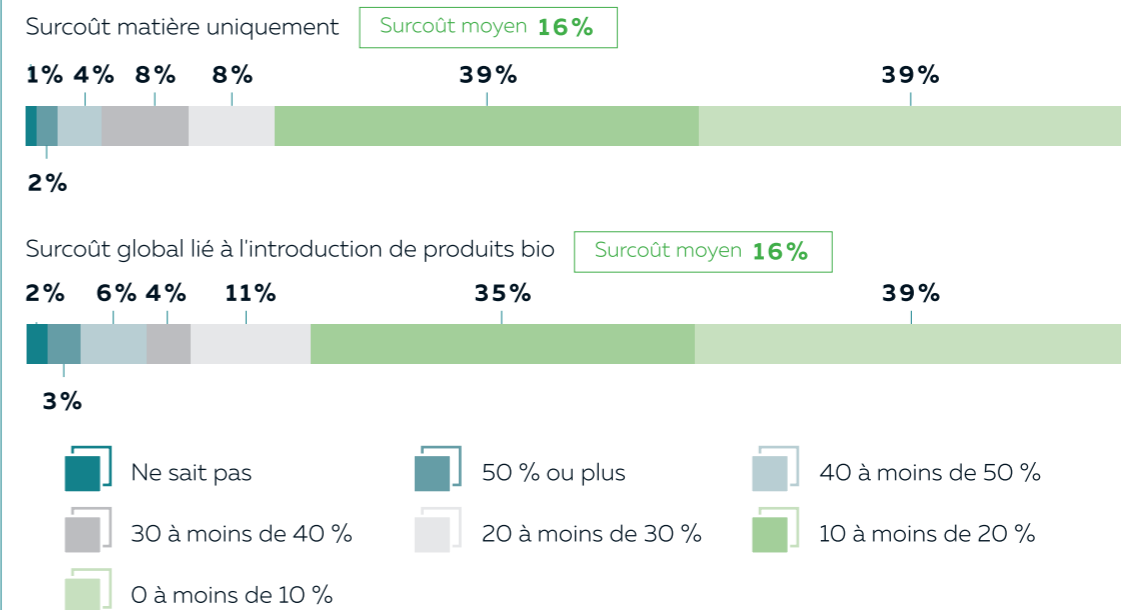
Base : Propose des produits bio (n=476)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Q.12c Pour chacun des éléments suivants, à combien estimez-vous ce surcoût ?

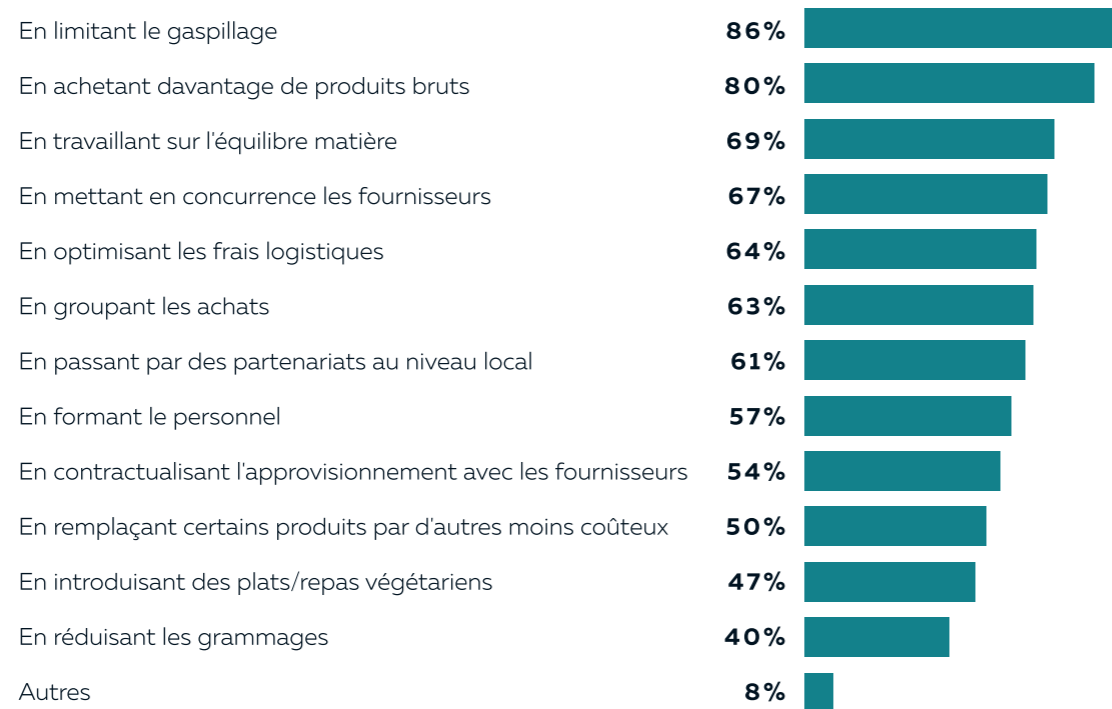
Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=203)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Q.12 De quelle manière avez-vous diminué ce surcoût ?

Base : A constaté une baisse du surcoût (n=110)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

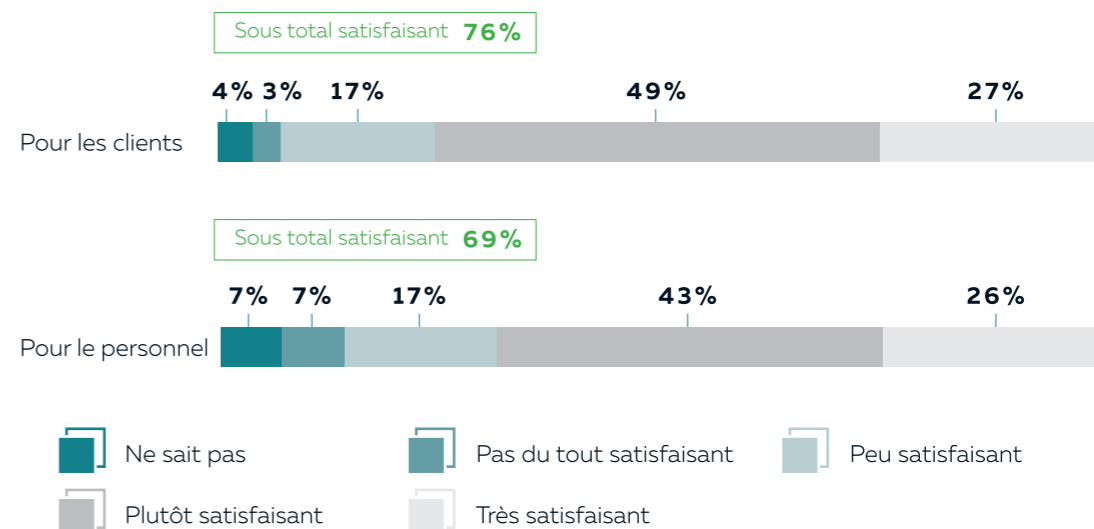
BILAN DE L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE

Plus des trois quarts des établissements qui proposent aujourd'hui du bio (76 %) estiment que cette introduction est satisfaisante pour leurs clients.

Un personnel de restaurant également satisfait de pouvoir proposer à ses clients des produits bio (69 %).

Q.30 Comment caractériseriez-vous le bilan de l'introduction des produits biologiques pour les clients / pour le personnel ?

Base : Propose des produits bio (n=476)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

CE QU'IL FAUT RETENIR

45 % des établissements de la restauration commerciale proposent des produits bio, de temps en temps.

21 % en proposent une fois par mois, 19 % seulement une fois par semaine et 15 % tous les jours.

Les fruits et les légumes frais sont les produits bio les plus souvent introduits, suivis par le vin.

La part de produits bio dans les achats alimentaires de la restauration commerciale est de 1,4 % en valeur.

Pour plus d'un établissement sur deux, l'introduction du bio n'a pas généré de surcoût (54 %).

Pour les autres, ce surcoût a pu diminuer en limitant le gaspillage alimentaire et en gérant mieux les équilibres matière.

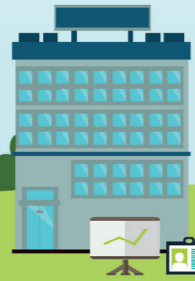
76 % des établissements estiment que les clients sont satisfaits de l'introduction de produits bio.



