AGENCE BIO

PRODUITS BIOLOGIQUES EN RESTAURATION COLLECTIVE : ÉVALUATION DES BESOINS, IDENTIFICATION DES ATTENTES DES ACHETEURS ET MISE EN RELATION AVEC LES CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE POUR UNE DYNAMIQUE DE DÉVELOPPEMENT

Tome III. Résultats de l'enquête CSA par sondage.
Rapport CSA
n° 0900035

Juin 2009

CabinetGressard Consultants

csa

Téléphone : +33 1 39 34 69 00 Télécopie : +33 1 39 34 69 01 email : info@gressard.com
1, avenue Victor Hugo F-95160 Montmorency / France
S.A. au capital de 900 000 FRF / Siret PONTOISE B393 903 570 00017 APE 7022Z

Sommaire

INTRODUCTION

- Contexte de l'étude 04
- Objectifs de l'étude 05
- Méthodologie de l'étude 06
- Aide à la lecture 07
- Structure de l'échantillon 09

RESULTATS DETAILLES

- L'achat de produits biologiques 15
- Acheteurs de produits biologiques : description et perspectives 37
- Non acheteurs de produits biologiques : perspectives 2012 47
- Projection du marché du bio en 2012 59
- Attitudes, freins et leviers à l'égard du bio 67

Introduction

Contexte de l'étude

- **L'évaluation des besoins en produits biologiques pour la restauration collective est une demande régulièrement exprimée par les partenaires professionnels de l'Agence Bio, qui a pris une nouvelle ampleur depuis le Grenelle de l'Environnement et la parution de la circulaire Etat exemplaire du 2 mai 2008 visant à introduire 20% de produits biologiques dans la restauration collective publique. Ils varient de façon significative selon le type de restauration et le mode d'organisation choisi, et selon les produits.**

- **Des évaluations partielles par filière existent, issues notamment d'études confiées au GIRA Foodservices.**

- **Le CCC et le SNRC, principaux organismes impliqués dans le développement de ce type de restauration, ont réalisé des estimations dans leurs secteurs (gestion directe et gestion concédée).**

- **Enfin, les expériences acquises dans les réseaux FNAB et SYNABIO, ainsi que d'autres partenaires de l'Agence Bio, ont fait émerger des besoins à satisfaire.**

- **La collecte et l'analyse de l'ensemble de ces informations, et une connaissance plus fine des besoins par secteur, permettrait aux professionnels d'impulser des démarches interactives, de s'organiser pour répondre à une demande croissante en produits biologiques pour la restauration collective, d'inciter à des conversions pour approvisionner ce secteur d'une manière adaptée, d'engager un processus de développement progressif en lien avec l'offre et la stimuler.**

Objectifs de l'étude

- **Cette première partie de l'étude confiée à CSA dans le cadre de l'expertise générale menée par le Cabinet Gressard, CSA et l'Agence Bio a pour objectifs principaux de :**

  - *Consolider, actualiser et compléter les estimations du marché de la restauration collective par catégorie de secteurs, segments et produits, notamment biologiques.*
  - *Disposer d'une évaluation globale des besoins et attentes en produits biologiques par secteur, produit, segment de marché, type d'établissement au plan national et par zone géographique (région) en particulier en volume, spécifications techniques et origine géographique.*
  - *Mettre les résultats en perspective générale sur plusieurs années*

- **Elle est complétée par une deuxième phase confiée au Cabinet Gressard, permettant de :**

  - *Confronter ces résultats avec les caractéristiques de l'offre (y compris provenance et identification des marges de flexibilité pour une introduction adaptée aux produits disponibles sur le marché)*
  - *Proposer des recommandations stratégiques pour chaque filière*
  - *Mettre en place un système pertinent et viable d'échange d'informations de marché pour satisfaire de manière optimale les besoins des fournisseurs et des acheteurs à tout moment en tenant compte des fluctuations de l'offre et de la demande*
  - *Mettre en place un tableau de bord en vue d'une actualisation ultérieure des résultats, en lien avec la notification annuelle des opérateurs en agriculture biologique qui pourrait être étendue d'ici quelques années à l'ensemble des opérateurs en restauration collective.*

Méthodologie de l'étude

- **Univers d'enquête :** ensemble des établissements de la restauration collective sur le territoire français,

- **Recueil des données :**
  - *Enquête menée par téléphone (système CATI)* à partir d'un fichier représentatif acheté à GIRA FOOD SERVICE
  - *Interviews des responsables de la restauration en charge du choix ou des achats de produits alimentaires*

- **Durée du questionnaire :** 15 minutes

- **Dates d'enquête :** du 18 février 2009 au 6 mars 2009

- **Échantillon :** 414 interviews

Aide à la lecture des résultats

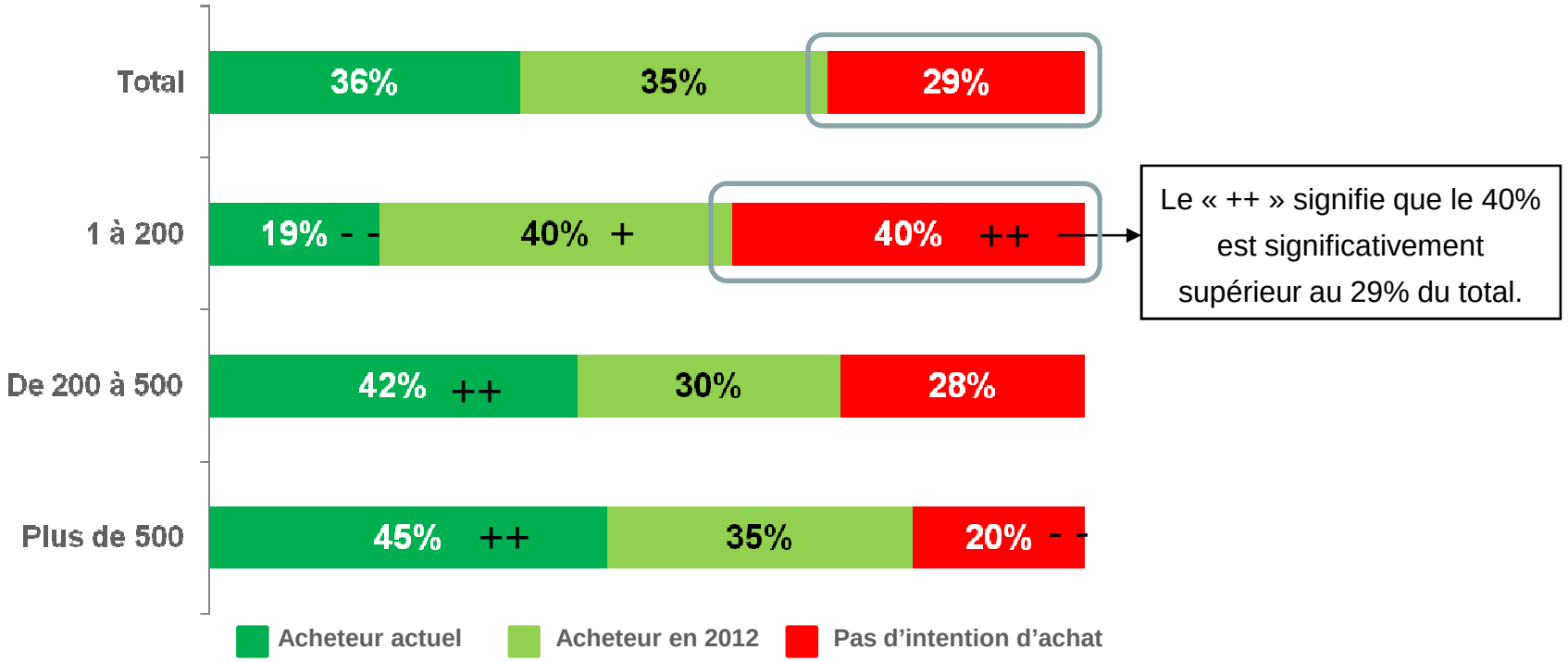
	Total	Propose des produits bio	
		Oui	Non
Ensemble	*414*	*147*	*267*
Travail	**29%**	**30%**	**28%**
Entreprises	29%	30%	28%
Enseignement	**46%**	**61%**	37%
Lycées & Collèges publics	19%	21%	18%
Cuisines Centrales d'écoles	9%	**19%**	4%
Ecoles Privées	8%	5%	10%
Ecoles sans CC	7%	**10%**	4%
Ecoles supérieures	1%	**3%**	0%
Universités	1%	2%	1%
Santé/Social	**24%**	7%	**33%**
Maisons de retraite	18%	6%	**24%**
Cliniques	4%	1%	**5%**
Hôpitaux	3%	1%	**4%**
Divers collectivités	**1%**	**1%**	**1%**
Armées	1%	1%	1%
Centre de détention	0%	0%	1%

