



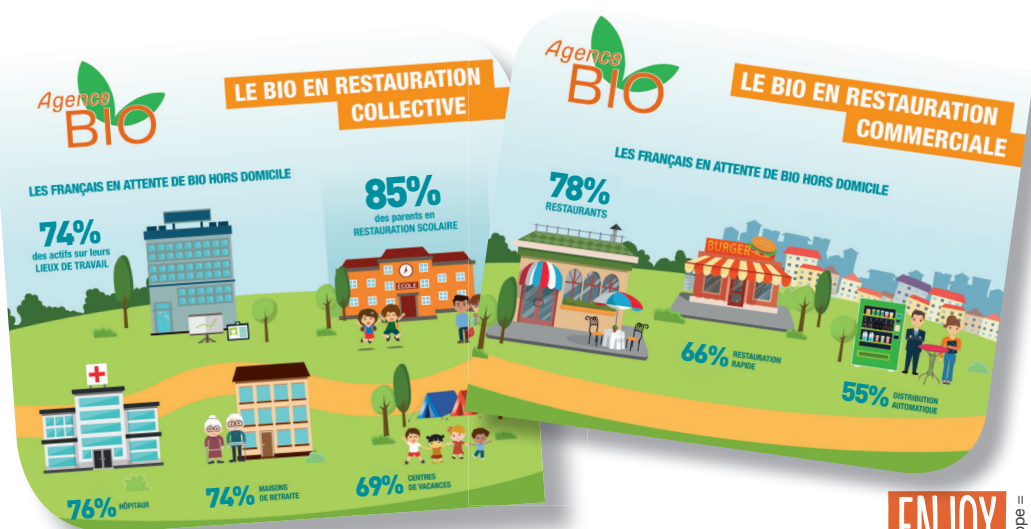
# OBSERVATOIRE 2018 DES PRODUITS BIOLOGIQUES EN RESTAURATION HORS DOMICILE

L'observatoire national des produits biologiques en restauration collective suit depuis 2009 l'évolution du marché et de la perception des produits biologiques dans la restauration collective à caractère social et les perspectives de développement. Depuis 2015, il est complété d'une évaluation du marché de la RHD.

Dans ce document, la mention RHD (restauration hors domicile) recouvre à la fois la restauration collective à caractère social (ci-après dénommée « restauration collective ») et la restauration collective à caractère commercial (ci-après dénommée « restauration commerciale »).

## UNE RÉPONSE AUX ATTENTES DES FRANÇAIS<sup>1</sup>

En 2018, près de 9 Français sur 10 déclarent avoir consommé des produits biologiques. Les Français plébiscitent le bio et veulent pouvoir en disposer partout, que ce soit pour consommer chez eux ou hors domicile. Ces attentes sont particulièrement fortes pour la restauration scolaire.



CAMPAGNE FINANCÉE  
AVEC LE CONCOURS DE  
L'UNION EUROPÉENNE

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



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

## LE MARCHÉ DE LA RHD BIO EN FRANCE<sup>2</sup>

### Estimation de la valeur du marché alimentaire des produits bio dans la restauration

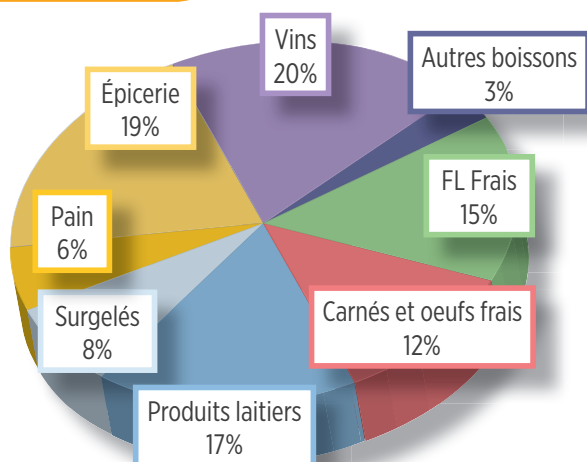
Valeur du marché					Évolutions		
EN M €	2018	2017	2016	2015	2018/17	2017/16	2016/15
Commerciale	230	207	182	166	11%	14%	10%
Collective	320	250	229	219	28%	9%	5%
<b>TOTAL</b>	<b>550</b>	<b>452</b>	<b>411</b>	<b>385</b>	<b>22%</b>	<b>10%</b>	<b>7%</b>