LE BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE

LES FRANÇAIS EN ATTENTE DE BIO HORS DOMICILE

81%
des actifs sur leurs
LIEUX DE TRAVAIL



90%
des parents en
RESTAURATION SCOLAIRE



80%
HÔPITAUX



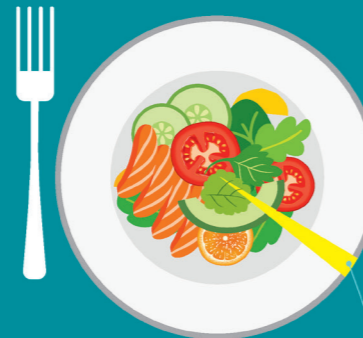
77%
MAISONS
DE RETRAITE



73%
CENTRES
DE VACANCES

UN MARCHÉ EN CROISSANCE

246 millions
D'EUROS EN 2017
(+7% vs. 2016)



Soit **3%**
DU MARCHÉ de
la restauration
collective

EN RESTAURATION COLLECTIVE

61% des établissements
proposent des produits bio



79% EN RESTAURATION SCOLAIRE

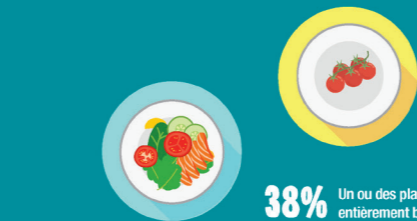


58% EN RESTAURATION DU TRAVAIL



34% EN RESTAURATION SANTÉ / SOCIAL

34% des établissements proposent des produits
en conversion vers l'agriculture biologique



38% Un ou des plats
entièrement bio

18% Un ou des menus / formules
dans lesquels toutes les
composantes sont bio

13% Une offre
entièrement bio

41%
Des ingrédients ou produits
bio uniquement



34%
1/MOIS



27%
1/SEMAINE



13%
TOUS LES JOURS

Dans les établissements de la restauration collective :



53%
proposent des
FRUITS FRAIS BIO



49%
proposent des
PRODUITS LAITIERS BIO



48%
proposent des
LÉGUMES BIO

76%
ORIGINE FRANÇAISE



48%
ORIGINE RÉGIONALE



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE



* Enjoy it's from Europe - Plaisirs d'Europe

Sources :

1 - Baromètre consommation Agence BIO / CSA Research Janvier 2018 • 2 - Evaluation du marché alimentaire bio en 2017. Juin 2018. Agence BIO/AND international • 3 - Etude Agence BIO / CSA Research Septembre 2018

Le contenu de ces infographies représente le point de vue de l'auteur uniquement et relève de sa responsabilité exclusive. La commission européenne décline toute responsabilité quant à l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elles contiennent.

2. LE BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE

Particularité française, près d'un repas sur deux² consommé hors domicile l'est auprès des structures de restauration collective. Deux segments phares concentrent les deux tiers du volume des repas, **l'enseignement et le social**, et porteront l'essentiel de la croissance du secteur dans les années à venir.

Ce marché est caractérisé par une gestion rigoureuse du coût matière. L'optimisation de la fonction liée aux achats alimentaires revêt une dimension toujours plus stratégique et fait écho à la croissance des centrales d'achats ou de référencements spécialisés. En parallèle, des attentes fortes existent en matière d'approvisionnement local ou régional, de mise en place de démarches responsables (comme la lutte contre le gaspillage alimentaire).

En 2017, **81 %** des Français déclarent être intéressés par des repas intégrant des produits bio sur leurs lieux de travail, **80 %** dans les hôpitaux, **77 %** en maison de retraite. En outre, 9 parents sur 10 souhaitent que des produits bio soient proposés en restauration scolaire. Force est de constater que les attentes des Français³ en matière de bio, sont de plus en plus prégnantes.

L'introduction de produits biologiques au sein des établissements de la restauration collective, initiée il y a déjà quelques années dans certaines agglomérations, se propage sur l'ensemble du territoire.

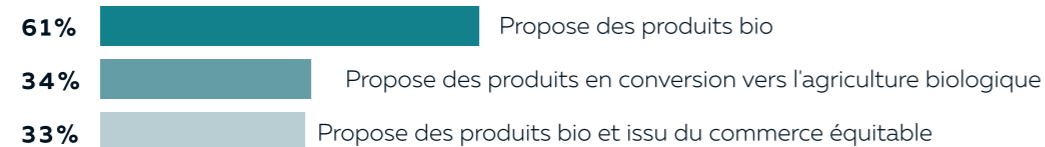
LE BIO PROGRESSE EN RESTAURATION COLLECTIVE

61 % des établissements interrogés proposent des produits bio (+4 points vs 2017) : un chiffre, pour la première fois, significativement en hausse depuis 2012⁸. Certains établissements proposent également des produits en conversion biologique (**34 %**) et des produits bio et issus du commerce équitable (**33 %**).

Q.0 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 ?



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH



METHODOLOGIE DE L'ENQUETE : Afin de mesurer l'introduction en 2018 des produits bio en restauration collective dans les secteurs de l'enseignement, du travail et de la santé/social, CSA RESEARCH a interviewé par téléphone, en septembre 2018, **1044** établissements représentatifs de la restauration collective publics comme privés via un fichier de contacts représentatifs du marché fourni par Gira, avec des quotas sur la région pour **un redressement des résultats d'enquête afin d'être représentatif des régions, des types d'établissements et de leur secteur d'activité.**

² Source : Le marché de la Restauration Hors Domicile en France 2017. Structure du marché et achats alimentaires. Agence BIO/GIRA foodservices.

³ Source : Baromètre 2018 « consommation et perception des produits biologiques en France » Agence BIO /CSA RESEARCH

⁸ Source : Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH.

A noter, l'Agence BIO pilote cette étude annuelle depuis 2012.

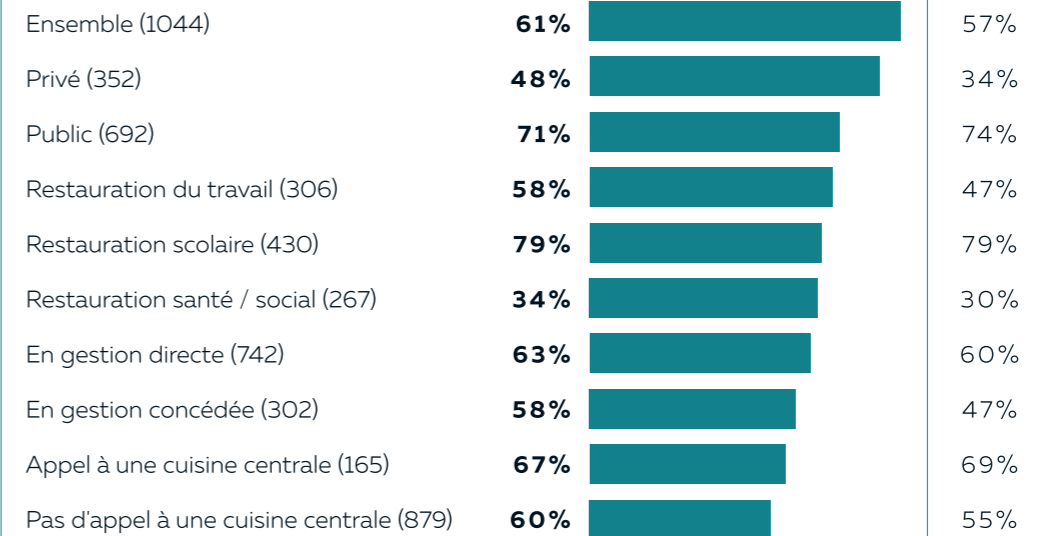
DANS TOUS LES TYPES D'ÉTABLISSEMENTS

Même si les établissements publics proposent plus largement du bio que les établissements privés (**71 %** des établissements publics vs **48 %** des privés), l'écart se réduit avec un fort développement du bio au sein des établissements privés (+14 points).

79 % des établissements de la restauration scolaire proposent du bio (score équivalent à 2017) alors qu'ils ne sont que **58 %** en restauration du travail à le faire (+11 points vs 2017), et seulement **34 %** en restauration de la santé et du social (**30 %** en 2017).

Q.0 Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

Base : Ensemble (n=1044)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

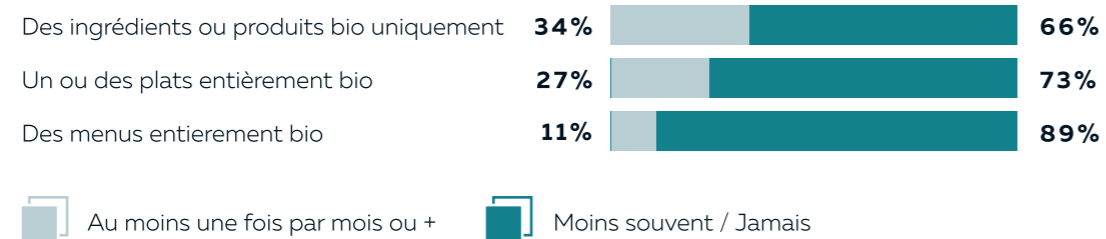
MAIS À UN RYTHME PEU SOUTENU

34 % des établissements proposent un ingrédient ou un produit bio au moins une fois par mois.