Les bases de chaque tableau correspondent aux nombres d'interviews réalisées.

Différence significativement supérieure au total (à 90%)

Différence significativement inférieure au total (à 90%)

Aide à la lecture des résultats



Le « ++ » signifie que le 40% est significativement supérieur au 29% du total.

++ Différence significativement supérieure au total (à 95%)

\+ Différence significativement supérieure au total (à 90%)

\- Différence significativement inférieure au total (à 90%)

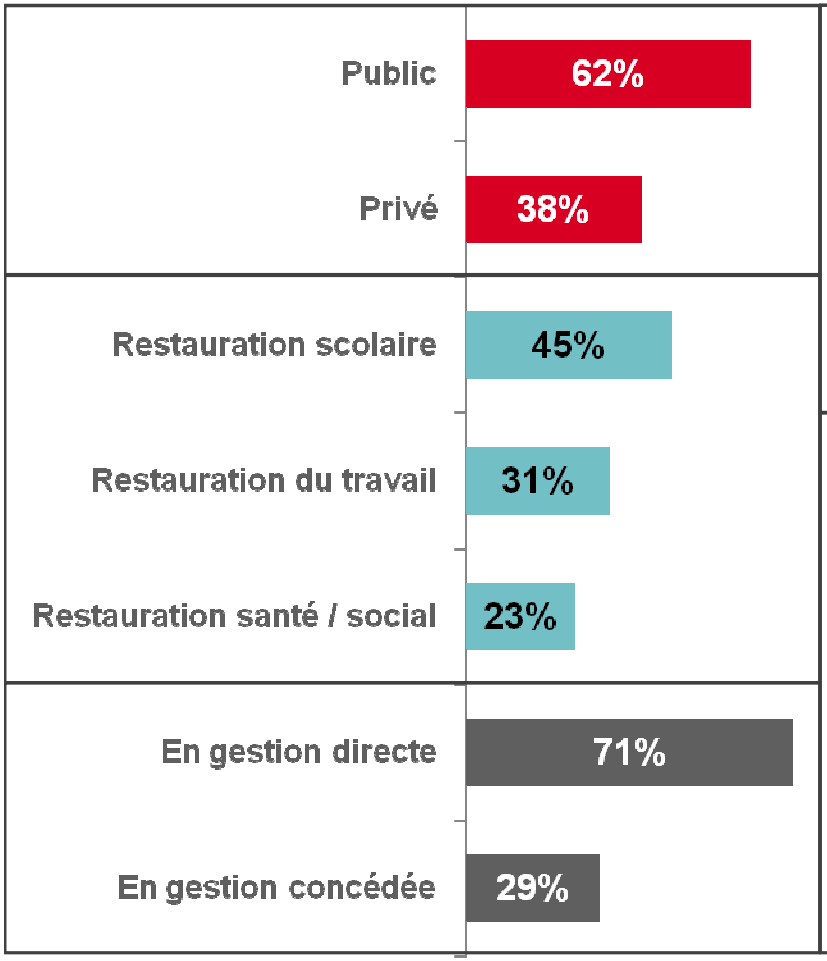
\- - Différence significativement inférieure au total (à 90%)

Structure de l'échantillon

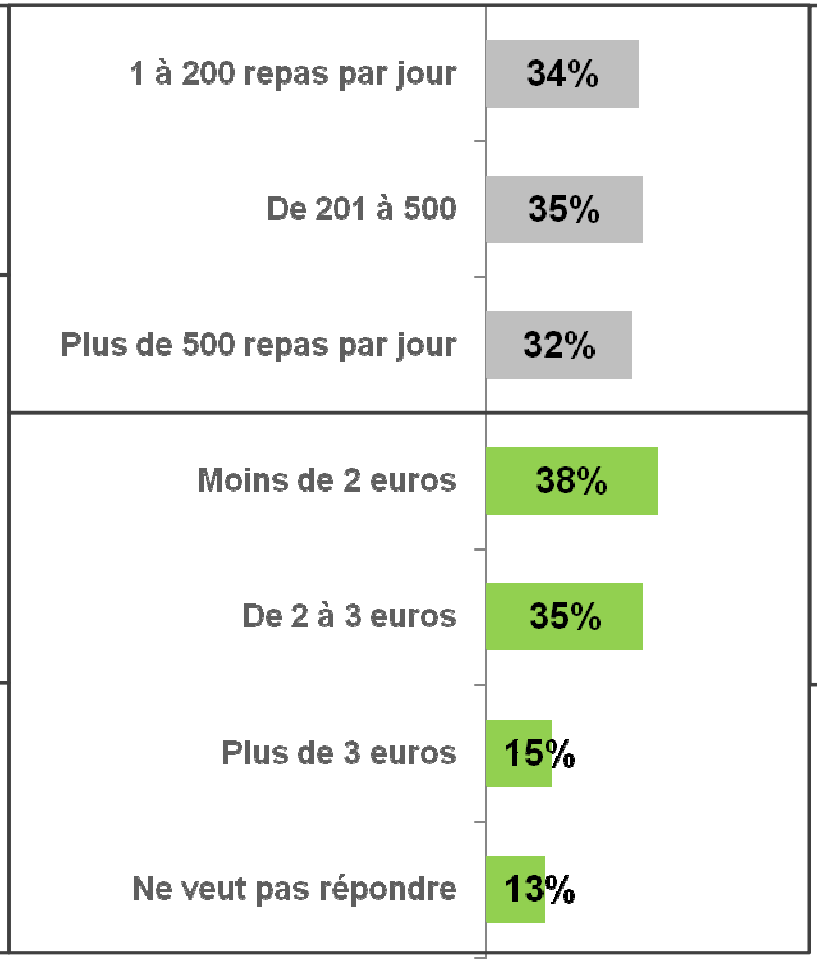
	Structure de l'échantillon	Effectifs de l'échantillon	Privé	Public d'état	Public hors état
Ensemble	*414*	*414*	*158*	*29*	*233*
Travail	**29%**	**118**	**51%**	**17%**	**14%**
Entreprises	29%	118	51%	17%	14%
Enseignement	**46%**	**190**	**23%**	**21%**	**66%**
Lycées & Collèges publics	19%	78	-	-	33%
Cuisines Centrales d'écoles	9%	39	-	-	17%
Ecoles Privées	8%	34	22%	-	-
Ecoles sans CC	7%	27	-	-	12%
Ecoles supérieures	1%	6	1%	-	2%
Universités	1%	6	-	21%	3%
Santé / Social	**24%**	**100**	**26%**	**41%**	**20%**
Maisons de retraite	18%	73	16%	-	20%
Cliniques	4%	15	9%	-	-
Hôpitaux	3%	12	-	41%	-
Divers collectivités	**1%**	**6**	**-**	**21%**	**-**
Armées	1%	4	-	14%	-
Centre de détention	0%	2	-	7%	-

