

## DOSSIER DE PRESSE



### ÉTAT DES LIEUX DU BIO EN RESTAURATION HORS DOMICILE

*UN AN APRÈS LA PROMULGATION DE LA LOI EGALIM*

Enquêtes exclusives Agence BIO/CSA Research, AND International  
menées auprès des acteurs de la restauration collective et commerciale



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

Novembre 2019



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 PHILIPPE HENRY ET FLORENT GUHL

## L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE POURSUIT SA DYNAMIQUE INITIÉE EN 2018

P8

### 1. DE L'APPROVISIONNEMENT À L'OFFRE DE PRODUITS BIO : LES EFFETS DE LA LOI EGALIM P8

.....

Une présence des produits bio confortée  
Une dynamique plus marquée dans les secteurs publics et scolaires  
L'approvisionnement bio de proximité encouragé  
Les produits frais toujours privilégiés  
Une offre enrichie : des plats entièrement bio ou des menus 100% bio

### 2. L'INTRODUCTION DE PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE : QUELLES STRATÉGIES POUR LIMITER LE SURCÔÛT ? P16

.....

Un surcoût matière des produits bio qui rémunère la qualité  
Vers des stratégies gagnantes pour endiguer le surcoût

### 3. LES PERSPECTIVES POUR 2022 P19

## L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE RESTE FAIBLE

P24

### 1. DE L'APPROVISIONNEMENT À L'OFFRE DE PRODUITS BIO : LES GRANDES TENDANCES 2019 P24

.....

Le bio en restauration commerciale : des offres de plus en plus complètes  
Une valorisation des produits bio de proximité  
Zoom sur les produits bio introduits en restauration commerciale

### 2. DES STRATÉGIES GAGNANTES POUR MAÎTRISER LE SURCÔÛT P29

### 3. UN NOUVEAU CAHIER DES CHARGES BIO POUR LA RESTAURATION COMMERCIALE : UN NOUVEL ÉLAN P30

.....

Les tendances pour 2020  
Lancement du nouveau cahier des charges de la restauration commerciale :  
en route vers les restaurants bio de demain  
3 questions à Olivier Nasles, Président du Comité National de l'Agriculture  
Biologique de l'INAO

## LE SALON DES MAIRES ET DES COLLECTIVITÉS LOCALES

P34

## LA RESTAURATION COLLECTIVE S'EMPRE DES OBJECTIFS DE LA LOI EGALIM

**L'objectif de la loi EGAlim de 2018 est pour le moins ambitieux : 20 % de produits bio ou issus d'une ferme en conversion dans la restauration collective d'ici 2022. Un an après sa promulgation, qu'en est-il ?**

L'Agence BIO prend la mesure de la transformation engagée : les progrès déjà réalisés, mais aussi les difficultés de sa mise en œuvre sur le terrain. Pour sa 7<sup>e</sup> édition, notre grande enquête annuelle conduite par CSA Research se penche sur cette question.

Pour la première fois depuis plusieurs années, la croissance en valeur des produits bio en restauration collective est plus forte que le marché des produits bio en général en France (+28 % vs +15 %)¹. Aucun doute possible, la dynamique est enclenchée ! Une tendance renforcée par la forte augmentation du nombre de restaurants collectifs ayant introduit des produits bio (65 %), particulièrement dans la restauration scolaire (86%). Plus encore, les établissements de la restauration collective veillent tout particulièrement à utiliser des produits bio de proximité (72 %), un engagement en faveur des circuits courts et de relations privilégiées avec les producteurs.

En restauration commerciale, les établissements proposent une offre de plus en plus complète avec des plats, voire des menus, uniquement composés de produits bio ! Un engouement doublé d'un réel attachement au « made in » France (80 % des produits bio achetés sont d'origine française).

Si ces évolutions constatées sont particulièrement encourageantes, des freins perdurent cependant : les surcoûts engendrés par l'introduction de produits bio et les difficultés à identifier des fournisseurs apparaissent en tête des préoccupations des professionnels.

Filières courtes, transparence, réduction du gaspillage alimentaire... l'Agence BIO et l'ensemble des acteurs de l'agriculture biologique et de la restauration collective se mobilisent au quotidien pour relever ces défis majeurs. Ainsi, l'Agence BIO s'apprête à signer deux nouvelles conventions cadres : l'une avec le réseau Restau'Co, qui regroupe les collectivités en régie directe, et l'autre avec le Syndicat National de la Restauration Collective (SNRC) qui rassemble les entreprises du secteur.

Pour la deuxième année consécutive, nous serons présents dès ce 19 novembre au Salon des Maires et des Collectivités Locales. A la veille des élections municipales de 2020, nul doute qu'une alimentation saine et de qualité dans la restauration collective figurera au nombre des préoccupations des Français. En effet, 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 à 85 %, à 76 % dans les hôpitaux et à 74 % dans les maisons de retraite². Partenaire impliqué, nous accompagnerons et soutiendrons élus et techniciens qui souhaitent s'engager dans cette voie.



**Philippe Henry**  
Président de l'Agence BIO



**Florent Guhl**  
Directeur de l'Agence BIO

¹ Evaluation du marché alimentaire des produits bio en 2018. Agence BIO/ AND International

² Baromètre de perception et consommation du bio. Agence BIO/ Spirit Insight janvier 2019.

## LE BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE

### LES FRANÇAIS EN ATTENTE DE BIO HORS DOMICILE

**85%**  
des parents en  
RESTAURATION SCOLAIRE

**74%**  
des actifs sur leurs  
LIEUX DE TRAVAIL

**76%** HÔPITAUX

**74%** MAISONS  
DE RETRAITE

**69%** CENTRES  
DE VACANCES

Source : Baromètre consommation Agence BIO / Spirit Insight janvier 2018

### UN MARCHÉ EN CROISSANCE QUI DOIT ENCORE PROGRESSER

**320 millions**  
D'EUROS EN 2018  
**+28%**  
vs. 2017

**4,5%**

DU MARCHÉ de la  
RESTAURATION  
COLLECTIVE

EN 2020  
**20% DE BIO**  
en restauration  
collective publique  
Loi EGalim

Source : Estimation du marché alimentaire bio Agence BIO / AND International

Source : Estimation du marché alimentaire bio Agence BIO / AND International

### QUI INTRODUIT DU BIO ?

**65%** des établissements introduisent  
DES PRODUITS BIO



**86%** EN RESTAURATION  
SCOLAIRE



**58%** EN RESTAURATION  
DU TRAVAIL



**38%** EN RESTAURATION  
SANTÉ / SOCIAL



**78%** DANS LE SECTEUR  
PUBLIC

**36%** des établissements introduisent des produits EN CONVERSION VERS L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

### COMMENT LE BIO EST-IL INTRODUIT ?



**64%**  
DES PLATS  
ENTIÈREMENT BIO



**38%**  
OFFRE 100% BIO



**34%**  
DES MENUS  
ENTIÈREMENT BIO



**72%** ORIGINE FRANÇAISE  
**50%** ORIGINE RÉGIONALE

**81%**

des établissements  
estiment que LE BIO  
A ENGENDRÉ UN  
SURCÔÛT



**65%** ont tenté de  
LE LIMITER

**88%** en limitant  
LE GASPILLAGE



**71%** en achetant davantage  
de PRODUITS BRUTS



**69%** en introduisant des  
PLATS/REPAS VÉGÉTARIENS

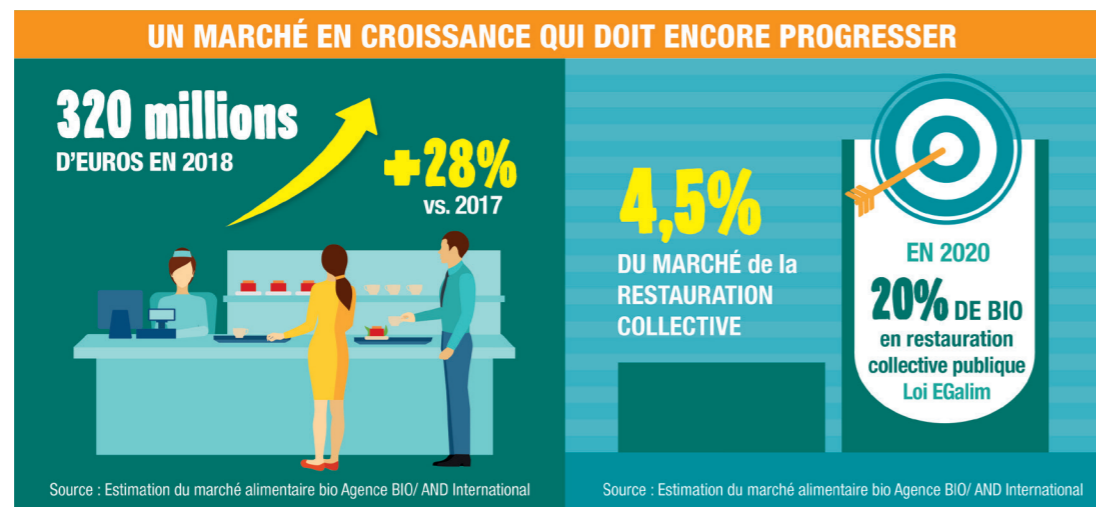
Sources : 1 - Baromètre consommation Agence BIO / Spirit Insight 2019 • 2 - Evaluation du marché alimentaire bio en 2018. Juin 2019. Agence BIO/AND International • 3 - Etude Agence BIO / CSA Research Septembre 2019

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.