En 2018, seul un établissement de restauration collective sur dix propose un menu entièrement bio au moins une fois par mois.

Q.7 Proposez-vous à vos convives ?

Base : Propose des produits bio (n=1044)



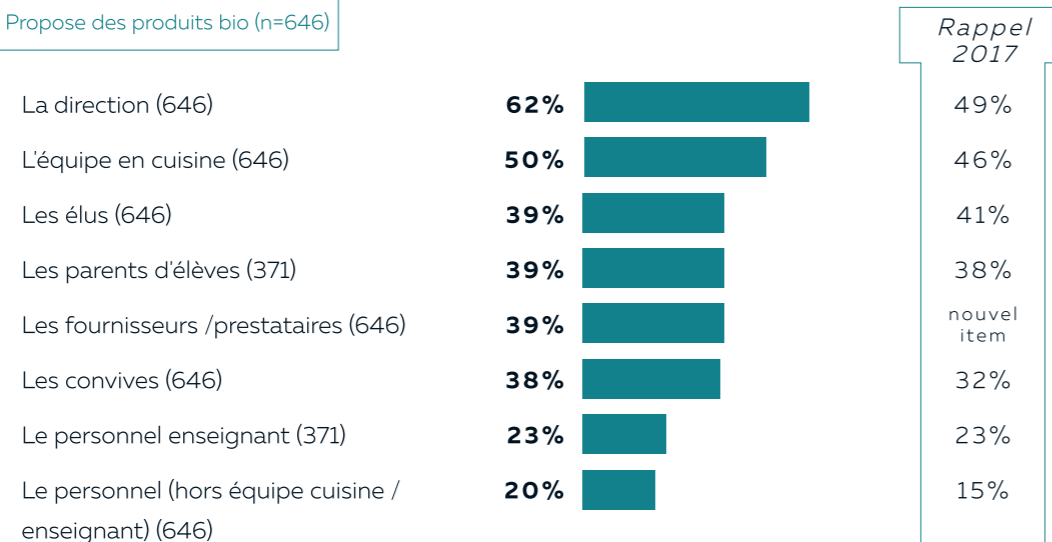
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

LE BIO IMPULSÉ PAR LA DIRECTION

À l'instar de la restauration commerciale, la décision d'introduire du bio en restauration collective revient à la direction (62 %, +13 points vs 2017) suivie des équipes en cuisine (50 %).

Q.2ba Diriez-vous que l'introduction des produits biologiques dans votre établissement a été impulsée par... ?

Base : Propose des produits bio (n=646)



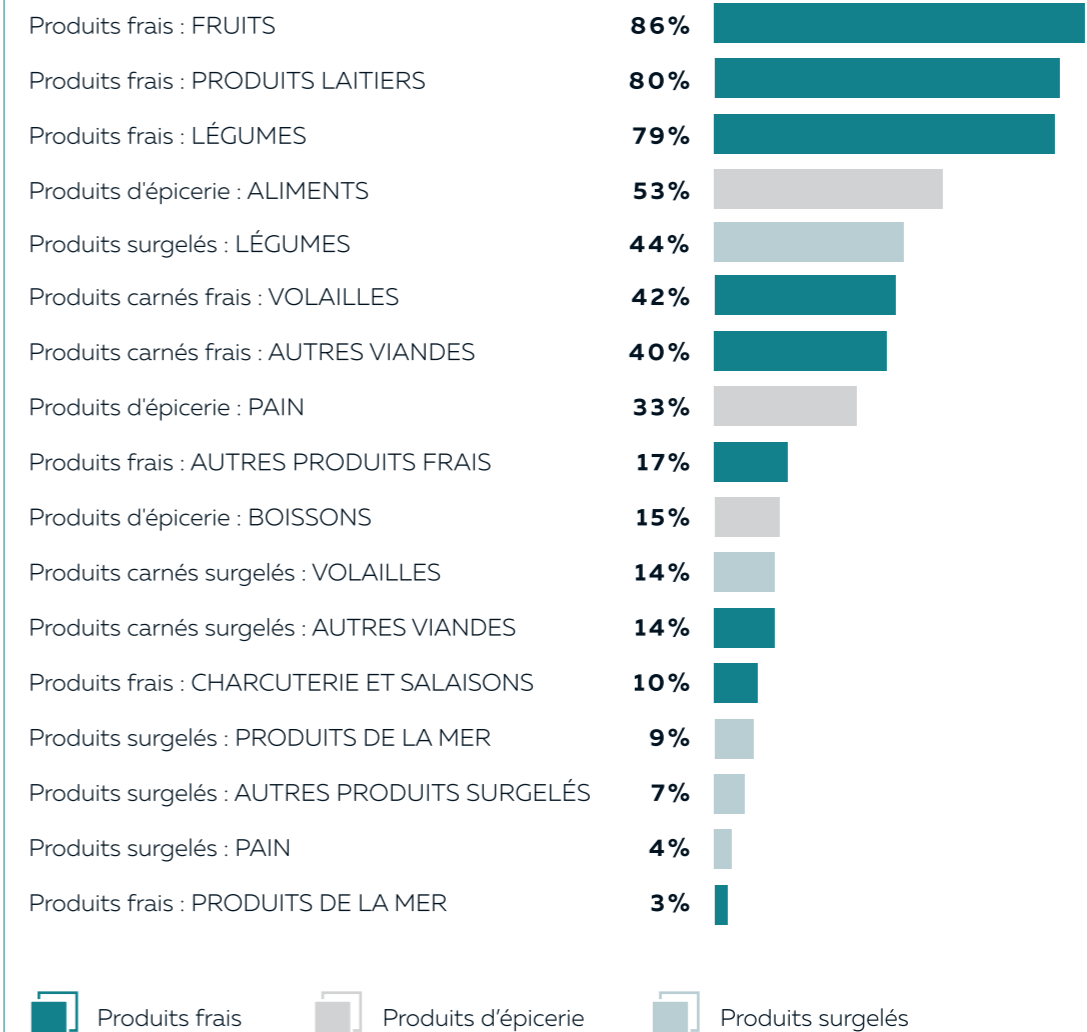
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

ZOOM SUR LE TOP DES FAMILLES DE PRODUITS BIO

Parmi les établissements introduisant des produits issus de l'agriculture biologique, ce sont les fruits frais qui sont très majoritairement proposés (86 % des établissements acheteurs). Les pommes ont toujours autant de succès (8 acheteurs sur 10). Viennent ensuite les produits laitiers (80 % des établissements acheteurs) avec une forte prévalence des yaourts (77 % d'acheteurs) puis, les légumes frais (79 %, +7 points vs 2017), catégorie toujours portée par les carottes (69 % d'acheteurs).

Q.1 Pour chacune des catégories de produits suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

Base : Propose des produits bio (n=646)

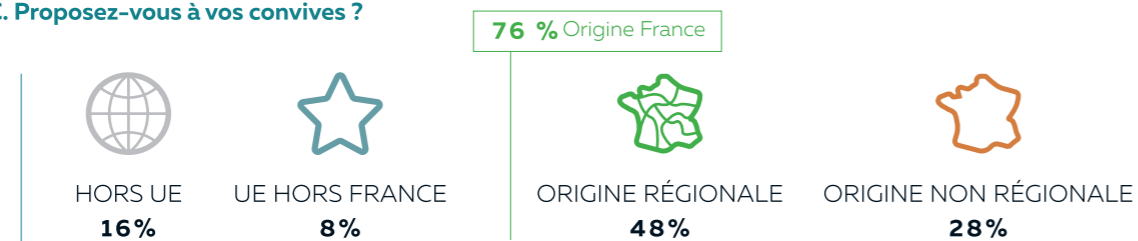


Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

UNE ORIGINE DES PRODUITS BIO ET LOCALE

Les produits bio restent le plus souvent d'origine France (76 % des achats de bio). 71 % des établissements de restauration collective encouragent l'approvisionnement bio de proximité.

Q2C. Proposez-vous à vos convives ?



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

PLUS DE BIO EN RESTAURATION : QUEL IMPACT FINANCIER ?