Structure de l'échantillon

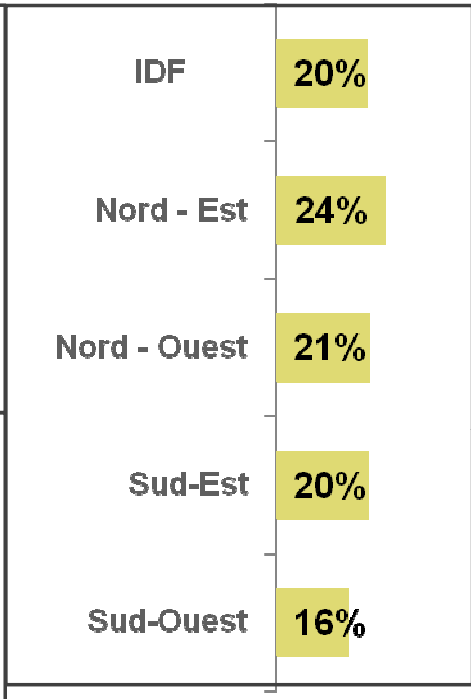
Statut, catégorie et mode de gestion de l'établissement



Nombre de repas servis par jour et coût matière des denrées au couvert



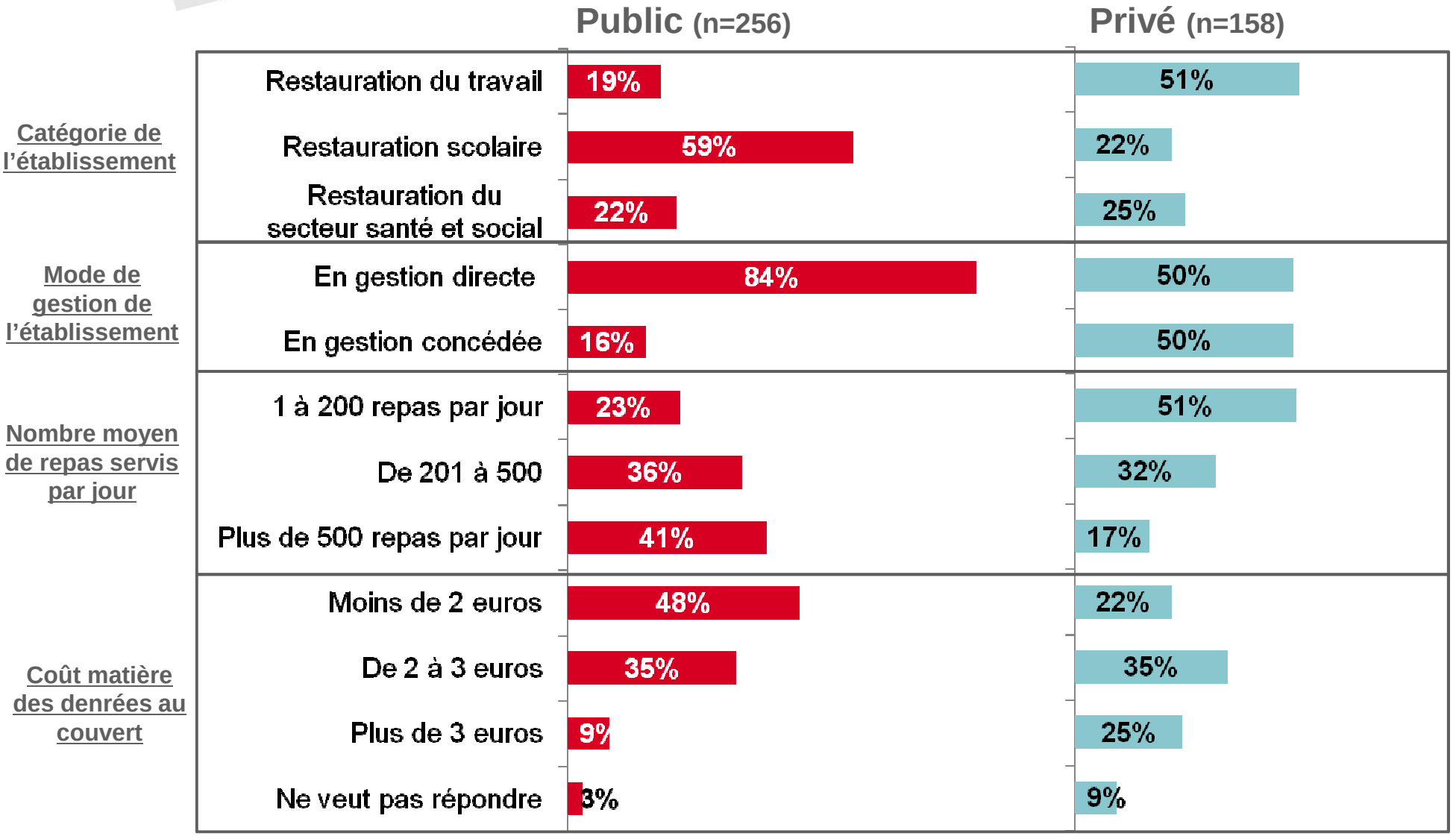
Zone géographique



Lecture : 62% de l'échantillon est constitué d'établissements publics

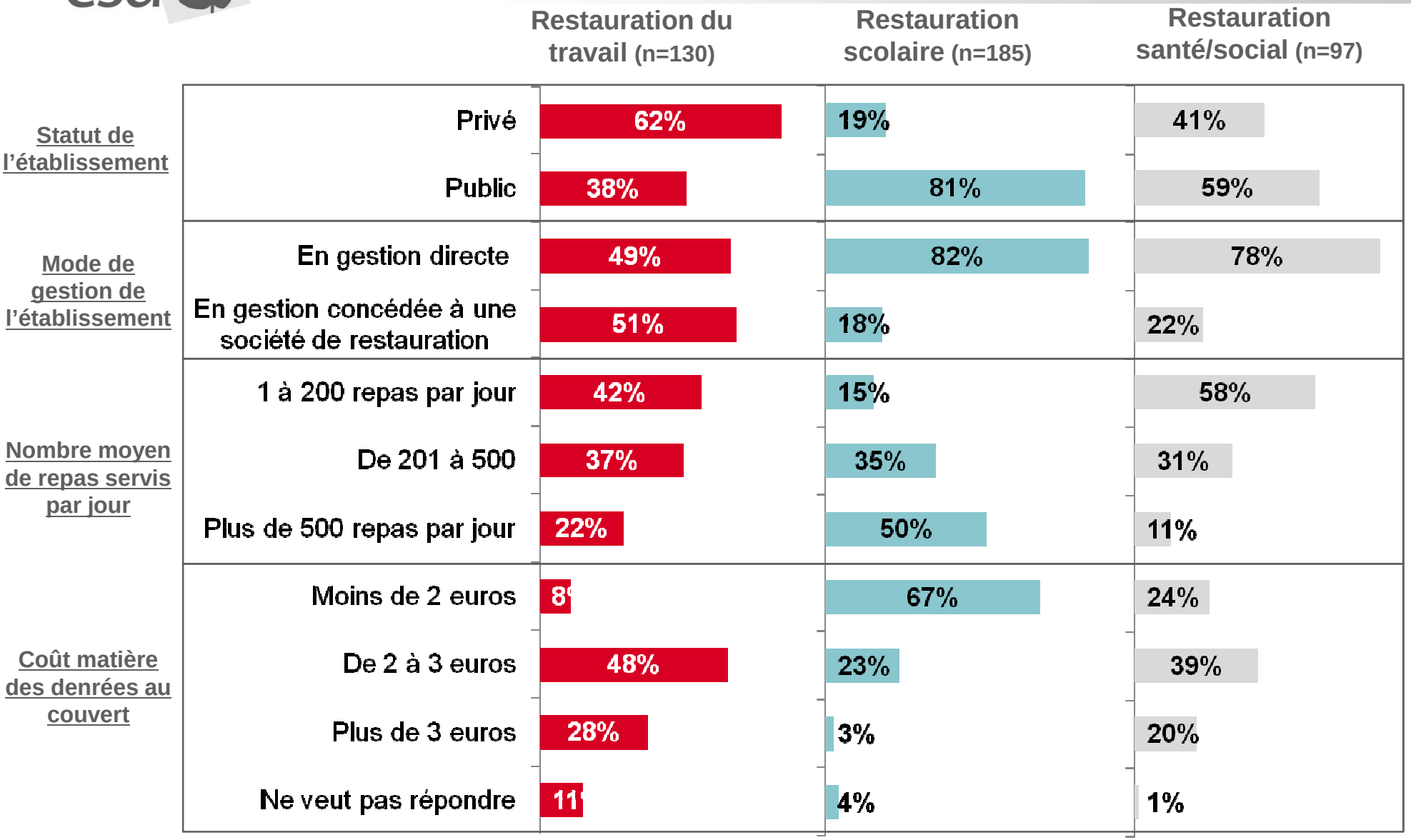
Base : ensemble (n=414)

Structure selon le statut de l'établissement



Lecture : 19% des établissements publics interrogés appartiennent au segment de la restauration du travail

Structure selon la catégorie de l'établissement



Lecture : 62% des établissements de la restauration du travail sont des établissements privés

Résultats détaillés

Principaux enseignements

- **Du point de vue de la demande, le marché des produits biologiques en restauration collective présente les caractéristiques d'un marché :**
  - **Récent**
    - ➔ quasi inexistant en 2001,
    - ➔ encore confidentiel il y a 3 ans
  - **En pleine explosion**
    - ➔ + 50% de nouveaux restaurants entre fin 2007 et début 2008,
  - **Plein d'avenir**
    - ➔ 2 fois plus de restaurants d'ici 2012
    - ➔ Une croissance du chiffre d'affaires de 600% dans les trois prochaines années si l'on s'en remet aux souhaits des acheteurs

- **Cette situation concerne l'ensemble des structures, néanmoins pour le moment impliquées à des degrés divers :**
  - ➔ **Les plus « en avance » : le public, l'enseignement**
  - ➔ **Les « en retard » : le privé, le santé/social**