Source: Agence BIO / AND -international

**Le marché des produits bio en restauration tous circuits confondus est estimé à 550 millions d'euros en 2018, en croissance de 22% par rapport à 2017. Il se répartit entre 320 millions d'euros en restauration collective et 230 millions en restauration commerciale**

- ✓ **La part des produits biologiques en restauration collective est estimée à 4,5% de la valeur d'achat des denrées.** Les circuits courts et notamment les plateformes de producteurs ont été particulièrement dynamiques
- ✓ Les produits bio représentent 2,6 % de la valeur des achats alimentaires **en restauration commerciale**, d'après les données de GIRA Foodservice

## LES PRODUITS INTRODUITS



### Le marché des denrées, par famille de produits

Source : Agence BIO / AND International

- ✓ **Le marché des boissons** reste le premier en valeur. Il repose essentiellement sur la vente de vin, très active en circuit court et en restauration commerciale. Dans la restauration traditionnelle, le segment se développe en raison de l'augmentation de la proportion de restaurants qui en proposent. Le vin représente 20 % de la valeur des achats de denrées bio (22 % en 2017). Les autres segments sont les jus de fruits en restauration commerciale (hôtels, notamment) et collective (scolaires). L'offre de bières s'élargit encore avec l'essor de la brasserie artisanale qui permet de proposer une gamme bio qui trouve un débouché en restauration commerciale (café et débits de boissons généralement).
- ✓ **Les produits d'épicerie** (Salée : légumes secs, riz, quinoa, flocons de pomme de terre, pâtes, huiles et vinaigres, épices, conserves de légumes, sauces tomates. Sucrée : café, biscuits, compotes, chocolat) représentent 19 % des achats, en hausse d'un point
- ✓ **Les produits laitiers**, principalement distribués en restauration collective avec comme produit phare le yaourt. Le marché des fromages se confirme et prend de l'ampleur. La part de marché des produits laitiers progresse d'un demi-point sur un an, et progresse de 25% en valeur, notamment en raison de l'élargissement de l'offre de yaourts et de fromages
- ✓ **Les fruits et les légumes frais** progressent de 18 % et les ventes s'établissent à 80 millions d'euros, sous l'effet d'une augmentation de la consommation
- ✓ **Les surgelés** enregistrent une hausse de 22 % pour s'établir à 44 millions d'euros de ventes
- ✓ **Les produits carnés** (viandes, produits de la mer et œufs) sont en forte progression sur un an et atteignent 68 millions d'euros. La part de marché progresse de deux points