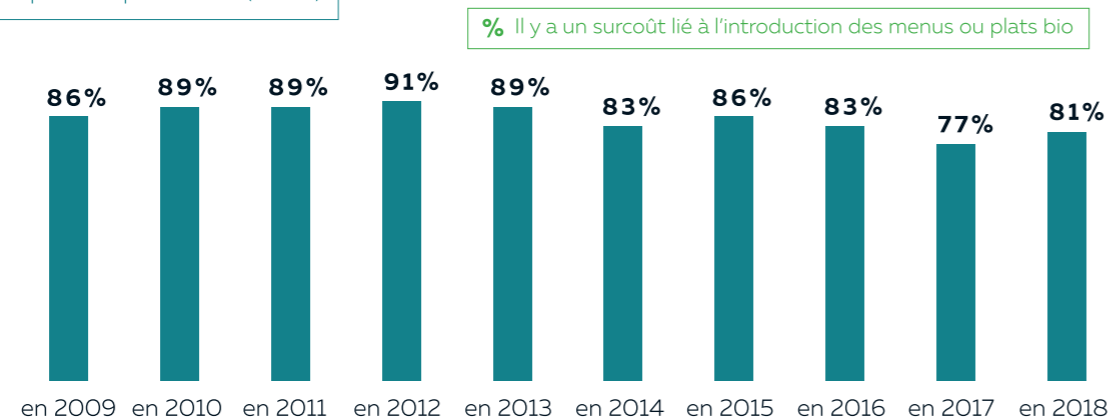
81 % des acheteurs de produits bio estiment qu'il y a un surcoût lié à l'introduction de produits bio.

Dans ces établissements, le surcoût est évalué à 18 % au global (16 % en 2017). Ce score est relativement stable depuis 2013. Dans 44 % des cas, le surcoût est lissé sur l'ensemble des repas. Pour les autres, il est soit pris en charge par le donneur d'ordre (24 %, en hausse cette année de +8 points), soit payé par l'ensemble des convives (22 %) ou, plus marginalement, payé uniquement par les convives consommant du bio (9 %).

Parmi ceux ayant observé un surcoût, 62 % ont cherché à le limiter, principalement en limitant le gaspillage (92 %), en mettant en concurrence les fournisseurs (72 %) ou en passant par des partenariats au niveau local (71 %).

Q.12b Y a-t-il un surcoût des menus ou des plats liés à l'introduction des produits bio ?

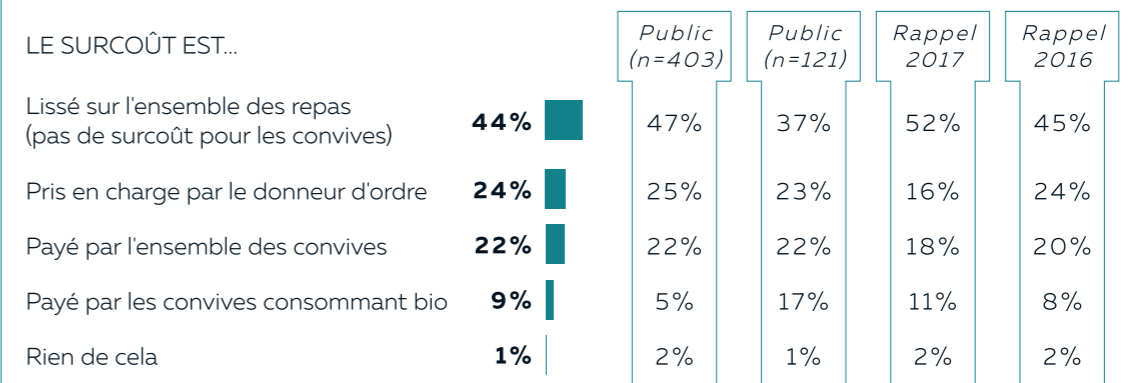
Base : Propose des produits bio (n=646)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Q.12c le surcoût lié à l'introduction des produits bio est-il principalement...

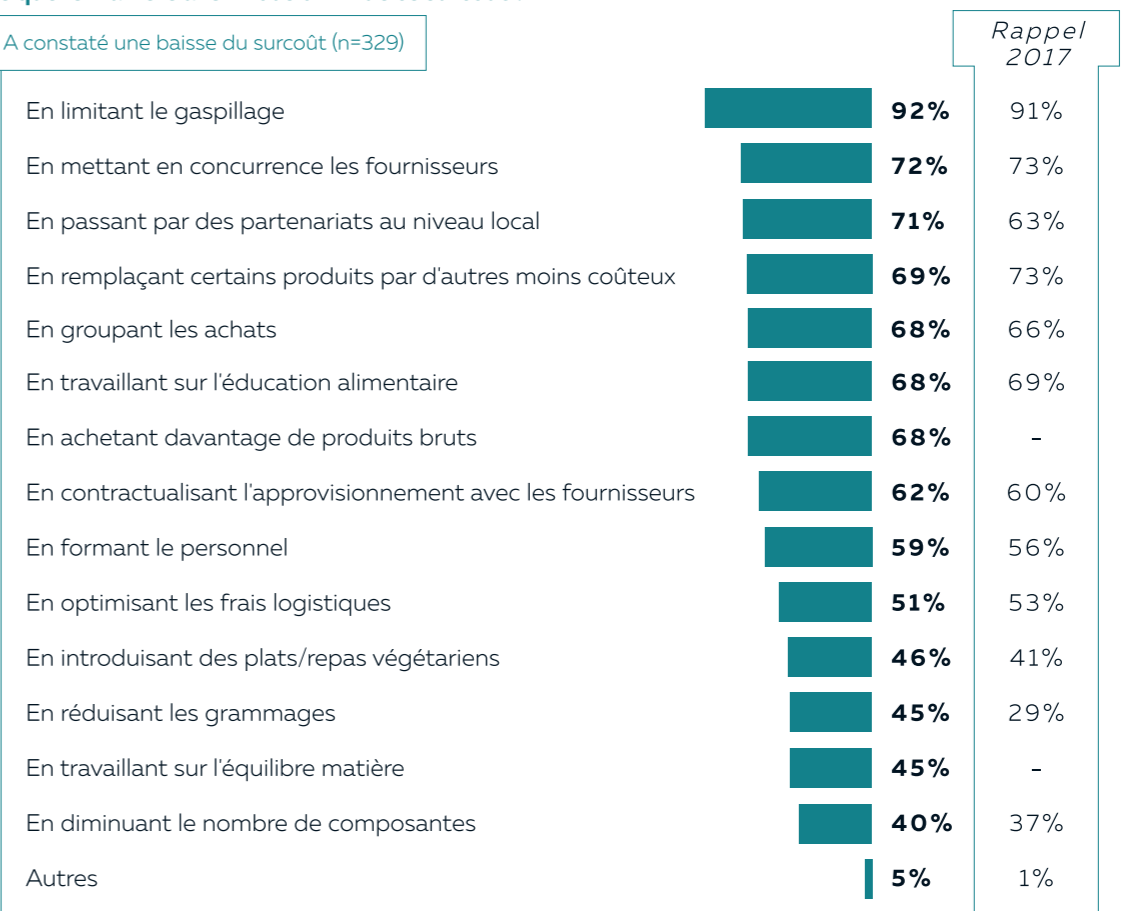
Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=524)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Q.12 De quelle manière avez-vous diminué ce surcoût ?

Base : A constaté une baisse du surcoût (n=329)



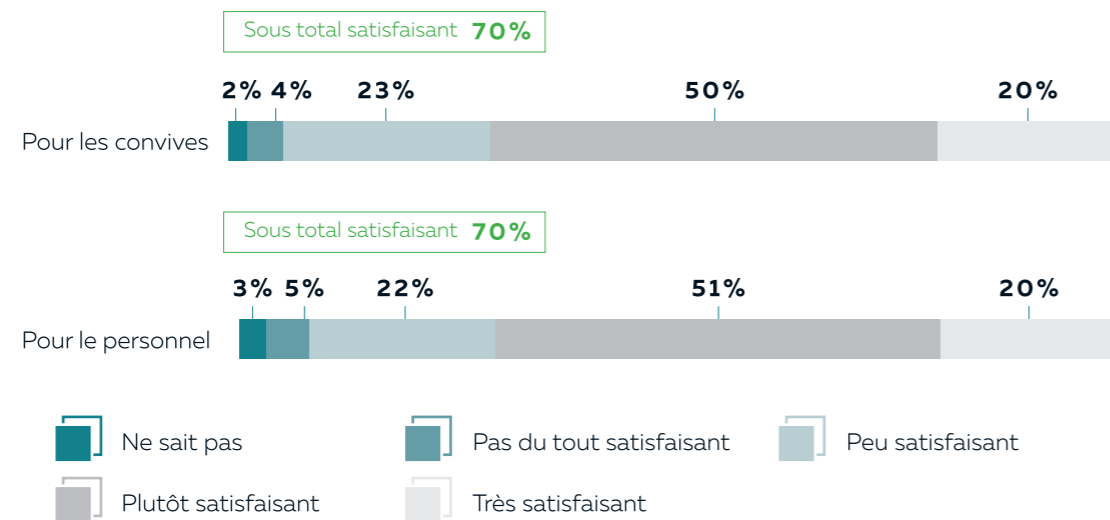
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

BILAN DE L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO

70 % des établissements proposant du bio estiment que l'introduction de bio est satisfaisante pour leurs convives comme pour le personnel.