- **Un marché qui se développe malgré les difficultés perçues dont le prix des matières premières mais aussi les difficultés liées à l'offre ou à l'approvisionnement. Ces difficultés n'empêchent pas les clients actuels du marché de projeter une intensification des achats de produits bio.**

L’achat de produits biologiques

L'achat de produits biologiques : à retenir

- Un peu plus d'un tiers (36%) des unités de restauration collective déclarent proposer des produits biologiques à leurs convives ne serait-ce que de temps en temps.

- On observe d'assez fortes disparités par segment de restauration. Ainsi, les produits bio sont :
  - Mieux introduits dans le public (41%), en restauration scolaire (46%), dans le Nord-Ouest de la France (51%) et dans les plus grandes unités de restauration (45%),
  - Peu présents dans la restauration sociale et médicale (10%),
  - Aussi présents en restauration concédée que dans les établissements en gestion directe.

- Par famille de produit, certaines sont consommées dans la plupart des restaurants qui proposent du bio (fruits frais : 80%) quand d'autres sont presque absentes des achats bio (pain surgelé : 2%).

- On peut ainsi établir une hiérarchie qui voit arriver devant les produits bio frais avec sur le podium :
  - les fruits (28% des restaurateurs en proposent),
  - les produits laitiers
  - et les légumes.

- Cette hiérarchie est respectée dans tous les segments de restauration : public/privé, type de convives, mode de gestion, taille, coût matière ou région.