## L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE POURSUIT SA DYNAMIQUE INITIÉE EN 2018

### 1 DE L'APPROVISIONNEMENT À L'OFFRE DE PRODUITS BIO : LES EFFETS DE LA LOI EGALIM

La loi EGalim, promulguée le 1<sup>er</sup> novembre 2018<sup>1</sup>, affirme la volonté de soutenir une agriculture répondant à la fois aux enjeux environnementaux et aux attentes de qualité des citoyens. Le mode de production biologique est particulièrement mis en avant par la loi qui fixe un objectif de 20 % de produits bio en restauration collective élargie à la restauration collective privée à l'exception des restaurants d'entreprises privées : « Au plus tard le 1<sup>er</sup> 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 ». Cet objectif s'applique aux établissements gérés par des personnes morales de droit public ou privé, dès lors qu'ils sont en charge d'une mission de service public<sup>2</sup>.



**METHODOLOGIE DE L'ENQUETE :** Afin de mesurer l'introduction en 2019 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, du 3 au 20 septembre 2019, **1040 établissements 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.

L'Agence BIO s'intéresse au marché alimentaire global des produits bio et à la part des produits bio en restauration collective depuis 2009. A cet effet, elle s'appuie sur deux études :

- Une estimation réalisée par AND International de la valeur du marché alimentaire biologique en 2018 dans le secteur de la restauration collective et commerciale sur les données 2018
- Une enquête réalisée par CSA Research de septembre 2019 auprès d'un échantillon représentatif de restaurants collectifs.

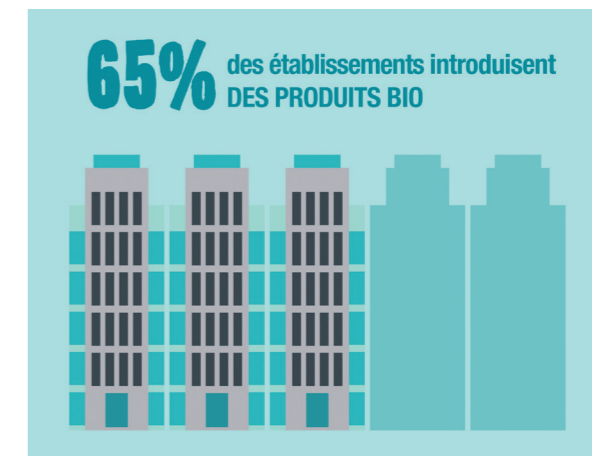
Un an après la promulgation de la loi EGalim, la mobilisation des établissements de la restauration collective s'est-elle accrue ? Y a-t-il encore des réticents à l'introduction de produits bio dans leur établissement ? Quels sont les freins rencontrés ?

### UNE PRÉSENCE DES PRODUITS BIO CONFORTÉE

En 2019, **65 % des établissements introduisent**, ne serait-ce que de temps en temps, des produits bio dans leurs menus. Cette tendance ne cesse de croître ces trois dernières années : en 2017, 57 % des établissements interrogés déclaraient avoir introduits des produits bio et 61 % en 2018.

Ainsi depuis 2017, la part des restaurants collectifs introduisant du bio a crû de **+14 %**. Toutefois, **35 % des établissements déclarent ne pas avoir encore introduits de produits bio** à l'heure même où le 4<sup>e</sup> Programme National Nutrition Santé, publié le 20 septembre dernier, affiche un objectif de 100 % de la population consommant au moins 20 % de produits végétaux biologiques par semaine.

Les produits issus de fermes en conversion vers l'agriculture bio font aussi partie de la cible de 20 % d'introduction de la loi EGalim. Or **36 % des établissements ont introduit des produits en conversion vers l'agriculture biologique**, soit **+2 %** par rapport à 2018. Cette proportion inférieure à celle des établissements introduisant des produits bio s'explique par le manque de structuration d'une offre de produits en conversion plus difficiles à identifier par ailleurs. Les produits **bio et issus du commerce équitable**, quant à eux, sont présents dans **38 %** des établissements, sachant que de façon générale les achats de produits équitables sont incités par la loi EGalim et qu'en 2018, **84 %** des références de produits équitables issus des filières internationales vendues en France sont biologiques et **47 %** en ce qui concerne les produits d'origine française selon Commerce Équitable France.



Source : Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

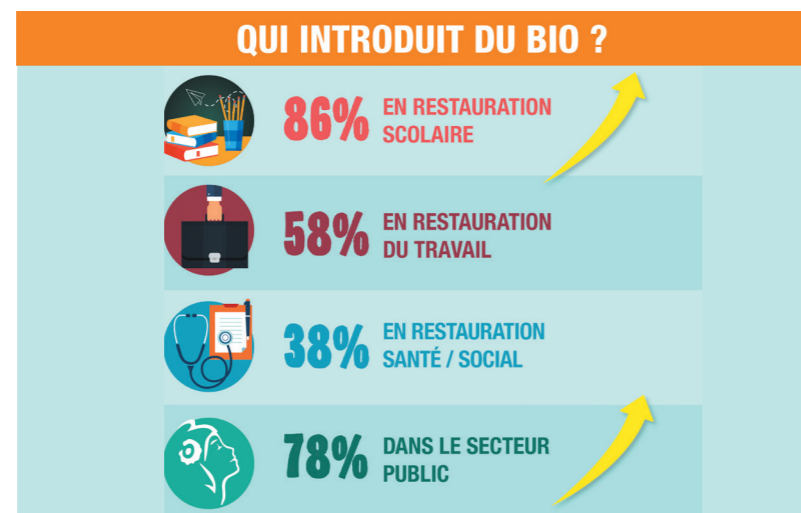
**36%** des établissements introduisent des produits EN CONVERSION VERS L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

<sup>1</sup> Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine, durable et accessible à tous, promulguée le 1<sup>er</sup> novembre 2018.

<sup>2</sup> Décret n° 2019-351 du 23 avril 2019 relatif à la composition des repas servis dans les restaurants collectifs en application de l'article L. 230-5-1 du code rural et de la pêche maritime

## UNE DYNAMIQUE PLUS MARQUÉE DANS LES SECTEURS PUBLICS ET SCOLAIRES

C'est la restauration scolaire qui compte de façon marquée le plus d'établissements introduisant des produits bio et le plus fort dynamisme : 86 % des établissements en proposent (+7 points par rapport à 2018) alors qu'ils ne sont que 58 % pour la restauration du travail et 38 % pour le secteur sanitaire et social. La restauration scolaire représente une part conséquente du secteur public. Ainsi, 78 % des établissements publics proposent des produits bio, en hausse par rapport à l'an dernier (71 %).

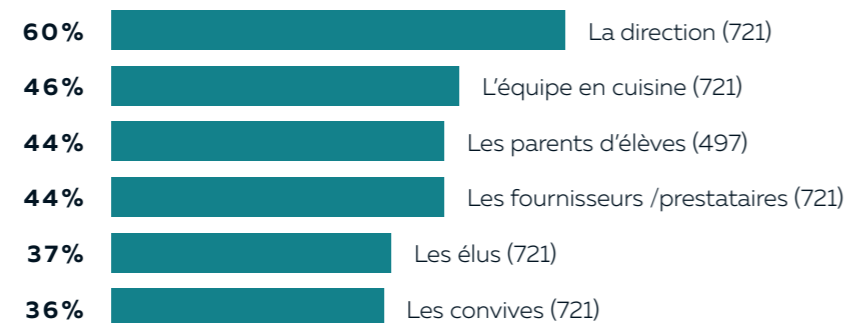


Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

Parmi les établissements introduisant des produits bio, ce choix est porté avant tout par la direction (dans 60 % des cas). L'introduction est impulsée dans 44 % des cantines scolaires par les parents d'élèves, alors que 85 % des parents d'élèves souhaitent plus de bio dans leurs cantines (source : Baromètre consommateur, Agence BIO/Spirit Insight, 2019).