Q.30 Comment caractériseriez-vous le bilan de l'introduction des produits biologiques pour les clients / pour le personnel ?

Base : Propose des produits bio (n=646)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

CE QU'IL FAUT RETENIR

61 % des établissements de la restauration collective proposent des produits bio en 2018, résultat pour la première fois en hausse depuis 2012 (+4 points vs 2017).

Les établissements publics proposent plus souvent du bio que les établissements privés (71 % vs 48 %).

79 % des établissements de la restauration scolaire proposent du bio (score équivalent à 2017) tandis que ceux de la restauration du travail, malgré une progression de 11 points vs 2017, ne sont que 58 % à le faire, et seulement 34 % pour la restauration de la santé et du social (30 % en 2017).

Les produits biologiques demeurent le plus souvent introduits par les directions d'établissements et encore plus cette année (62 %, +13 points vs 2017).

Les principaux produits bio proposés sont :

- Les fruits frais (86 % des établissements proposant du bio achètent des fruits frais bio, stable par rapport à 2017). Les pommes ont toujours autant de succès (8 acheteurs sur 10).
- Les produits laitiers (80 % d'établissements acheteurs) avec une prépondérance des yaourts (77 % des acheteurs).
- Les légumes frais (79 %, +7 points vs 2017), une catégorie toujours portée par les carottes (69 % d'acheteurs).

LE BIO VU PAR LES ÉLUS

DES PRODUITS BIOLOGIQUES EN RESTAURATION COLLECTIVE : UNE PRATIQUE COURANTE MAIS À DE FAIBLES NIVEAUX

84% des élus interrogés déclarent que sont proposés DES PRODUITS BIOLOGIQUES DANS LEUR RESTAURATION COLLECTIVE DANS DES QUANTITÉS VARIABLES

Pour **90%** d'entre eux, il s'agit d'une démarche motivée par la volonté DE VALORISER DES PRODUITS LOCAUX, DE LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE, en ligne avec la politique de santé publique, de prévention et d'éducation menée dans leur territoire

85% des élus interrogés connaissent la loi EGALIM

Plus des **2/3** prévoient une augmentation de la part des produits bio d'ici 2022, dont pour 45% afin d'atteindre 20% de la part des achats

PRODUITS BIO, UNE INTRODUCTION SOUS CONTRAINTES OPÉRATIONNELLES

PARMI LES FREINS IDENTIFIÉS :



82%
les COÛTS SUPPLÉMENTAIRES engendrés



70%
vouloir PRIVILÉGIER LES PRODUITS LOCAUX, quel que soit le mode de production



63%
LE MANQUE DE FOURNISSEURS, de produits bio



42%
des élus font face à une DEMANDE FORTE des usagers sur ce sujet

RETOUR D'EXPÉRIENCE ET BONNES PRATIQUES

POUR FAVORISER LA RÉALISATION DE L'OBJECTIF DE 20% :



81%
demandent un ACCOMPAGNEMENT FINANCIER



61%
ont besoin de MIEUX CONNAÎTRE LES ACTEURS ET FOURNISSEURS de la restauration bio



53%
D'OUTILS DE MISE EN RELATION



48%
D'OUTILS DE COMMUNICATION



CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE



* Enjoy It's from Europe - Plaisirs d'Europe

Source : « L'introduction des produits bio en restauration collective et les perceptions des élus » Agence BIO / CSA Research Septembre 2018

Le contenu de ces infographies représente le point de vue de l'auteur uniquement et relève de sa responsabilité exclusive. La commission européenne décline toute responsabilité quant à l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elles contiennent.

LES ELUS ET LE BIO : ATTENTES ET PERSPECTIVES

La loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable, issue des Etats Généraux de l'Alimentation, a été promulguée le 30 octobre dernier. L'article 24 stipule notamment qu'au plus tard *le 1^{er} janvier 2022, les repas servis dans les restaurants collectifs dont les personnes morales de droit public ont la charge comprennent une part au moins égale, en valeur, à 20% de produits [...] issus de l'agriculture biologique, y compris ceux en conversion [...].*

Proposez-vous déjà des produits bio au sein des restaurants de votre territoire ?

Dans quels types d'établissements ?

Comment allez-vous réussir à atteindre les 20 % fixés par la loi ?

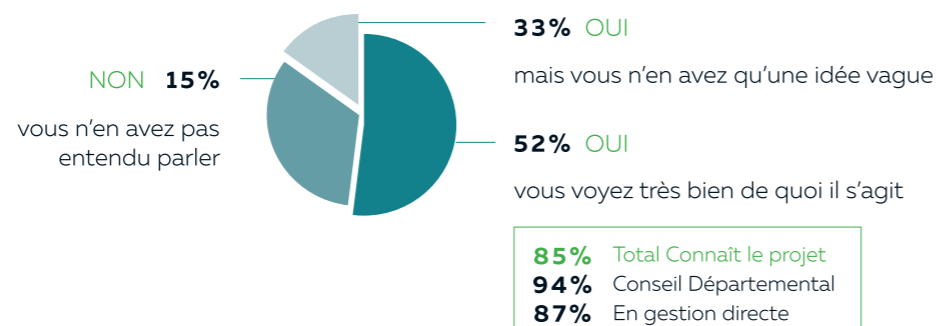
Ce sont quelques-unes des questions qui ont été posées aux élus afin de dresser un état des lieux avant la mise en œuvre de la loi.

1. L'INTRODUCTION DU BIO EN RHD : PERCEPTION DES ÉLUS

85 % des élus interrogés connaissent le projet avec un score très fort au sein des Conseils Départementaux (94%). 15% des interrogés déclarent ne pas en avoir entendu parler.

Q.8 Connaissez-vous le projet de loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous qui prévoit notamment un objectif minimal de 20 % de produits bio en restauration collective à horizon 2022 ?

Base : Ensemble (n=300) – Une seule réponse possible



Introduction des produits bio en restauration collective – Enquête auprès des élus. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH



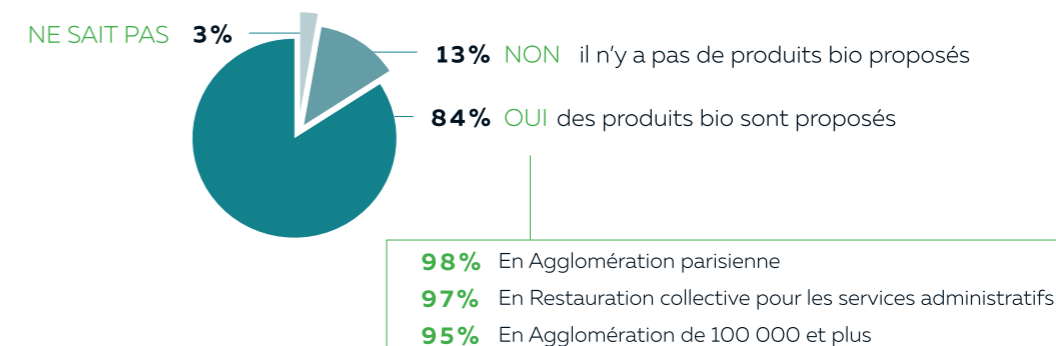
METHODOLOGIE DE L'ENQUETE : Afin d'évaluer l'introduction des produits bio en restauration collective et les perceptions des élus, **300 élus locaux** (233 maires ou adjoints, (vice) présidents d'EPCI, 33 (vice-présidents de région, département ou leurs représentants ont été interviewés par téléphone en septembre 2018 par CSA RESEARCH avec **des quotas sur le type de collectivité, la zone géographique et la taille d'agglomération permettant une représentativité des résultats.**

En 2018, 84 % des élus interrogés déclarent que des produits biologiques sont proposés dans la restauration collective de leur circonscription. Cette introduction se fait de façon progressive, en priorité dans les écoles maternelles et élémentaires (88 %).

Le bio semble être une évidence, un prérequis. L'introduction se déroule dans un contexte assez serein, puisque moins de la moitié des élus (42 %) fait face à une demande forte des usagers sur ce sujet.

Q.3 Actuellement, des produits biologiques sont-ils proposés dans ce ou ces restaurants collectifs ?