L'achat de produits biologiques : à retenir

- **Si l'on entre dans le détail des produits, certaines familles révèlent des produits phares :**
  - **Les pommes parmi les fruits (76% en proposent)**
  - **Les yaourts parmi les produits laitiers (65%)**
  - **Les carottes parmi les légumes (56%)**
  - **Les poulets parmi les produits carnés (33%)**
  - **Le riz et les pâtes parmi les produits d'épicerie (resp. 26% et 24%)**

- **Lorsqu'ils sont introduits, les produits bio représentent une faible part des achats par rapport aux produits conventionnels. Ainsi, la moyenne s'établit autour de 5%, atteignant 10% dans le meilleur des cas (les légumes).**

- **Les restaurateurs s'approvisionnent principalement auprès de fournisseurs régionaux pour les produits frais (producteurs pour la viande et distributeurs pour les fruits, légumes et produits laitiers). Les fournisseurs sont plus majoritairement nationaux pour les produits surgelés et produits d'épicerie.**

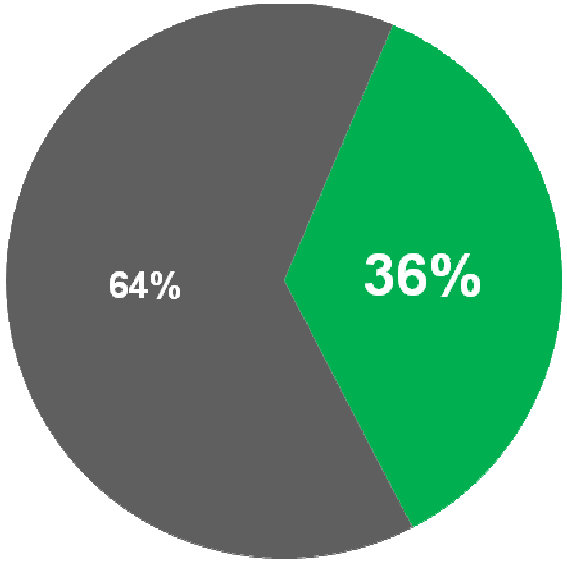
- **Le montant des achats de la restauration collective par famille de produits (source Gira), la part de restaurateurs proposant du bio et la part de leurs achats consacrée au bio nous permettent d'estimer le marché du bio en restauration collective en 2008 :**

  ➔ **44 millions d'euros de produits bio ont été achetés par les acheteurs de la restauration collective en 2008.**

Les acheteurs de produits bio

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

N'achète pas de produit biologique



36% proposent des produits biologiques dans leurs menus

Parmi eux :

- **39% proposent des menus entièrement bio**
- **11% ne proposent pas de menus mais des plats complets bio**
- **50% ne proposent ni menus ni plats bios (uniquement des produits bio dans les plats)**

Lecture : 36% des établissements de RC proposent des produits biologiques à leurs convives ne serait-ce que de temps en temps

Base : ensemble (414)

Les acheteurs de produits bio

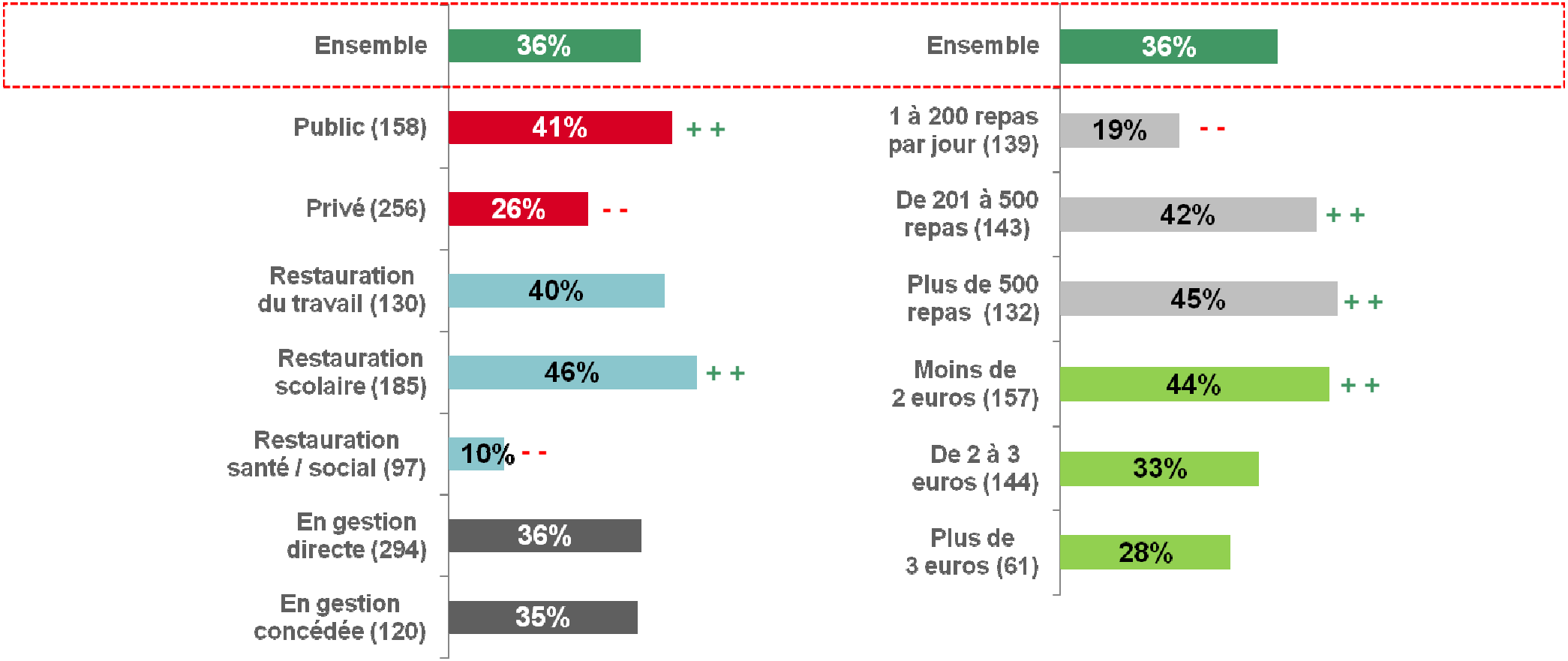
Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?

	Total	Propose des produits bio	
		Oui	Non
Ensemble	*414*	*147*	*267*
Travail	**29%**	**30%**	**28%**
Entreprises	29%	30%	28%
Enseignement	**46%**	**61%**	37%
Lycées & Collèges publics	19%	21%	18%
Cuisines Centrales d'écoles	9%	**19%**	4%
Ecoles Privées	8%	5%	10%
Ecoles sans CC	7%	**10%**	4%
Ecoles supérieures	1%	**3%**	0%
Universités	1%	2%	1%
Santé/Social	**24%**	7%	**33%**
Maisons de retraite	18%	6%	**24%**
Cliniques	4%	1%	**5%**
Hôpitaux	3%	1%	**4%**
Divers collectivités	**1%**	**1%**	**1%**
Armées	1%	1%	1%
Centre de détention	0%	0%	1%

Lecture : 61% des établissement sui proposent des produits bio appartiennent au secteur de l'enseignement.