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

Base : Propose des produits bio (n=721)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

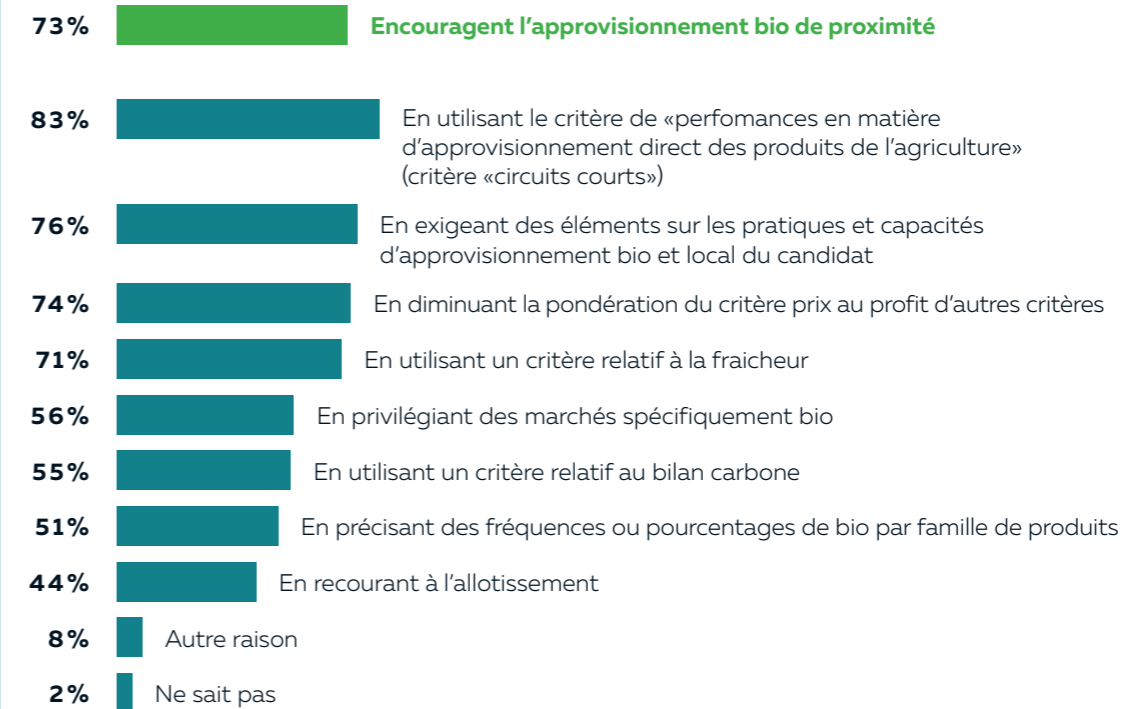
## L'APPROVISIONNEMENT BIO DE PROXIMITÉ ENCOURAGÉ

Parmi les établissements de la restauration collective qui introduisent des produits bio, 73 % 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 ».

### Q2D1. Dans vos appels d'offre (marché de denrées), encouragez-vous l'approvisionnement bio de proximité ?

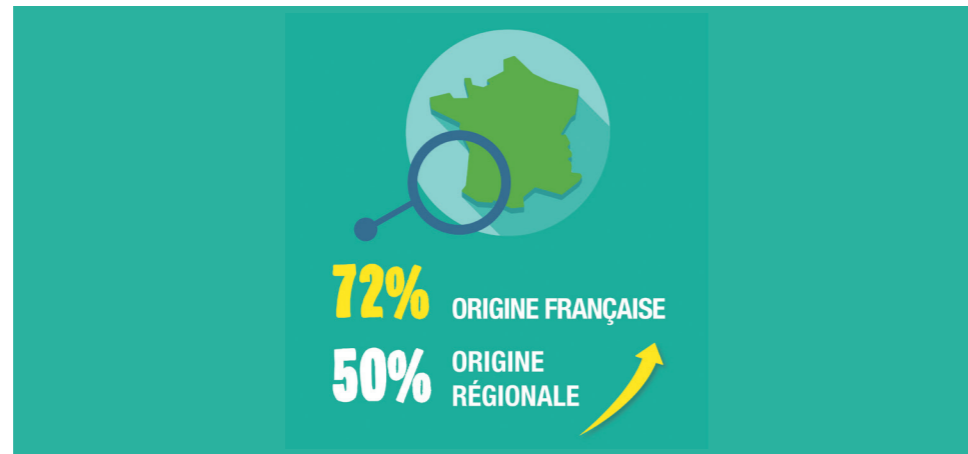
\* Q2D1bis. Si oui, de quelle(s) manière(s) ?

Base : Propose des produits bio (n=721)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

Cet engagement se traduit par un approvisionnement en produits bio à 72 % français et même à 50 % régionaux selon les responsables d'établissements introduisant du bio interrogés.



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

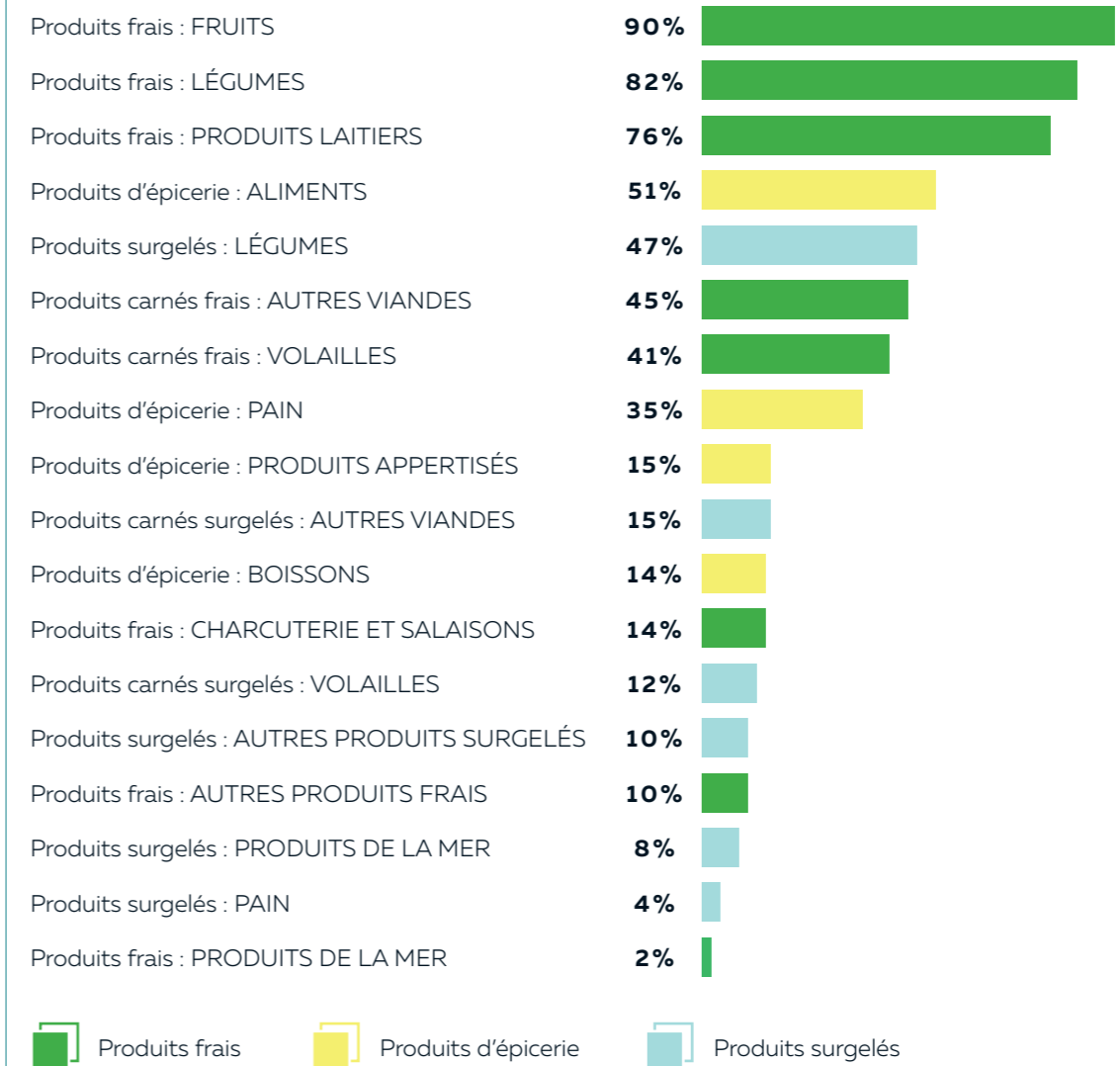
### LES PRODUITS FRAIS TOUJOURS PRIVILÉGIÉS

Comme dans les éditions précédentes, les produits frais bio figurent parmi les produits introduits par le plus grand nombre d'établissements : 90 % des établissements introduisant des produits bio introduisent des fruits bio, 82 % des légumes bio, et 76 % des produits laitiers bio. Même si plus en retrait, le nombre d'établissements introduisant des viandes fraîches a progressé de façon notable depuis 2017, en passant de 34 % à 41 % entre 2017 à 2019 pour les volailles et, de 32 % à 45 % pour les autres viandes.