### Les ventes de produits bio par famille et par circuit

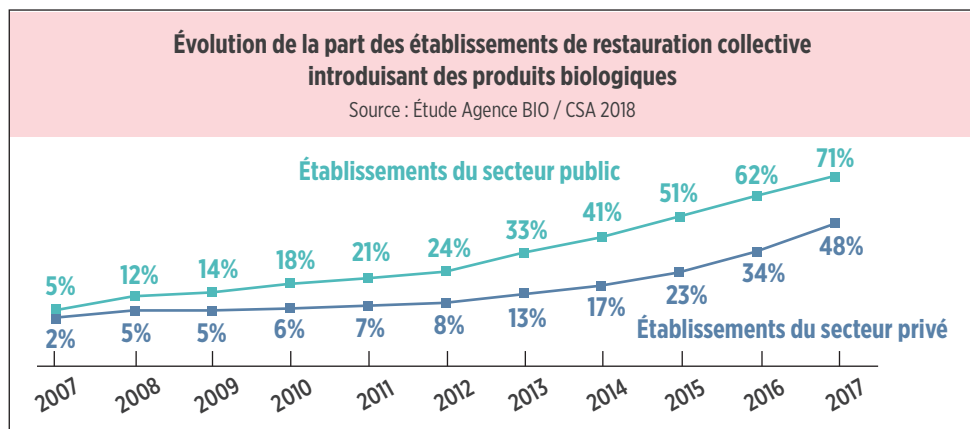
Source : Agence BIO / AND International

EN M €	TOTAL	Collective	Commerciale	PDM			Évol. 2018 / 17		
				Total	Collective	Commerciale	Total	Collective	Commerciale
FL frais	80	60	20	15%	19%	9%	18%	20%	11%
Carnés et œufs frais	68	50	18	12%	16%	8%	36%	44%	18%
Produits laitiers	95	80	15	17%	25%	7%	25%	29%	9%
Surgelés	44	27	17	8%	9%	7%	22%	30%	4%
Pain	33	23	10	6%	7%	4%	18%	10%	24%
Épicerie	104	77	27	19%	24%	12%	30%	37%	13%
Vins	110	0	110	20%	0%	48%	9%	-	9%
Boissons Autres	14	1	12	3%	0%	5%	17%	0%	20%
<b>TOTAL</b>	<b>550</b>	<b>320</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>22%</b>	<b>30%</b>	<b>11%</b>

## EN RESTAURATION COLLECTIVE

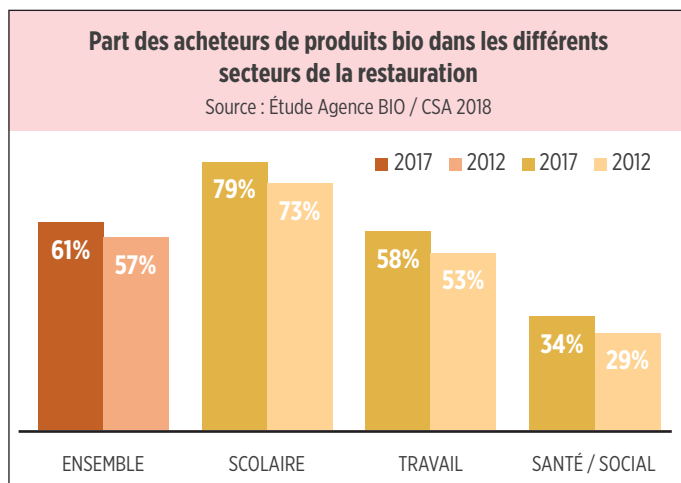
**Début 2017 en France, 61% des établissements de restauration collective déclaraient proposer des produits biologiques à leurs convives, résultat pour la première fois en hausse (+4 pts vs 2017) depuis 2012, contre seulement 4% avant 2006.**

Le secteur public (avec 71% des établissements) en propose plus souvent que le secteur privé (48% des établissements). De même, les établissements en gestion directe en proposent davantage que ceux en gestion concédée (63% vs 58%) ainsi que les grosses et moyennes structures (79% des structures servant plus de 500 repas par jour en proposent).



### LE BIO PRÉSENT DANS PRÈS DE 8 RESTAURANTS SCOLAIRES SUR 10

- ✓ **Le secteur scolaire est le plus concerné, avec 79% d'établissements proposant des produits bio** (score équivalent à 2017) suivi du secteur du travail en augmentation cette année avec 58% d'établissements (+11 points vs 2017), puis du secteur de la santé et du social avec 34% d'établissements (30% en 2017)