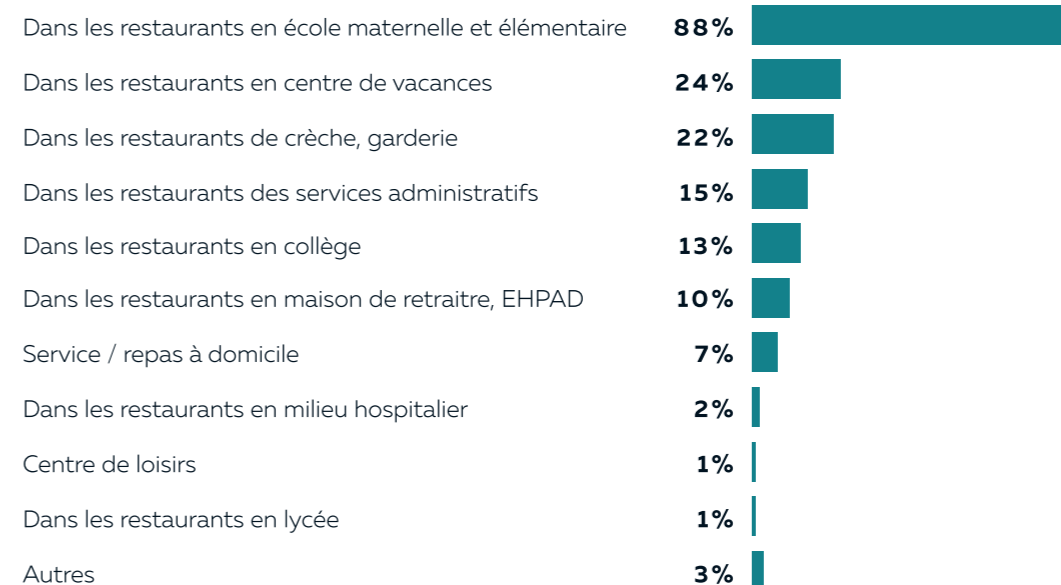
Base : Ensemble (n=300) – Une seule réponse possible



Introduction des produits bio en restauration collective – Enquête auprès des élus. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Q.3bis Dans quels restaurants ?

Base : Aux élus qui proposent des produits bio dans leur(s) restaurant(s) collectif(s) (n= 249) – Plusieurs réponses possibles

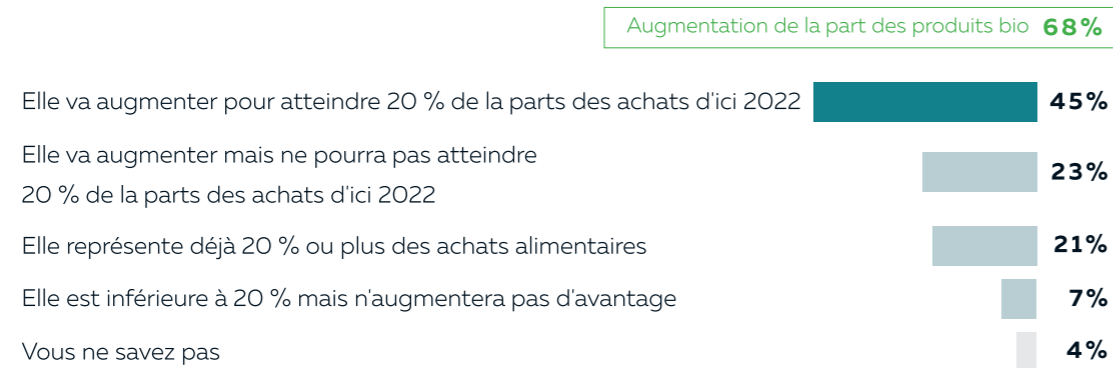


Introduction des produits bio en restauration collective – Enquête auprès des élus. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Plus des deux tiers des élus (68 %) prévoient une augmentation de la part des produits bio d'ici 2022.

Q10. Comment voyez-vous l'évolution de la part des produits biologiques à l'horizon 2022 dans les services de restauration collective dont vous avez la charge ?

Base : À tous (n=300) – Plusieurs réponses possibles

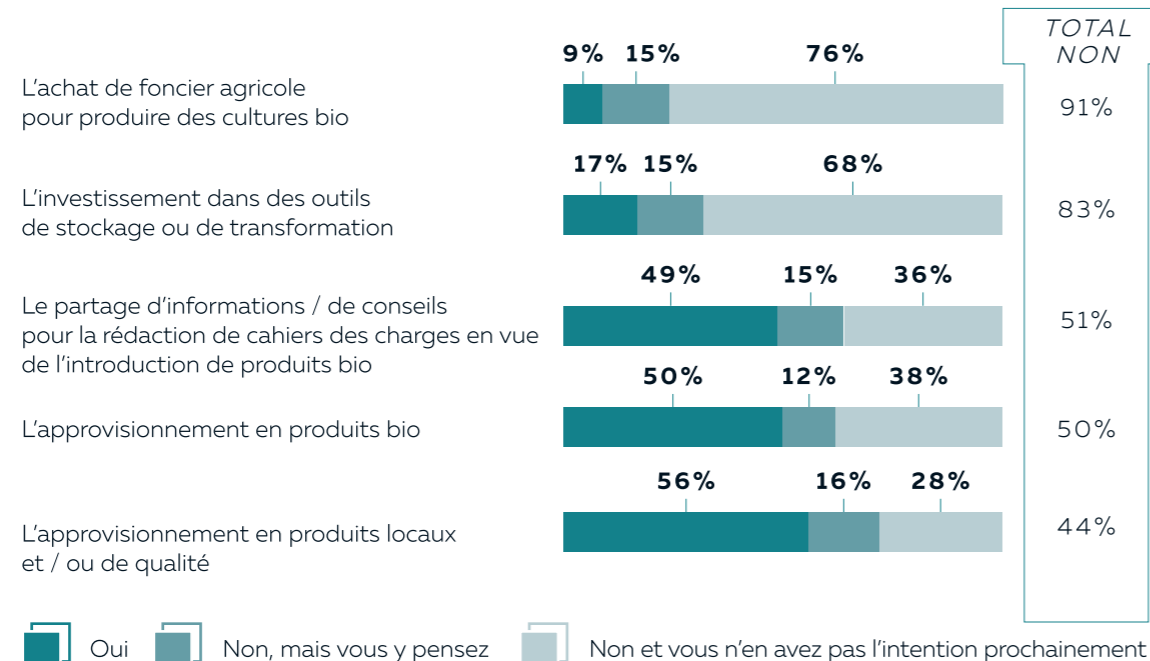


Introduction des produits bio en restauration collective – Enquête auprès des élus. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Les élus proposant des produits bio dans leur restaurant collectif déclarent avoir recours à la mutualisation avec d'autres collectivités sur l'approvisionnement en produits locaux (56 %) et en produits bio (50 %).

Q.6 Aujourd'hui, avez-vous une démarche de mutualisation avec d'autres collectivités en ce qui concerne...

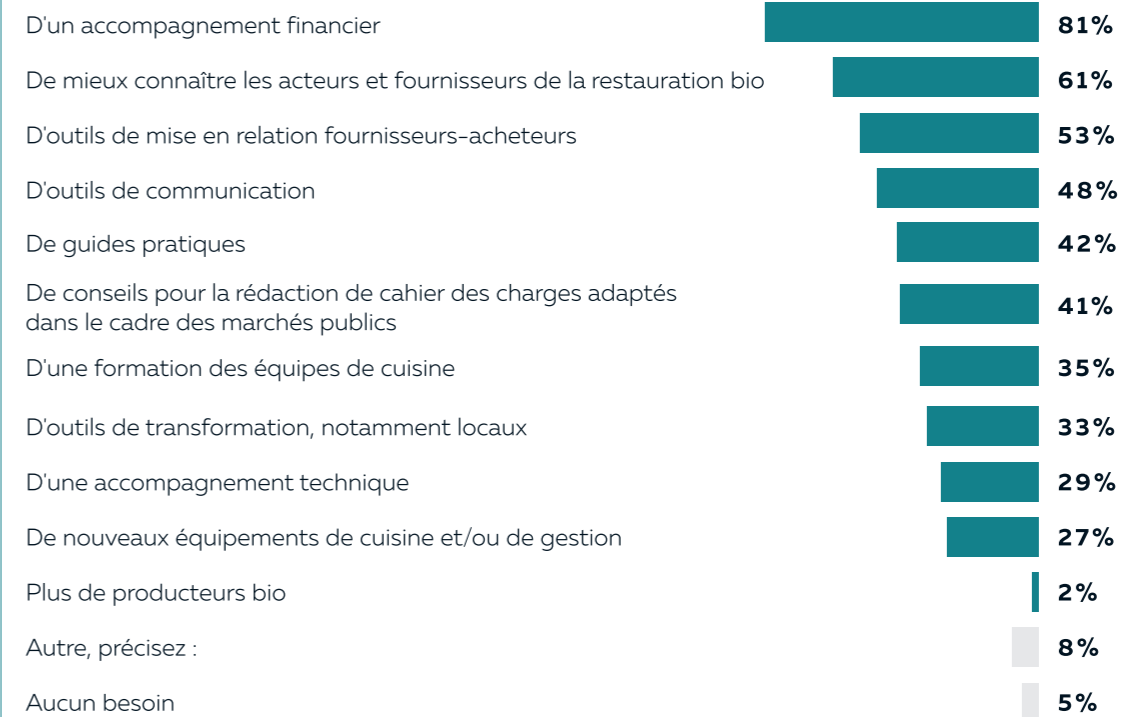
Base : Aux élus qui proposent des produits bio dans leur(s) restaurant(s) collectif(s) (n= 249) – Une seule réponse possible par item



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Q13. De quoi auriez-vous besoin pour atteindre, ou si vous l'avez atteint pour dépasser l'objectif de 20 % de produits biologiques en 2022 dans les restaurants collectifs ?