Parmi les fruits, les pommes et les poires sont proposées par respectivement 84 % et 60 % des établissements. Pour les légumes frais bio, le nombre d'établissements introduisant des carottes bio (75 % versus 69 % en 2018) ainsi que des tomates bio (62 % versus 54 %) est important et progresse. En ce qui concerne les produits laitiers bio, les yaourts bio, introduits par 73 % des établissements, demeurent un produit bio phare pour la restauration collective.

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

Base : Propose des produits bio (n=721)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

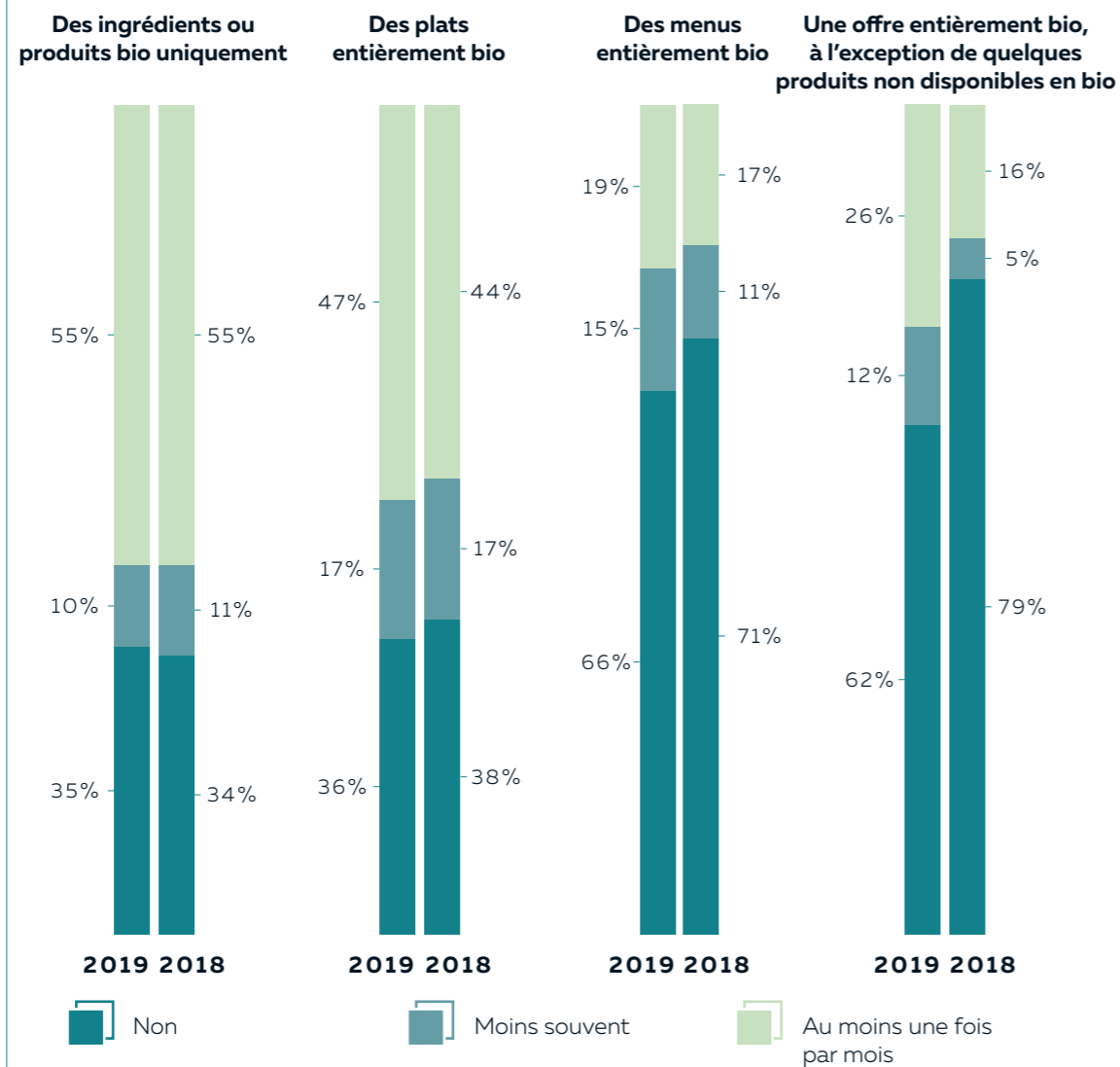
## UNE OFFRE ENRICHIE : DES PLATS ENTièrement BIO OU DES MENUS 100 % BIO

### Parmi les établissements proposant du bio,

- 64 % proposent des plats entièrement bio ne serait-ce que de temps en temps,
- 34 % proposent au moins de temps en temps des menus 100 % bio, en croissance de +5 % depuis 2018,
- 26 % proposent des offres 100 % bio au moins une fois par mois, en augmentation de 10 points par rapport à 2018.

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

Base : Propose des produits bio (n=721)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

### Deux mécanismes peuvent expliquer cette nouvelle tendance vers une offre plus complète :

- La structuration des filières d'approvisionnement de la restauration collective et la diversification des gammes de produits facilitent l'approvisionnement pour l'ensemble des produits bio composant les repas.
- Un menu 100 % bio est plus facile à valoriser auprès des convives qu'un plat bio et à fortiori un produit ou ingrédient bio. Cela peut être l'occasion d'un événement, d'un repas à thème quand cette offre est occasionnelle.





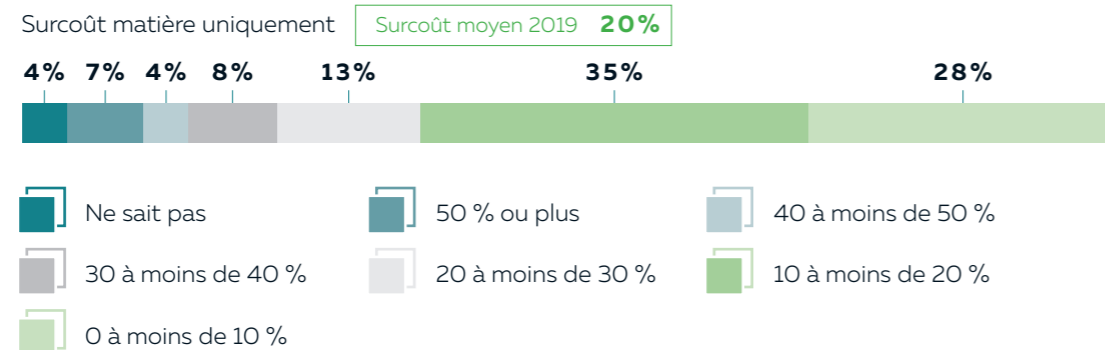
## 2 L'INTRODUCTION DE PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE : QUELLES STRATÉGIES POUR LIMITER LE SURCÔT ?

### UN SURCÔT MATIÈRE DES PRODUITS BIO QUI RÉMUNÈRE LA QUALITÉ

81 % des établissements proposant des produits bio estiment que leur introduction a généré un surcoût estimé, en moyenne, à 20 % tant au niveau des achats de matière qu'au global. Le prix plus élevé des produits bio s'explique par un coût de production supérieur en bio, et le souci d'une rémunération juste des différents maillons des filières.

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

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



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

Parmi les établissements n'envisageant pas d'introduire de produits bio en 2020, 60 % invoquent comme raison le surcoût matière lié à l'introduction de bio. C'est pourquoi nous avons interrogé ceux qui contournent ce frein, sur leur stratégie.

### VERS DES STRATÉGIES GAGNANTES POUR ENDIGUER LE SURCÔT

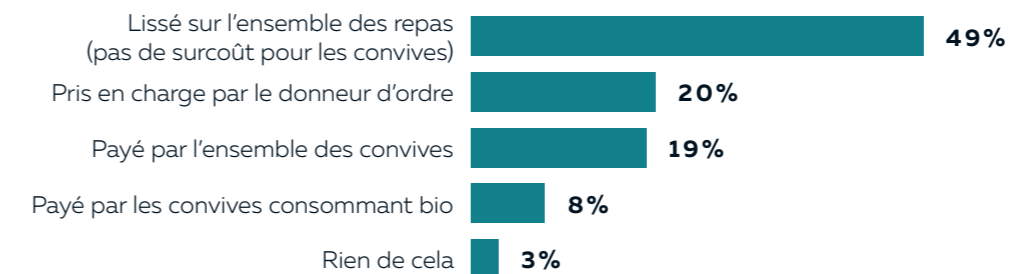
Près de la moitié des établissements déclarant un surcoût, le lisse sur l'ensemble des repas, sans répercussion sur le prix des repas pour les convives, généralement à niveau de qualité constant.