Les acheteurs de produits bio

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

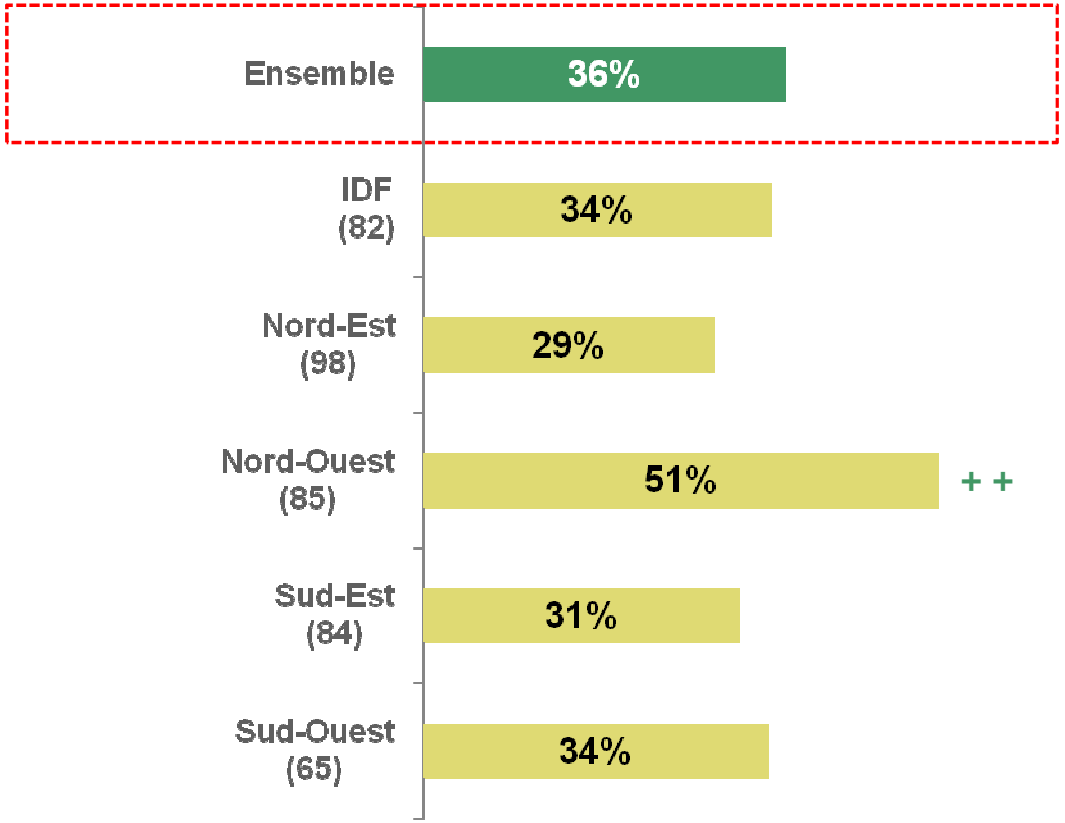


Lecture : 41% des établissements publics proposent des produits biologiques à leurs convives. 36% des établissements en gestion directe proposent des produits biologiques à leurs convives.

Base : ensemble (414)

Les acheteurs de produits bio par zone géographique

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



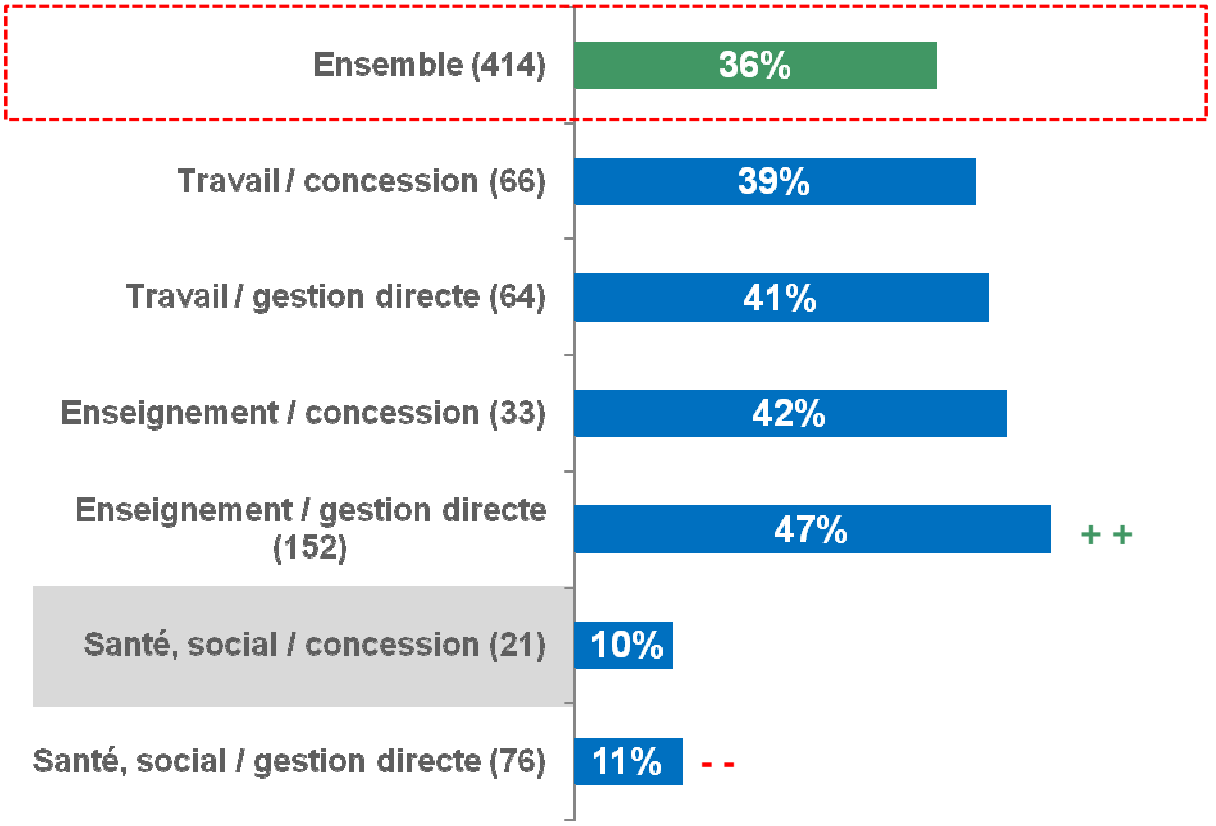
Lecture : 51% des établissements du Nord-Ouest de la France proposent des produits biologiques à leurs convives.

Base : ensemble (414)