Base : À tous (n=300) – Plusieurs réponses possibles



Introduction des produits bio en restauration collective – Enquête auprès des élus. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

CE QU'IL FAUT RETENIR

84 % des élus interrogés déclarent que des produits biologiques sont proposés dans la restauration collective de leur territoire, une démarche encore plus installée dans les villes de 100 000 habitants et plus, notamment au sein de l'agglomération parisienne.

Une introduction dont les restaurants des écoles maternelles et élémentaires sont les premiers à bénéficier (en moyenne, 88 % d'entre eux selon les élus interrogés).

68 % des élus prévoient une augmentation de la part des produits bio d'ici 2022.

Pour favoriser la réalisation de cet objectif, ils sont nombreux à demander un accompagnement financier, mais également de plus amples informations sur les acteurs et fournisseurs de la restauration bio, d'outils de mise en relation, de communication etc. : finalement des solutions concrètes adaptées à leurs contraintes.

2. LEVIERS ET FREINS

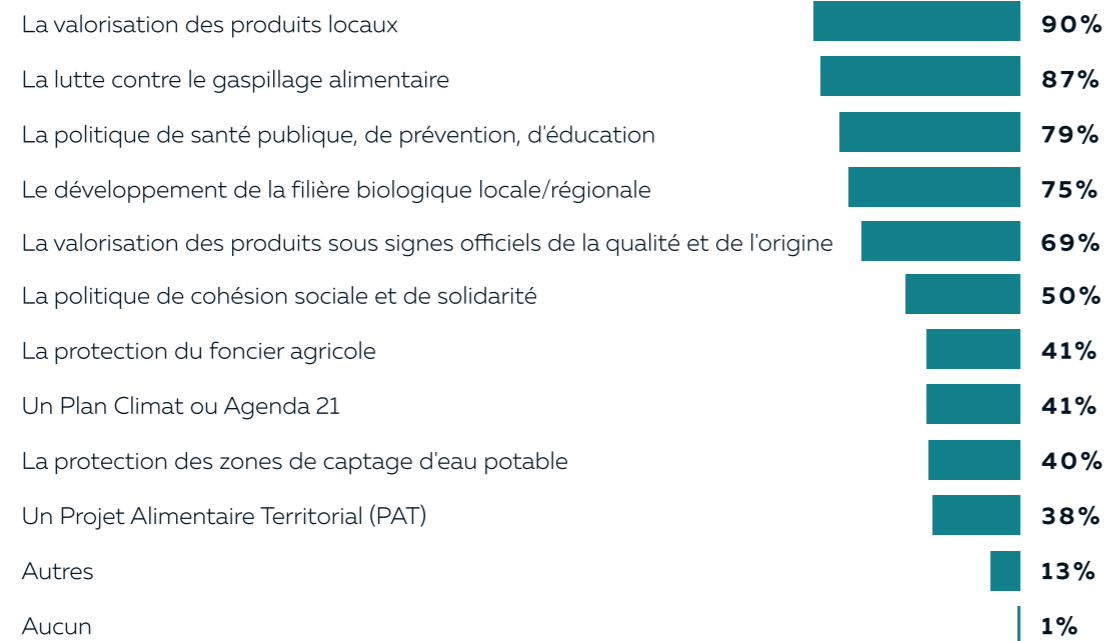
Pour 90 % des élus qui proposent du bio, il s'agit d'une démarche motivée par la volonté de valoriser des produits locaux.

Au-delà de l'enjeu territorial, deux élus sur cinq disent avoir une volonté d'éducation, notamment à la lutte contre le gaspillage alimentaire, et de prévention sanitaire.

Aujourd'hui, outre les coûts supplémentaires engendrés (82 % des interrogés), les principaux freins à l'augmentation de la part de produits bio sont la volonté de privilégier les produits locaux, quel que soit leur mode de production (70 %) et 63 % le manque de fournisseurs, de produits (63 %), soulevant ainsi les questions d'approvisionnement et de logistique !

Q.5 L'introduction des produits bio en restauration collective est-elle liée à une politique / dynamique particulière sur votre territoire ?

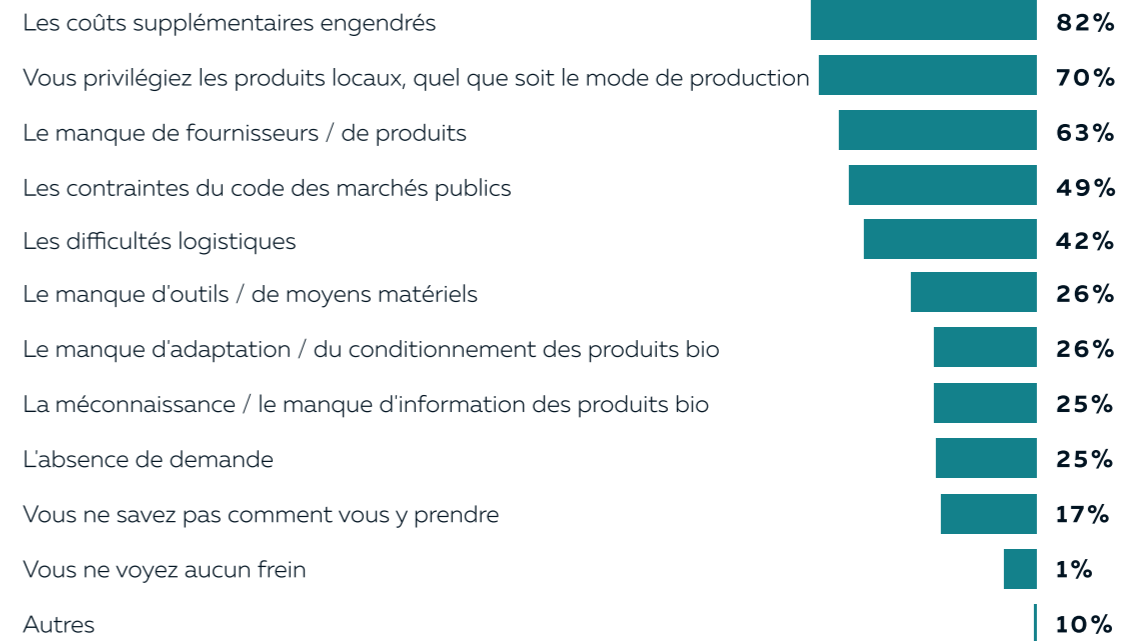
Base : Aux élus qui proposent des produits bio dans leur(s) restaurant(s) collectif(s) (n= 249) – Plusieurs réponses possibles



Introduction des produits bio en restauration collective – Enquête auprès des élus. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

Q.12 Quels sont les principaux freins que vous identifiez à l'introduction ou l'augmentation de la part de produits biologiques ?

Base : À tous (n= 300) – Plusieurs réponses possibles



Introduction des produits bio en restauration collective – Enquête auprès des élus. Octobre 2018. Agence BIO/CSA RESEARCH

CE QU'IL FAUT RETENIR

Les élus inscrivent l'introduction de bio dans les cantines dans une démarche globale de dynamisation des territoires qui vise à valoriser les produits locaux.

Au-delà, ils souhaitent ainsi contribuer à l'éducation alimentaire et à la santé de leurs concitoyens.

Cependant, le surcoût des produits bio, les problématiques d'approvisionnement ainsi que le dilemme entre bio ou local sont autant de freins à l'augmentation de la part de bio dans la restauration collective publique.

LES GRANDS TEMPS FORTS BIO

1. LES TROPHÉES BIO DES TERRITOIRES



- **Saint Bertrand de Comminges (31) :**
Au fil de l'herbe
- **Communauté de communes du Volvestre (32) :**
Relais Cocagne Haute Garonne
- **Le Mans Métropole (72) :**
Pôle d'Excellence en agriculture métropolitaine
- **Moussy-le-Neuf (77) :**
Implantation d'un maraîchage
- **Quetigny (21) :**
Une production de fruits bio, locale, équitable !

L'Agence BIO, en partenariat avec les Eco Maires et Kisskissbankbank, organise la 1^{ère} édition des Trophées BIO des Territoires.

Le principe : valoriser les initiatives locales en faveur du développement de l'agriculture biologique dans les territoires.