65 % des établissements ayant subi un surcoût lié à l'introduction de produits bio ont cherché à le limiter.

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

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

##### LE SURCÔT EST...

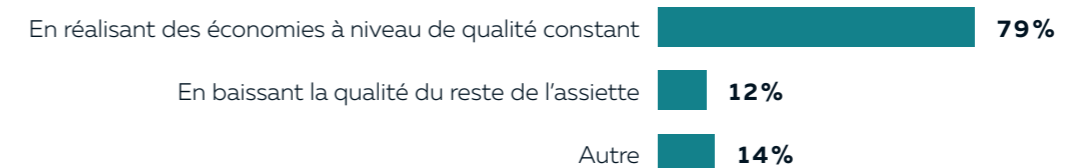


Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

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

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

##### LE PRIX EST LISSÉ SUR L'ENSEMBLE DES REPAS...

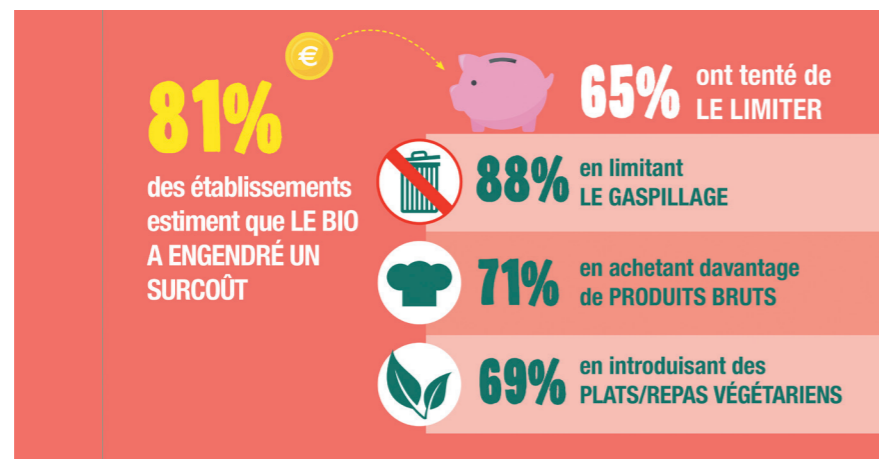


Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

**Comment ? Un ensemble de stratégies sont mises en œuvre. Notons que :**

- 88 % des établissements ont tenté de limiter ce surcoût en limitant le gaspillage,
- 71 % en achetant davantage de produits bruts,
- 68 % en passant par des partenariats au niveau local,
- 55 % en introduisant des plats/repas végétariens. Cette stratégie est en hausse par rapport à 2018 (46 %) en accord avec les recommandations des politiques publiques en termes d'alimentation et nutrition du Programme national pour l'alimentation <sup>3</sup>.

Ces chiffres s'inscrivent à la fois dans les attentes sociétales pour une meilleure prise en compte des enjeux environnementaux ainsi que dans les politiques publiques pour améliorer l'alimentation et la nutrition en agissant sur le gaspillage alimentaire, la fraîcheur des produits et leur degré de transformation et l'augmentation de la consommation de protéines végétales comme levier de consommation de viande bio.



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

<sup>3</sup> Programme national pour l'alimentation. Territoires en action. 2019-2023. Publié en septembre 2019

**3 LES PERSPECTIVES POUR 2022**

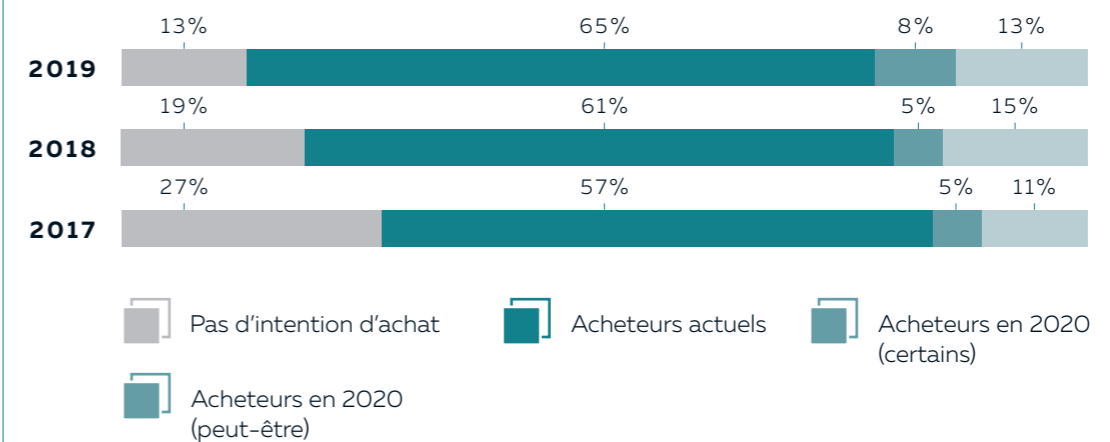
En 2020, 22 % des établissements projettent d'introduire du bio dans leur restaurant alors qu'ils ne le faisaient pas en 2019, et ce de façon certaine pour 8 % d'entre eux.

En 2019, parmi les établissements interrogés seuls 13 % n'ont pas l'intention d'introduire de produits bio l'année suivante. Ce chiffre est en baisse pour la deuxième année consécutive avec un recul très net de 14 points pour la période (il s'établissait à 19 % en 2018 et 27 % en 2017).

Le nombre d'établissements n'ayant pas l'intention d'introduire de bio en 2020 est en recul à la fois dans le public et le privé, tant en restauration scolaire qu'au travail mais pas dans le secteur sanitaire et social, secteur où ce chiffre est pourtant significativement plus élevé. Ce dernier secteur est pourtant concerné par la cible d'introduction de 20 % de produits bio en restauration collective de la loi EGalim.

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

Base : Ensemble (n=1040)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

## BILAN

---

La dynamique d'introduction des produits bio en restauration collective se poursuit mais n'a enregistré qu'une accélération modérée suite à la promulgation de la loi EGalim en 2018. Si le surcoût engendré par l'introduction de bio continue de décourager plus d'un établissement sur trois, ceux qui ont franchi le pas ont su trouver des moyens de le limiter en le lissant sur l'ensemble des repas, sans surcoût pour le convive, et à niveau de qualité constant.

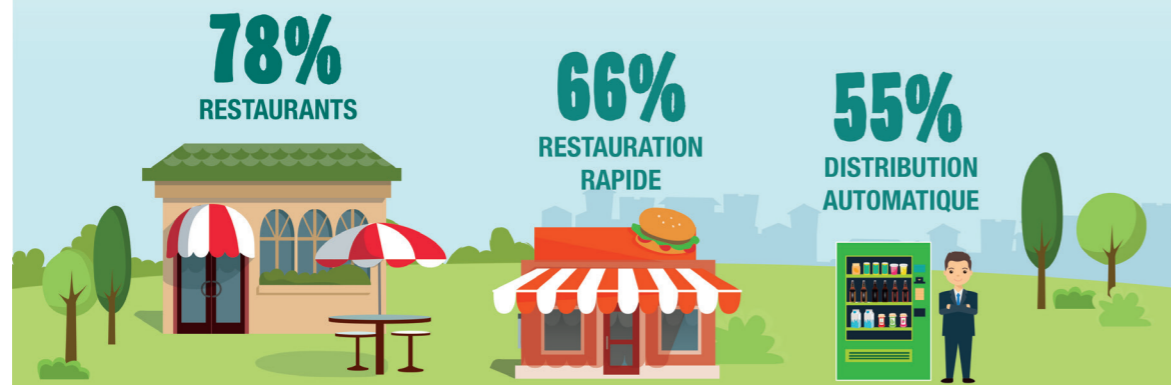
Pour ceux qui ont introduit des produits bio, il est intéressant de constater que l'approche s'inscrit dans une démarche globale plus durable et plus saine où le gaspillage alimentaire est limité, où les sources de protéines sont diversifiées avec plus de repas végétariens à la faveur de viandes de meilleure qualité, bio notamment. Enfin, les établissements proposent de plus en plus des menus 100 % bio, résultat de l'organisation des approvisionnements bio et qui met en lumière les actions entreprises en ce sens.

Un an après la promulgation de la loi EGalim, les lignes bougent mais il reste encore du chemin à parcourir.