+ / - différence significative à 95%

Les acheteurs de produits bio par segment

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



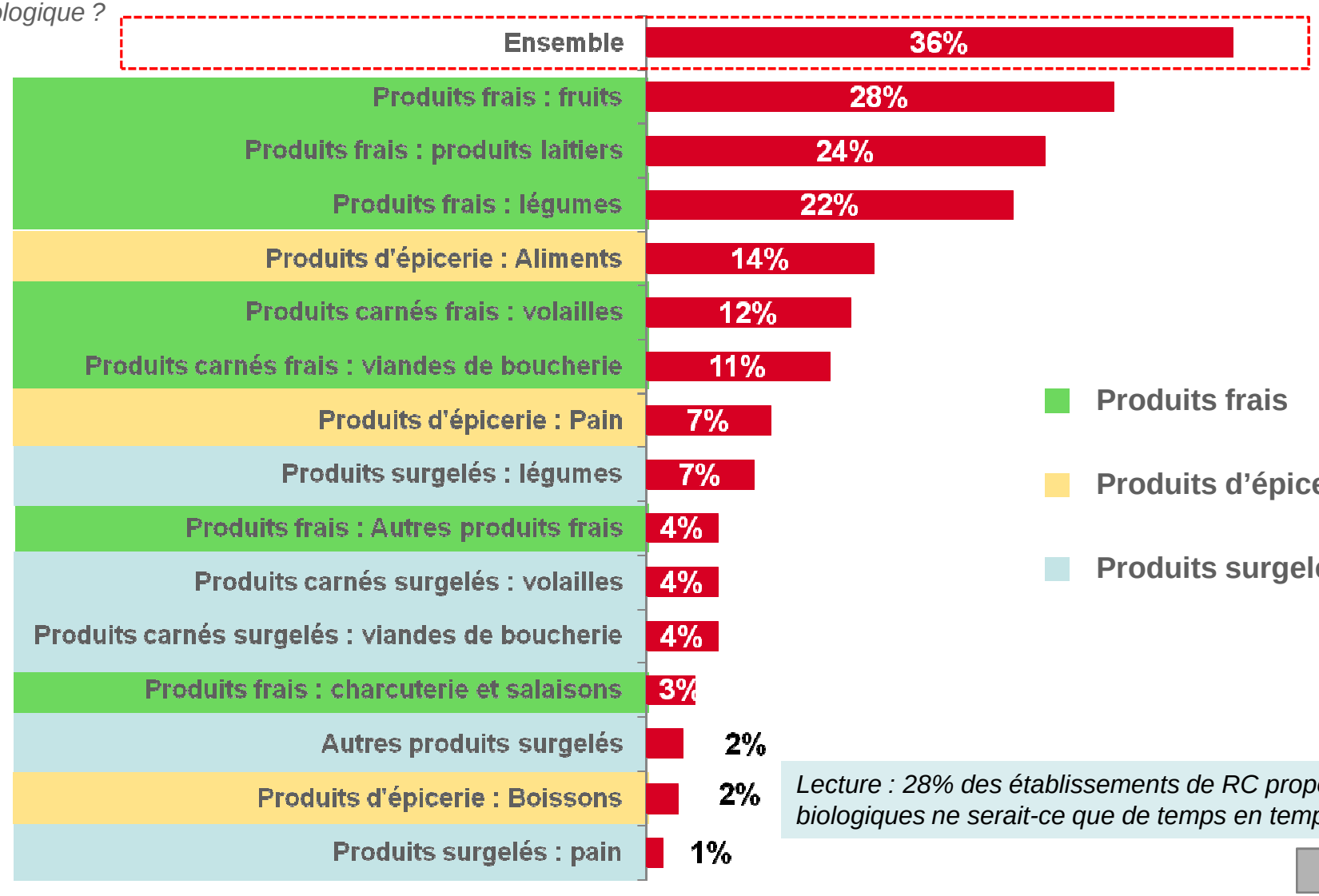
Lecture : 42% des établissements d'enseignements en concession proposent des produits biologiques à leurs convives.

Base : ensemble (414)

+ / - différence significative à 95%

Les acheteurs de produits bio par famille

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



Lecture : 28% des établissements de RC proposent des fruits frais biologiques ne serait-ce que de temps en temps

Base : ensemble (414)

Les acheteurs de produits bio par famille

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

	Total	Statut de		Catégorie de l'établissement			Mode de gestion	
		Privé	Public	Restauration du travail	Restauration scolaire	Restauration santé / social	En gestion directe	En gestion concédée
Ensemble	*414*	*158*	*256*	*130*	*185*	*97*	*294*	*120*
Ensemble	36%	26%	**41%**	40%	**46%**	10%	36%	35%
Produits frais : fruits	28%	21%	**33%**	31%	**38%**	7%	28%	29%
Produits frais : produits laitiers	24%	14%	**30%**	28%	**32%**	4%	24%	25%
Produits frais : légumes	22%	13%	**28%**	23%	**31%**	5%	22%	23%
Produits d'épicerie : Aliments	14%	8%	**17%**	12%	**21%**	2%	14%	13%
Produits carnés : volailles	12%	8%	**15%**	15%	16%	3%	11%	15%
Produits carnés : viandes de boucherie	11%	6%	**14%**	10%	**16%**	3%	11%	13%
Produits d'épicerie : Pain	7%	1%	**12%**	2%	**15%**	-	8%	6%
Produits surgelés : légumes	7%	4%	8%	7%	9%	2%	5%	9%
Produits frais : Autres produits frais	4%	2%	6%	5%	5%	1%	4%	5%
Produits carnés surgelés : volailles	4%	3%	5%	5%	5%	1%	3%	7%
Produits carnés surgelés : viandes de boucherie	4%	3%	5%	5%	5%	1%	3%	7%
Produits frais : charcuterie et salaisons	3%	1%	4%	2%	**5%**	-	3%	3%
Autres produits surgelés	2%	-	**4%**	2%	**4%**	-	2%	2%
Produits d'épicerie : Boissons	2%	1%	2%	2%	3%	-	2%	1%
Produits surgelés : pain	1%	1%	1%	2%	1%	-	1%	1%

Lecture : 21% des établissements privés proposent des fruits frais biologiques ne serait-ce que de temps en temps alors que s'ils sont dans le public, le taux s'élève à 33%

Base : ensemble (414)

Les acheteurs de produits bio par famille

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

	Total	Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant			Coût matière des denrées au couvert		
		1 à 200	De 201 à 500	Plus de 500	Moins de 2 euros	De 2 à 3 euros	Plus de 3 euros
Ensemble	*414*	*139*	*143*	*132*	*157*	*144*	*61*
Ensemble	36%	19%	**42%**	**45%**	**44%**	33%	28%
Produits frais : fruits	28%	17%	**35%**	33%	33%	25%	26%
Produits frais : produits laitiers	24%	8%	**31%**	**34%**	**31%**	22%	18%
Produits frais : légumes	22%	12%	**28%**	27%	**30%**	19%	16%
Produits d'épicerie : Aliments	14%	6%	13%	**23%**	**18%**	10%	13%
Produits carnés : volailles	12%	6%	**19%**	11%	14%	12%	8%
Produits carnés : viandes de boucherie	11%	6%	**17%**	11%	**15%**	8%	7%
Produits d'épicerie : Pain	7%	1%	10%	**11%**	**11%**	8%	-
Produits surgelés : légumes	7%	2%	7%	**11%**	10%	3%	8%
Produits frais : Autres produits frais	4%	2%	4%	7%	6%	2%	7%
Produits carnés surgelés : volailles	4%	1%	5%	7%	**7%**	1%	7%
Produits carnés surgelés : viandes de boucherie	4%	1%	6%	5%	**7%**	1%	7%
Produits frais : charcuterie et salaisons	3%	-	2%	**7%**	4%	3%	3%
Autres produits surgelés	2%	-	3%	4%	4%	1%	2%
Produits d'épicerie : Boissons	2%	1%	3%	2%	1%	**4%**	2%
Produits surgelés : pain	1%	-	1%	2%	1%	1%	**3%**

Lecture : 17% des établissements servant moins de 200 couverts proposent des fruits frais biologiques ne serait-ce que de temps en temps. Ce taux s'élève à 35% dans la catégorie au dessus (200 à 500).