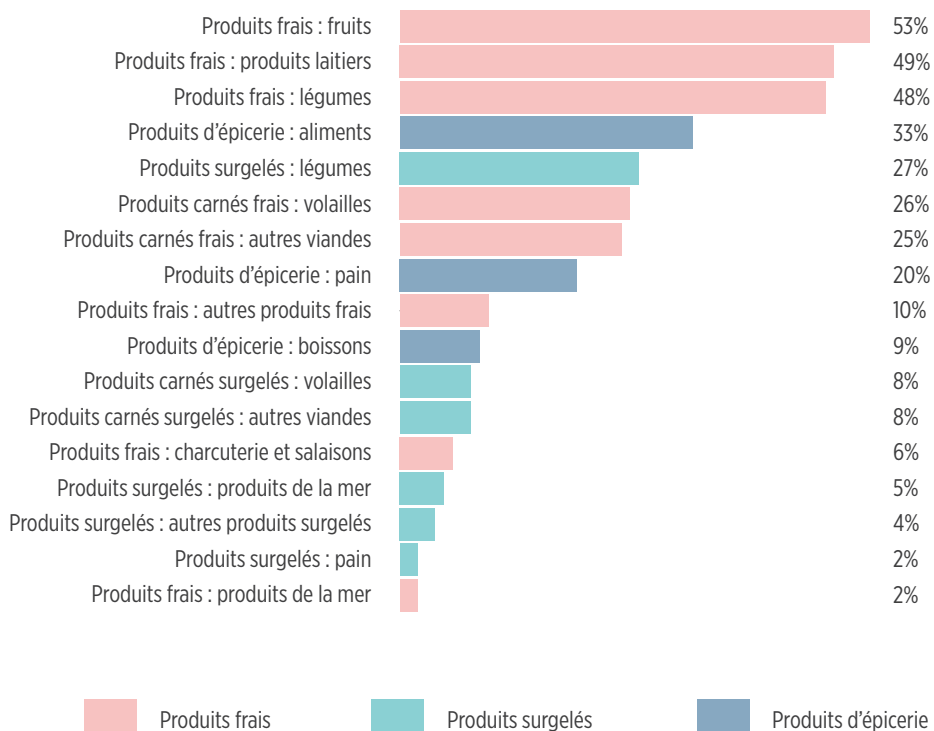


## DES MENUS DE PLUS EN PLUS BIO

- ✓ L'introduction des produits biologiques en restauration collective résulte d'impulsions données par la direction (62% des cas), l'équipe en cuisine (50%), les élus (39%), les parents d'élèves (39%) et les convives (38%)
- ✓ 66% des établissements acheteurs choisissent d'introduire des produits et des ingrédients bio, 62% des plats entièrement bio et 29% des menus entièrement bio
- ✓ 44% des établissements en restauration collective proposent des plats entièrement bio au moins une fois par mois, soit légèrement plus que l'année précédente (38%)

### Part des acheteurs par famille de produits bio sur l'ensemble des établissements de restauration collective

Source : Étude Agence BIO / CSA 2018



## LES PRODUITS BIO FRAIS TOUJOURS MAJORITAIRES

Chaque établissement proposant des produits bio introduit environ 5 familles différentes en moyenne. Les produits les plus couramment introduits sont :

- ✓ Les **fruits frais** (86% des établissements au niveau national), la pomme étant toujours le produit phare
- ✓ Les **produits laitiers** (80% des restaurants collectifs en proposent au niveau national), majoritaires cette année, avec notamment les yaourts
- ✓ Les **légumes frais** (79% des établissements au niveau national) avec une forte part de carottes

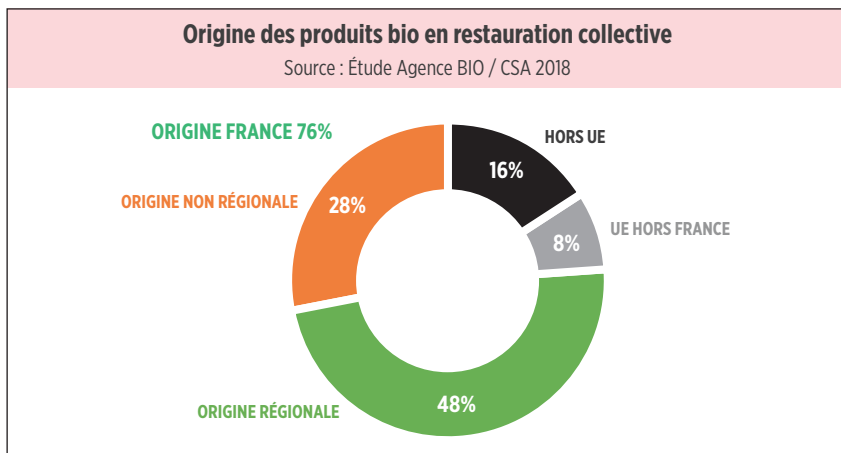
On trouve également :