## LE BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE

### LES FRANÇAIS EN ATTENTE DE BIO HORS DOMICILE



Source : Baromètre consommation Agence BIO/ Spirit Insight janvier 2018

### UN MARCHÉ EN CROISSANCE

**230 millions**  
D'EUROS EN 2018

**+11%**  
vs. 2017



Source : Estimation du marché alimentaire bio Agence BIO/ AND International



Source : Estimation du marché alimentaire bio, Agence BIO/AND International

### QUI INTRODUIT LE BIO ET COMMENT ?

**43%** des établissements introduisent des PRODUITS BIO



**34%** DES PLATS ENTIÈREMENT BIO



**24%** OFFRE ENTIÈREMENT BIO, à l'exception de quelques produits non disponibles en bio



**15%** DES MENUS / FORMULES ENTIÈREMENT BIO



**57%** DES ÉTABLISSEMENTS N'INTRODUISENT PAS DE BIO



**80%** ORIGINE FRANÇAISE

**59%** ORIGINE RÉGIONALE

**43%** €

des établissements estiment que LE BIO A ENGENDRÉ UN SURCÔÛT



**56%** ont tenté de LE LIMITER



**86%** en limitant LE GASPILLAGE



**71%** en achetant davantage de PRODUITS BRUTS



**69%** en introduisant des PLATS/REPAS VÉGÉTARIENS

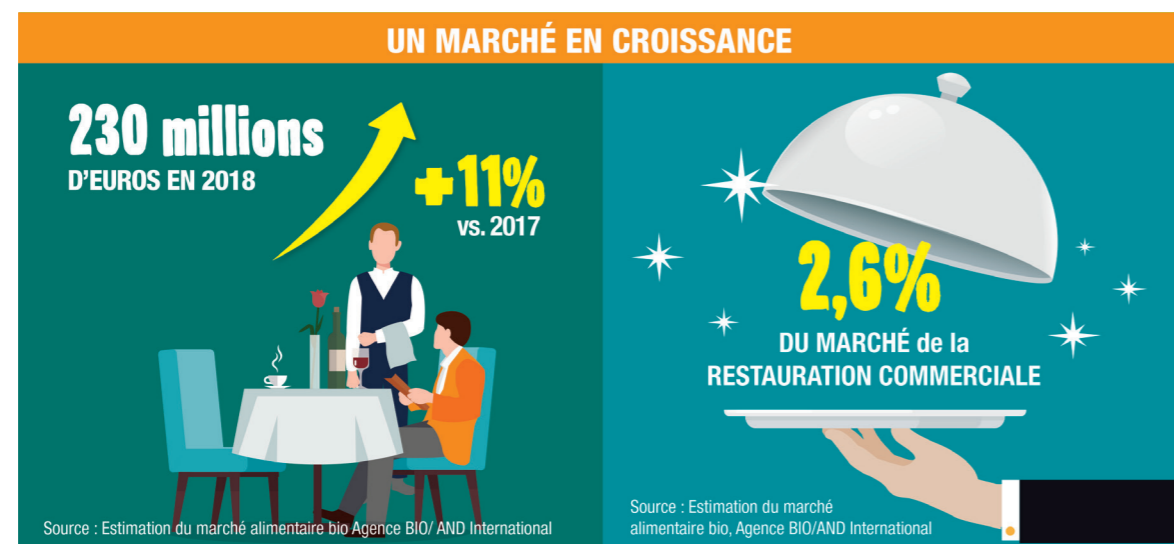
Sources : 1 - Baromètre consommation Agence BIO / Spirit Insight 2019 • 2 - Evaluation du marché alimentaire bio en 2018, Juin 2019, Agence BIO/AND International • 3 - Etude Agence BIO / CSA Research Septembre 2019

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.

## L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE RESTE FAIBLE

### 1 DE L'APPROVISIONNEMENT À L'OFFRE DE PRODUITS BIO : LES GRANDES TENDANCES 2019

Consciente que les consommateurs veulent plus de bio y compris en restauration hors foyer<sup>4</sup>, l'Agence BIO a décidé en 2018 d'enquêter sur la restauration commerciale. C'est donc la deuxième année où CSA Research a interrogé les établissements de la restauration commerciale sur leur introduction de produits bio.



**METHODOLOGIE DE L'ENQUETE :** Afin de mesurer l'introduction des produits bio en restauration commerciale en 2019, CSA Research a interviewé par téléphone **1040 établissements 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 boissons et des hôtels, en septembre 2019, avec des quotas sur le secteur et la région qui ont permis un redressement des résultats d'enquête.

<sup>4</sup> Baromètre de perception et de consommation des produits alimentaires biologiques, Spirit Insight /Agence BIO, février 2019

## LE BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE : DES OFFRES DE PLUS EN PLUS COMPLÈTES

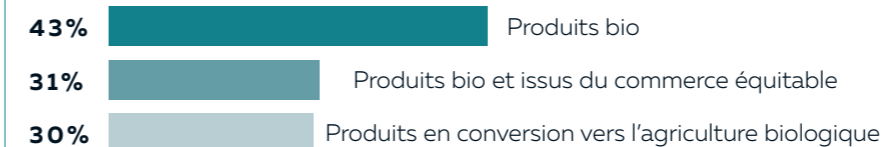
43 % des établissements de la restauration commerciale introduisent des produits bio en 2019, soit beaucoup moins qu'en restauration collective. Près de 30 % des établissements proposent des produits bio et issus du commerce équitable et tout autant des produits en conversion vers l'agriculture biologique.

**Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans votre établissement, ne serait-ce que de temps en temps ?**

**Q0bis. Proposez-vous des produits en conversion vers l'agriculture biologique, 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 ?**

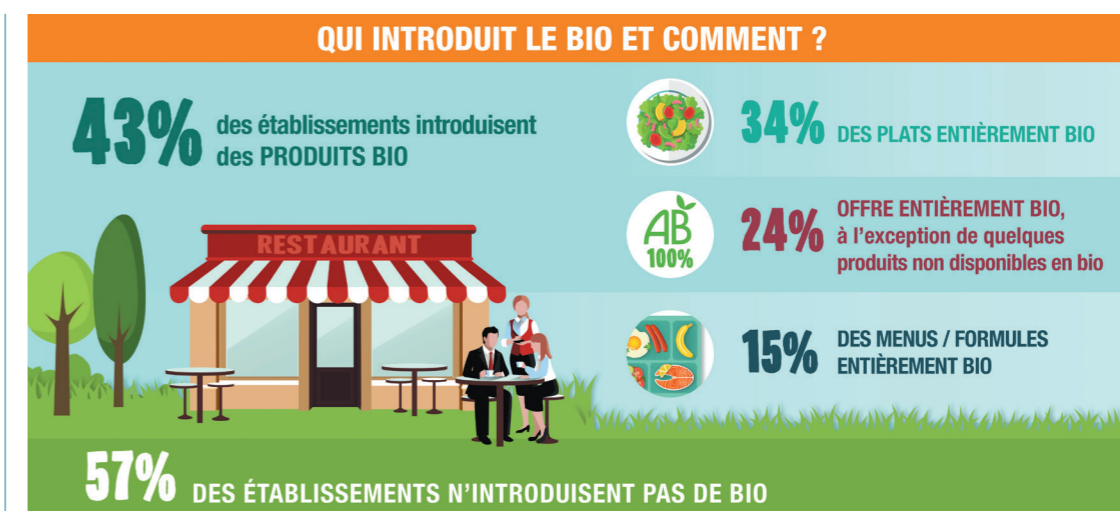
Base : Ensemble (n=1044)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Agence BIO/CSA Research, septembre 2019

### Les établissements qui proposent des produits bio le font via une offre plus complète :

- 15 % proposent des menus ou des formules avec toutes les composantes bio (versus 9 % en 2018),
- 24 % proposent une offre entièrement bio, à l'exception de quelques produits non disponibles en bio (versus 14 % en 2018),
- 34 % proposent des plats entièrement bio (versus 25 % en 2018).



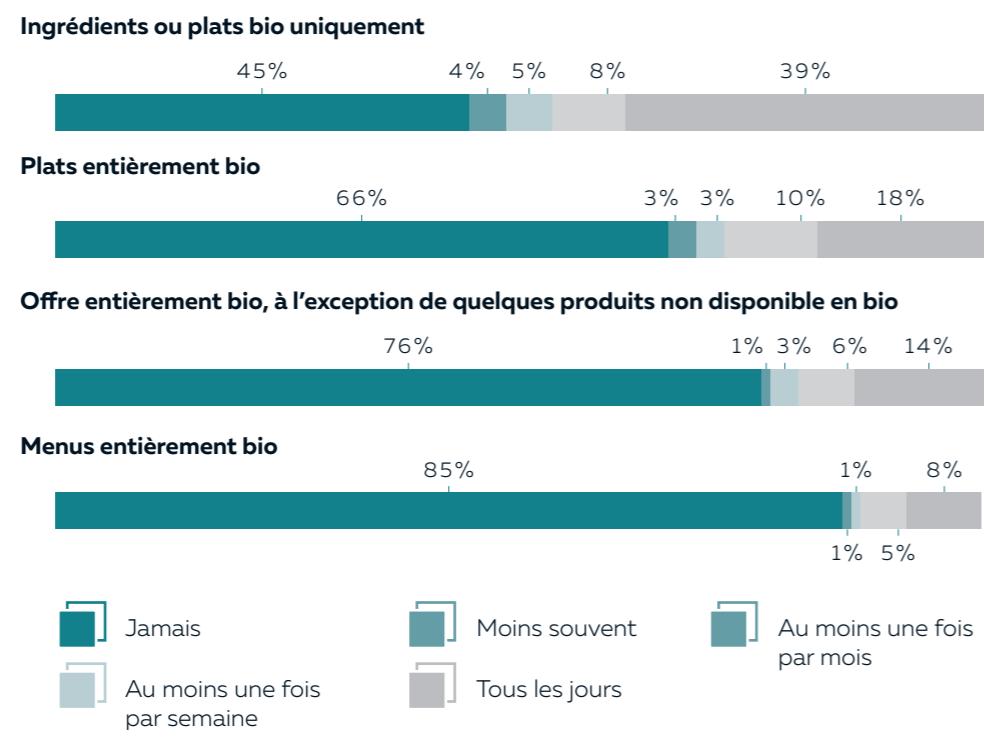
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