Ce concours s'adresse à toute collectivité (commune, communauté de communes, agglomérations, communauté urbaine) de France métropolitaine et d'Outre-mer, porteuse d'un projet de promotion, de développement ou de soutien à l'agriculture biologique. Les projets doivent débuter avant le 31 décembre 2019, qu'il s'agisse d'un nouveau projet ou d'un projet d'extension d'un dispositif existant.

Sandrine Le Feu, Députée du Finistère et présidente de cette 1^{ère} édition, en souligne l'initiative « Je suis honorée de participer à cette première édition des Trophées BIO des Territoires, à la fois en tant qu'agricultrice bio et aussi députée. Il est primordial pour moi d'œuvrer ensemble à la promotion de l'agriculture bio et de ses valeurs environnementales, économiques et sociales, dans nos territoires »

Les modalités :

- Le jury s'est réuni afin de désigner 5 projets finalistes sur des critères tels que la participation du public, le caractère fédérateur, le potentiel d'essaimage et la prise en compte des bénéfices sociaux, environnementaux et solidaires du projet.
- Ces projets sont soumis au vote des internautes du 16 novembre au 20 novembre 2018.

La remise des Trophées BIO des Territoires : la remise officielle des prix se déroulera le mercredi 21 novembre 2018 à 17h30 au Salon des Maires et des Collectivités Locales.

Le jury, sous la Présidence de Sandrine Le Feu, Députée du Finistère, sera composé des membres du conseil d'administration de l'Agence BIO : la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB), Coop de France, L'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture (APCA), le Synabio, le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, le Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire, de représentants des Eco Maires, de l'Association des Maires de France, des représentants de KissKissBankBank et du projet Terres Nourricières ainsi que de personnalités impliquées dans le développement économique et social des territoires.

2. LE SALON DES MAIRES ET DES COLLECTIVITÉS LOCALES

L'Agence BIO participera à la prochaine édition du Salon des Maires, les 20, 21 et 22 novembre 2018 à Paris Porte de Versailles PAV 2.3 - emplacement n°A06, afin de répondre notamment aux questions des visiteurs sur la loi du 30 octobre 2018, fixant comme objectif au moins 20 % de produits bio ou en conversion dans la restauration collective d'ici 2022.

Des professionnels du secteur du bio en restauration collective seront présents chaque jour pour apporter des réponses concrètes sur l'approvisionnement bio, la maîtrise des coûts, les démarches pédagogiques... et proposer des conseils pratiques.

L'Agence BIO organisera 2 temps forts lors de ce salon :

- Une conférence « Commerce de proximité et alimentation bio : quels outils, quelles méthodes pour favoriser une dynamique territoriale ? Retours d'expérience » le mardi 20 novembre 2018, de 11h15-12h15, Pavillon 2.1, salle 21
- La remise des prix aux lauréats des « Trophées BIO des Territoires » le 21 novembre 2018 à 17h30, sur le stand de l'Agence BIO : www.agencebio.org/les-trophees-bio-des-territoires

Des animations culinaires autour des produits biologiques seront également proposées pour découvrir les saveurs des produits bio.

Le programme complet est disponible sur www.agencebio.org

La participation de l'Agence BIO à cet événement s'inscrit dans le cadre d'une campagne de communication cofinancée par l'Union européenne.

3. 11^E ÉDITION DES ASSISES DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Les prochaines Assises de l'Agriculture Biologique organisées par l'Agence BIO se tiendront le mardi 27 novembre à Paris avec pour thème "l'agriculture biologique : des territoires mobilisés pour développer des filières de qualité".

Alors que le marché de l'agriculture biologique se développe de façon spectaculaire depuis 3 ans en France, des questions se posent sur l'avenir de cette filière pour les agriculteurs comme pour les consommateurs. L'Agence BIO propose une journée de réflexion collective ouverte à tous pour échanger sur les valeurs, l'implication des territoires et les modes de distribution des produits bio et mener un travail prospectif pour une agriculture biologique respectueuse de l'environnement et des Hommes.


La journée débutera par une présentation introductive d'Olivier De Schutter, Co-président du panel international d'experts sur les systèmes alimentaires durables IPES-Food et ancien Rapporteur spécial de l'ONU pour le droit à l'alimentation.

Trois tables rondes permettront de faire témoigner des acteurs engagés pour le développement de l'agriculture biologique et des grands témoins avec une vision prospective et/ou internationale.

- **Quelles valeurs pour l'agriculture biologique de demain ?**
- **Des territoires en mouvement pour une alimentation de qualité**
- **De nouveaux circuits de distribution pour répondre aux attentes des consommateurs**

Quand ? 

27 novembre 2018

Où ? 

**Espace du Centenaire (Maison de la RATP)
189, rue de Bercy
Paris 12^{ème}**

www.agencebio.org



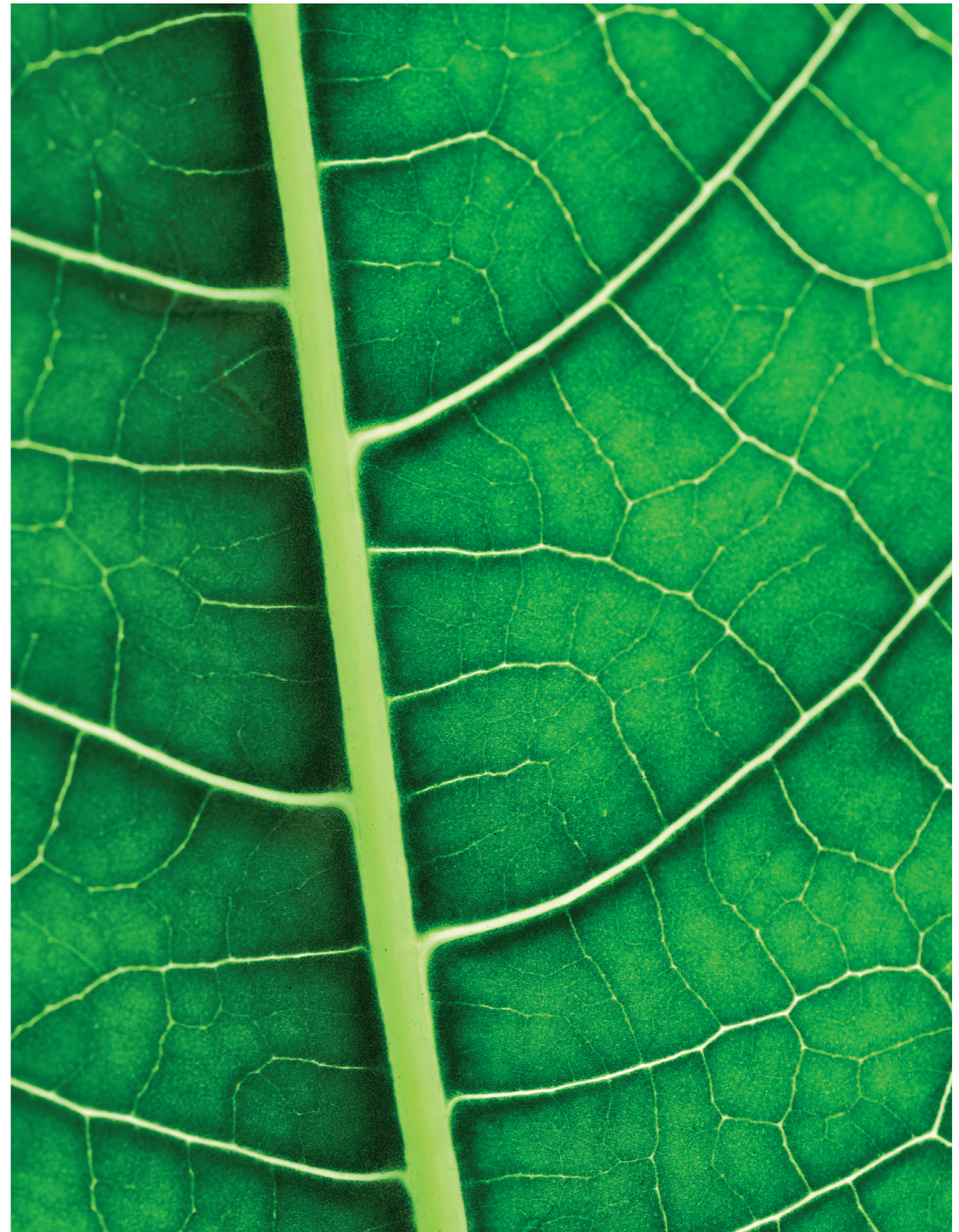
@AgricultureBIO



@AgricultureBIO



@AgricultureBIO



CONTACTS PRESSE - AGENCE OCONNECTION

DELPHINE DANEY - 06 82 39 89 47

LUCILE LECLERCQ - 06 24 30 56 55

ANNE-MARIE BOYALT - 06 89 28 42 29

agencebio@oconnection.fr