- ✓ Les **produits d'épicerie**, (53% des établissements en proposent au niveau national), notamment pâtes, riz et autres céréales
- ✓ Les **légumes surgelés** (44%)
- ✓ Les **volailles** fraîches (42%) et surgelées (14%)
- ✓ Les autres **viandes de boucherie** fraîches (40%) et surgelées (14%)
- ✓ Le **pain** frais (33%)



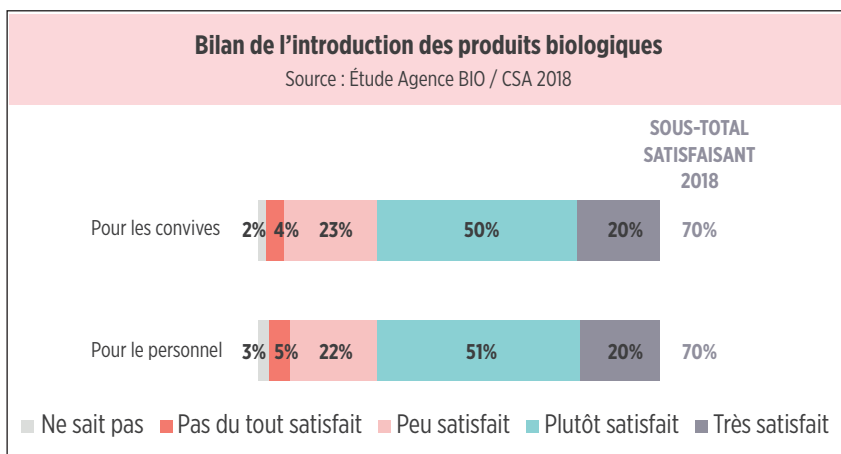
## LES APPROVISIONNEMENTS LOCAUX PRIVILÉGIÉS

- ✓ 76% des produits bio achetés sont d'origine française, et **48% d'origine régionale**
- ✓ 71% des établissements encouragent l'approvisionnement bio de proximité dans leurs appels d'offre, essentiellement en utilisant le critère « circuits courts » (79%) et le critère « fraîcheur » (73%)



## LE BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE, SOURCE DE SATISFACTION

- ✓ 70% des établissements ayant opté pour l'introduction de produits biologiques jugent celle-ci satisfaisante pour les convives. Côté personnel, le taux de satisfaction est de 70%



## LE COÛT DE L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO MAÎTRISÉ

- ✓ 81% des établissements ayant introduit des produits bio font état d'un surcoût (ils étaient 91% en 2012). Ce surcoût est de 18% en moyenne (contre 24% en 2012)
- ✓ 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%, part 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%)
- ✓ 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%)

Les données de l'observatoire 2018 des produits biologiques en restauration collective sont issues :

- <sup>1</sup> du baromètre consommation Agence BIO / Spirit Insight janvier 2018 : étude menée par internet, via le panel Spirit Insight sur la base d'un questionnaire auto-administré, du 23 novembre au 7 décembre 2018 auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 français âgés de 18 ans et plus, constitué d'après la méthode des quotas
- <sup>2</sup> de l'estimation du marché alimentaire bio en restauration collective et commerciale Agence BIO /AND International 2018
- <sup>3</sup> de l'enquête Agence BIO / CSA Research réalisée du 7 au 25 septembre 2018 auprès de 1044 responsables des achats d'établissements de la restauration collective représentatifs de l'ensemble des opérateurs du secteur en France
- <sup>4</sup> des données sur la restauration collective fournies par Gira Foodservice

### EN SAVOIR PLUS

L'annuaire officiel des opérateurs bio, des supports de communication, le fonds de structuration des filières Avenir Bio, des films courts, le bio expliqué aux enfants, les grands rendez-vous, les chiffres du secteur, s'abonner aux actualités...

[WWW.AGENCEBIO.ORG](http://WWW.AGENCEBIO.ORG)

 AgenceBio

 AgricultureBIO

 @agricultureBio

 @agriculture\_Bio