**Outre l'offre plus complète, la fréquence augmente avec une offre bio quotidienne :**

- De plats entièrement bio pour **18 %** des établissements introduisant du bio contre **12 %** en 2018,
- D'une offre entièrement bio, à l'exception de quelques produits non disponibles en bio pour **14 %** des cantines introduisant du bio contre **8 %** en 2018,
- Via des menus/formules avec toutes les composantes bio pour **8 %** contre **5 %** d'entre eux en 2018.

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

Base : Propose des produits bio (n=449)



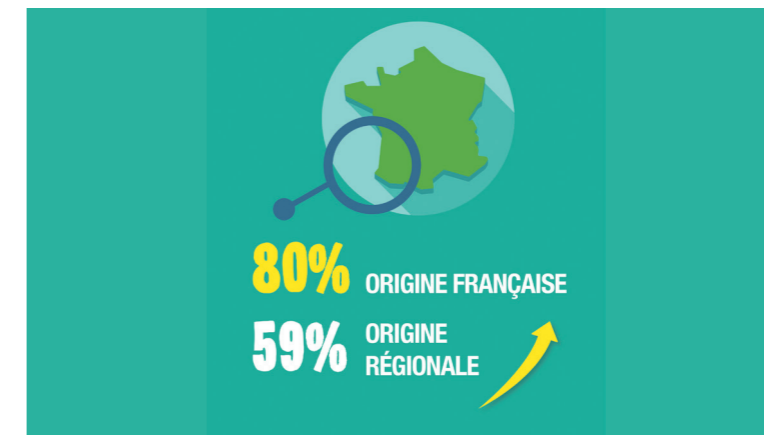
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Agence BIO/CSA Research, septembre 2019



**UNE VALORISATION DES PRODUITS BIO DE PROXIMITÉ**

Les établissements qui aujourd'hui proposent des produits bio sont sensibles à leur origine : **80 %** des produits bio achetés sont d'origine française et même régionale pour **59 %** d'entre eux, en hausse par rapport à 2018 (**54 %**).

**67 %** des établissements proposant du bio, encouragent l'approvisionnement bio de proximité.



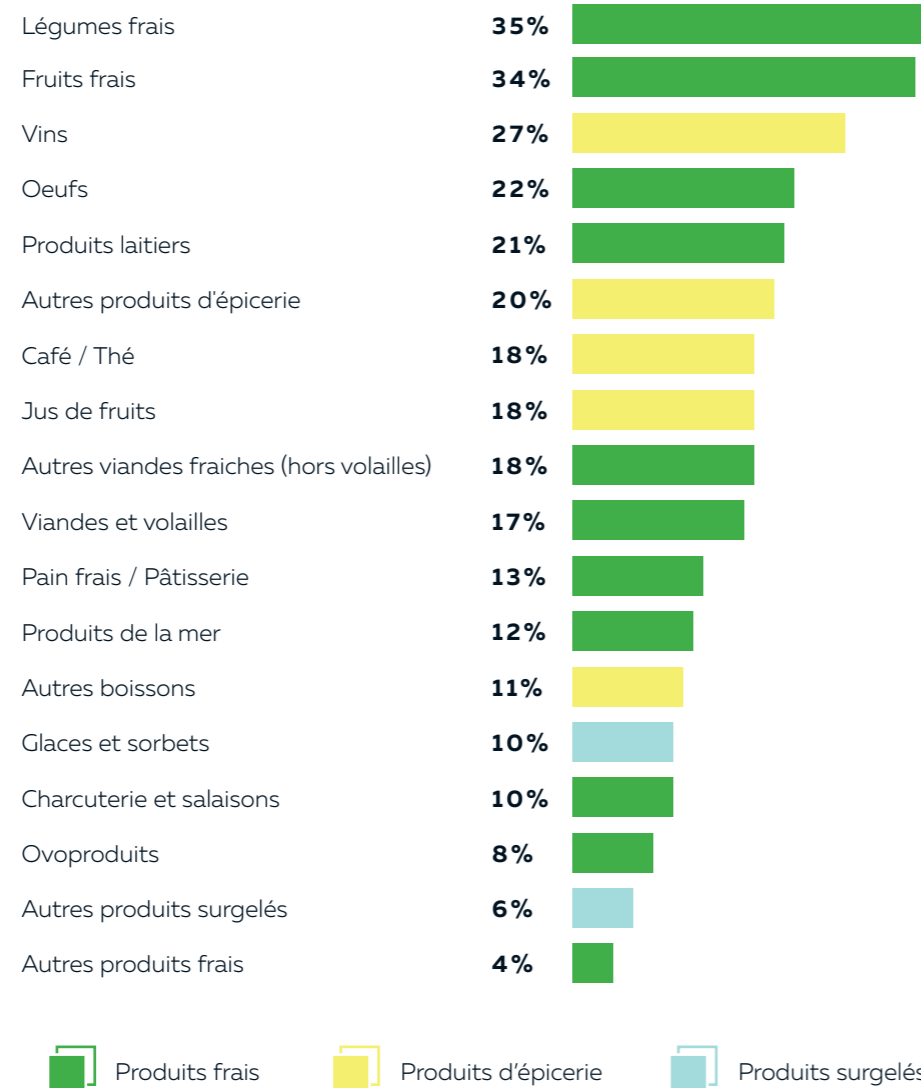
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

## ZOOM SUR LES PRODUITS BIO INTRODUIIS EN RESTAURATION COMMERCIALE

Comme l'an passé, les fruits frais sont les produits bio introduits par le plus grand nombre de restaurants commerciaux (80 % de ceux qui introduisent des produits bio), suivis des légumes frais (78 %), puis du vin bio proposé par 27 % des établissements.

**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 : Ensemble (n=1040)



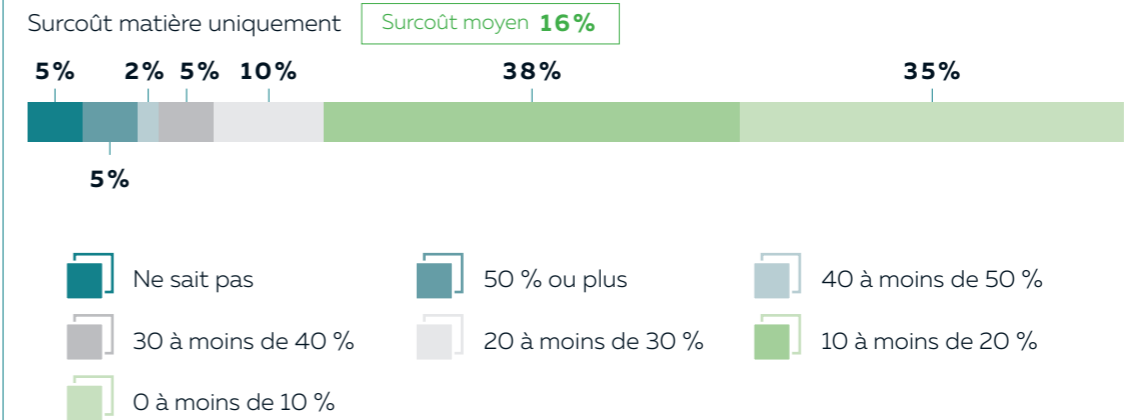
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

## 2 DES STRATÉGIES GAGNANTES POUR MAÎTRISER LE SURCÔÛT

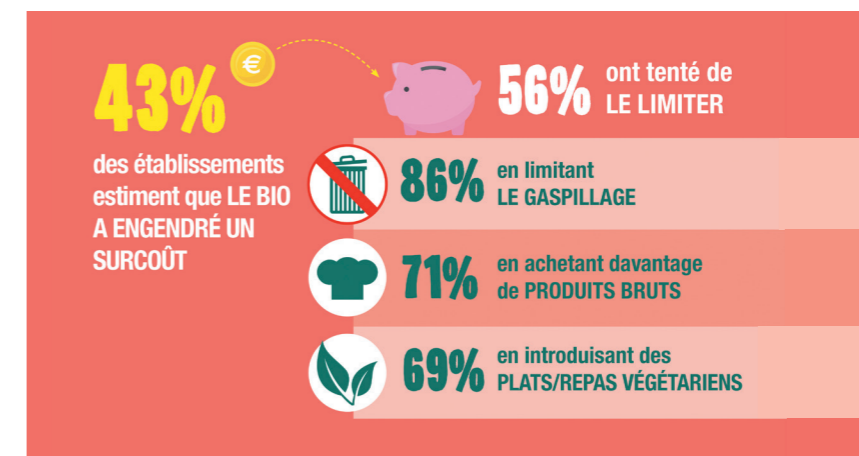
43 % des acheteurs de produits bio estiment qu'il y a un surcoût lié à l'introduction du bio. Ceux-ci estiment ce surcoût à 16 % en moyenne aussi bien pour les achats des produits qu'au global.

**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 (n=191)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Agence BIO/CSA research, septembre 2019



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Agence BIO/CSA research, septembre 2019

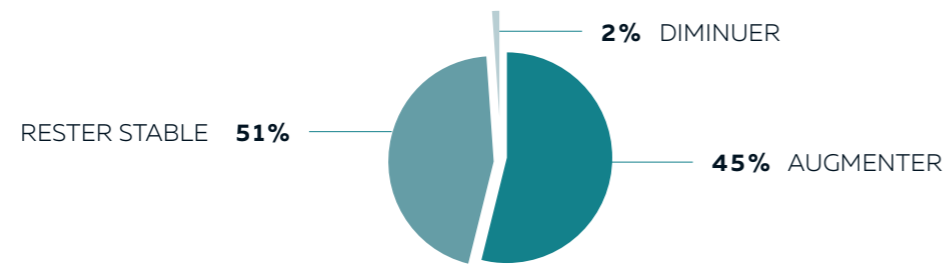
### 3 UN NOUVEAU CAHIER DES CHARGES BIO POUR LA RESTAURATION COMMERCIALE : UN NOUVEL ÉLAN

#### LES TENDANCES POUR 2020

Au global, 45 % des acheteurs estiment qu'en 2019, leurs achats de produits bio vont augmenter et 51 % qu'ils seront stables.

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

Base : Propose des produits bio (n=449)



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration commerciale. Agence BIO/CSA research, septembre 2019



### LANCEMENT DU NOUVEAU CAHIER DES CHARGES DE LA RESTAURATION COMMERCIALE : EN ROUTE VERS LES RESTAURANTS BIO DE DEMAIN

#### 3 Questions à Olivier Nasles - Président du Comité National de l'Agriculture Biologique de l'INAO



#### En quoi consiste la réforme du cahier des charges ?

Depuis janvier 2012, les établissements de la restauration hors foyer à caractère commercial qui préparent et/ou distribuent directement des denrées alimentaires prêtes à être consommées, sont régis par un cahier des charges français, et exclusivement français puisque le règlement bio de l'Union européenne n'inclut pas dans son champ cette activité de service. Jusqu'alors notre cahier des charges encadrait les établissements qui utilisent une ou plusieurs denrées alimentaires ou ingrédients bio et certifient « un plat ou un menu » bio.

Aujourd'hui, le cahier des charges va plus loin... **en CERTIFIANT un établissement, un restaurant.**

Cette certification, appelée « quantité produits », est basée sur le pourcentage de produits biologiques achetés par l'établissement, avec 3 niveaux de catégories :

- **Catégorie 1 pour 50 % à 75 % en valeur d'achat d'ingrédients biologiques**
- **Catégorie 2 pour 75 % à 95 % en valeur d'achat d'ingrédients biologiques**
- **Catégorie 3 pour au moins 95 % en valeur d'achat d'ingrédients biologiques**

Ce cahier des charges s'inscrit dans une démarche de progrès où nous voulons permettre au plus grand nombre de sauter le pas du bio.

Parallèlement, la certification de « plat ou menu » bio est maintenue et, si l'utilisation d'une ou plusieurs denrées alimentaires ou ingrédients bio reste encadrée, elle ne donne plus lieu à une notification, afin d'alléger les démarches des restaurateurs.



### **Concrètement, comment un restaurateur peut-il devenir restaurant certifié bio ?**

Dès lors qu'un établissement utilise 50 %... et plus en valeur de ses achats d'ingrédients biologiques, il devra être certifié et notifié au sein de l'annuaire de l'Agence BIO pour pouvoir communiquer sur son activité. Au même titre que n'importe quel opérateur (producteurs, transformateurs, distributeurs...) en bio, il sera contrôlé par des organismes de contrôles afin de valider le respect du cahier des charges.

### **Comment le restaurateur pourra-t-il valoriser sa certification auprès du consommateur ?**

L'établissement apposera, sur sa devanture ou autre support de communication, le logo français AB suivi du pourcentage de la catégorie auquel il appartient. Pour une bonne lisibilité, nous avons souhaité capitaliser sur la forte notoriété de notre logo AB (97 %)⁵. Connu de tous, il permettra une compréhension rapide de l'information. Au 1<sup>er</sup> janvier 2020, le nouveau cahier des charges de la restauration hors foyer à caractère commercial en agriculture biologique sera applicable.

### **Les objectifs du nouveau du cahier des charges de la restauration commerciale en agriculture biologique**

- Promouvoir le développement des filières des produits bio et développer l'offre de produits biologiques en restauration commerciale,
- Étendre l'accès à la certification pour des restaurants utilisant des produits bio,
- Garantir la transparence de l'offre pour le consommateur,
- Apporter une information lisible aux convives par un étiquetage clair et exhaustif des ingrédients et denrées biologiques.

## **BILAN**

**L'introduction des produits bio en restauration commerciale progresse légèrement avec des offres plus complètes et un approvisionnement régional renforcé.**

**Plus de la moitié des restaurants cherchent à limiter le surcoût lié à l'introduction de produits bio, notamment en réduisant le gaspillage. Des intentions d'introduire plus de produits bio se font sentir pour les années à venir.**

**Le lancement du cahier des charges axé sur une extension et une meilleure lisibilité de l'offre certifiée bio des restaurants a pour ambition d'accompagner et de faciliter l'introduction de produits bio dans ces établissements. Rendez-vous en 2020 !**

⁵ Baromètre de perception et de consommation des produits alimentaires biologiques. Spirit Insight/Agence BIO, février 2019

## LE SALON DES MAIRES ET DES COLLECTIVITÉS LOCALES

L'Agence BIO participera à la prochaine édition du Salon des Maires et des Collectivités Locales du 19 au 21 novembre à Paris Porte de Versailles PAV 2.3 - emplacement n° B012, afin de répondre aux questions des visiteurs et des élus sur la loi du 1<sup>er</sup> novembre 2018 qui vise à instaurer au moins 20% de produits bio ou en conversion dans la restauration collective d'ici 2022.

Des professionnels du secteur bio en restauration collective, notamment de l'association Manger Bio Ici et Maintenant ! 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.

Afin d'aider les collectivités locales à projeter les effets d'un changement de production agricole et d'alimentation sur leurs territoires, des représentants de la FNAB et de Terre de Liens présenteront le dispositif « Territoires bio » ainsi que le nouvel outil PARCEL : Pour une Alimentation Responsable, Citoyenne Et Locale .

### L'Agence BIO proposera 3 temps forts lors de ce salon :

- La présentation de PARCEL, *Pour une Alimentation Responsable, Citoyenne et Locale*, outil en ligne et gratuit créé par Terre de Liens, le BASIC et la FNAB qui donne à voir quels seraient les bénéfices de la transition agricole et alimentaire sur son territoire en termes de surfaces agricoles, de création d'emploi et d'impacts écologiques (qualité de l'eau, climat, biodiversité...).  
Mardi 19 novembre de 10h à 11h sur le stand de l'Agence BIO
- Un atelier technique « Biodiversité urbaine, agriculture urbaine, comment les favoriser ? Quels atouts de l'agriculture biologique ? » Mardi 19 novembre 14h-15h – Pavillon 4 – Salle 41
- La signature de conventions de partenariat entre l'Agence BIO, le SNRC et Restau'co suivie d'un cocktail, Mercredi 20 novembre 2019 à 17h30, sur le stand de l'Agence BIO

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](http://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.





@AgricultureBIO



@agriculturebio



@agriculture\_bio

[www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)

**CONTACTS PRESSE - AGENCE OCONNECTION**

ANNE-MARIE BOYAULT - 06 89 28 42 29

LUCILE LECLERCQ - 06 24 30 56 55

VANESSA DESCOURTIS - 06 11 86 32 03

[agencebio@oconnection.fr](mailto:agencebio@oconnection.fr)