Base : ensemble (414)

Les acheteurs de produits bio par famille

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

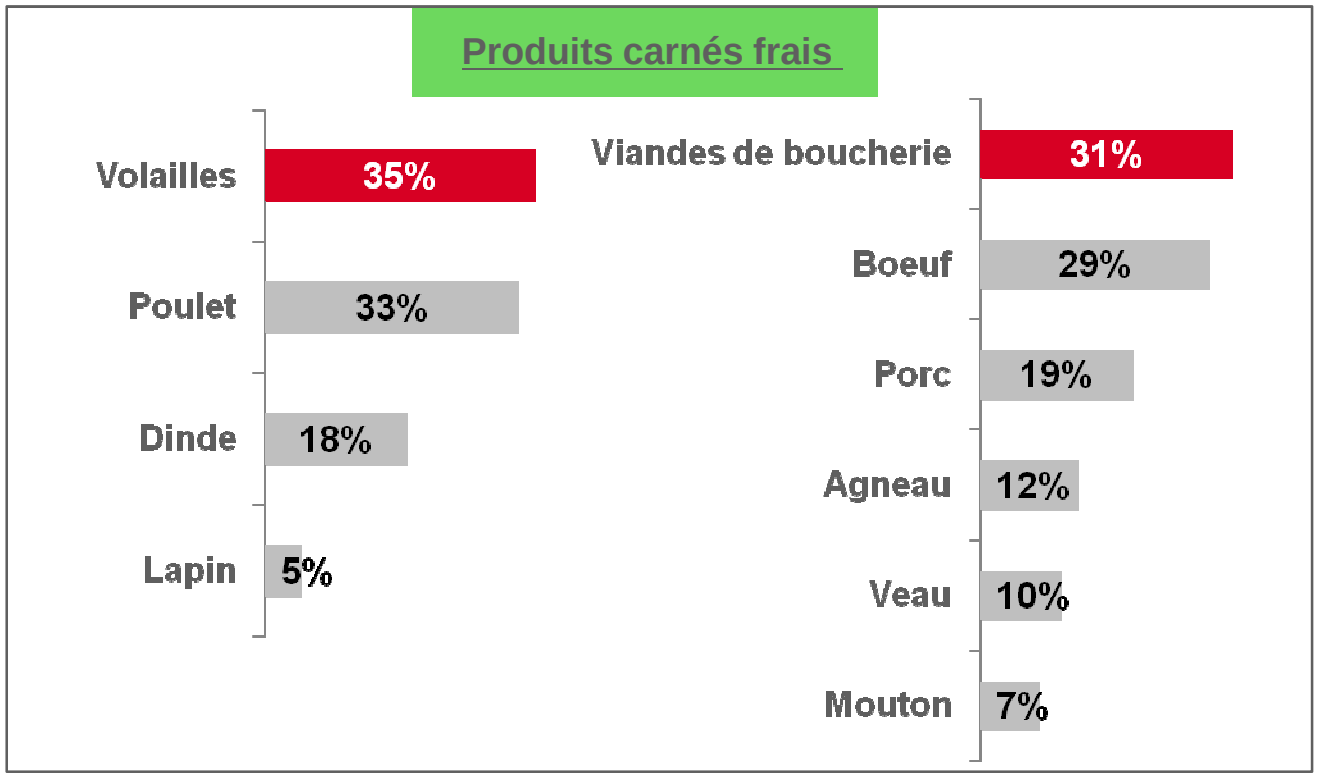
	Total	Zone Géographique				
		IDF	NORD-EST	NORD-OUEST	SUD-EST	SUD-OUEST
Ensemble	*414*	*82*	*98*	*85*	*84*	*65*
Ensemble	36%	34%	29%	**51%**	31%	34%
Produits frais : fruits	28%	27%	21%	**42%**	25%	26%
Produits frais : produits laitiers	24%	24%	20%	**35%**	18%	23%
Produits frais : légumes	22%	20%	18%	**35%**	20%	17%
Produits d'épicerie : Aliments	14%	11%	9%	19%	13%	18%
Produits carnés : volailles	12%	11%	6%	**20%**	11%	15%
Produits carnés : viandes de boucherie	11%	9%	8%	15%	12%	12%
Produits d'épicerie : Pain	7%	4%	7%	12%	10%	5%
Produits surgelés : légumes	7%	7%	3%	7%	7%	9%
Produits frais : Autres produits frais	4%	4%	4%	6%	4%	5%
Produits carnés surgelés : volailles	4%	1%	5%	5%	5%	6%
Produits carnés surgelés : viandes de boucherie	4%	1%	6%	6%	2%	6%
Produits frais : charcuterie et salaisons	3%	6%	1%	1%	4%	3%
Autres produits surgelés	2%	4%	-	2%	2%	3%
Produits d'épicerie : Boissons	2%	4%	3%	2%	-	-
Produits surgelés : pain	1%	1%	-	2%	1%	-

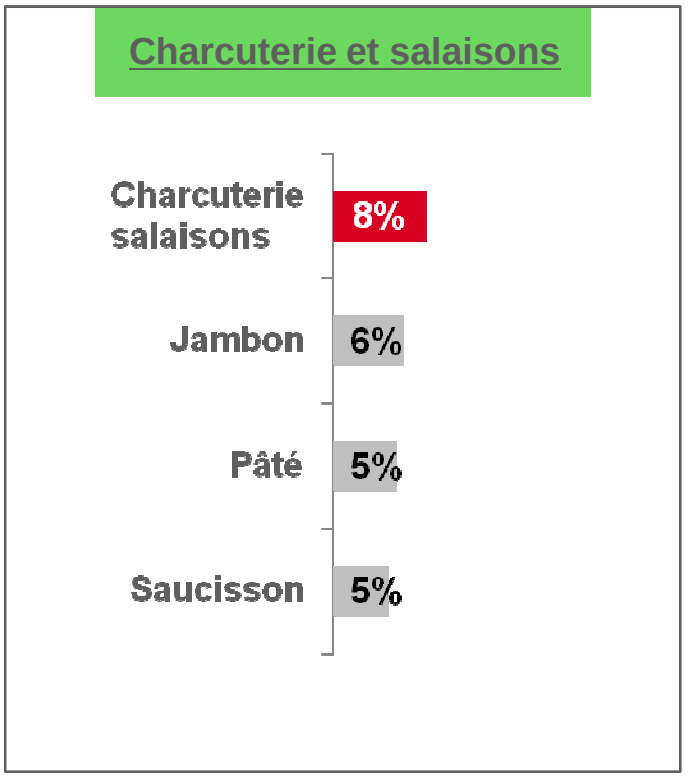
Lecture : 27% des établissements d'Ile de France proposent des fruits frais biologiques ne serait-ce que de temps en temps. Ce taux s'élève à 42% dans la région Nord-Ouest.

Base : ensemble (414)

Produits carnés frais et charcuteries, salaisons

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



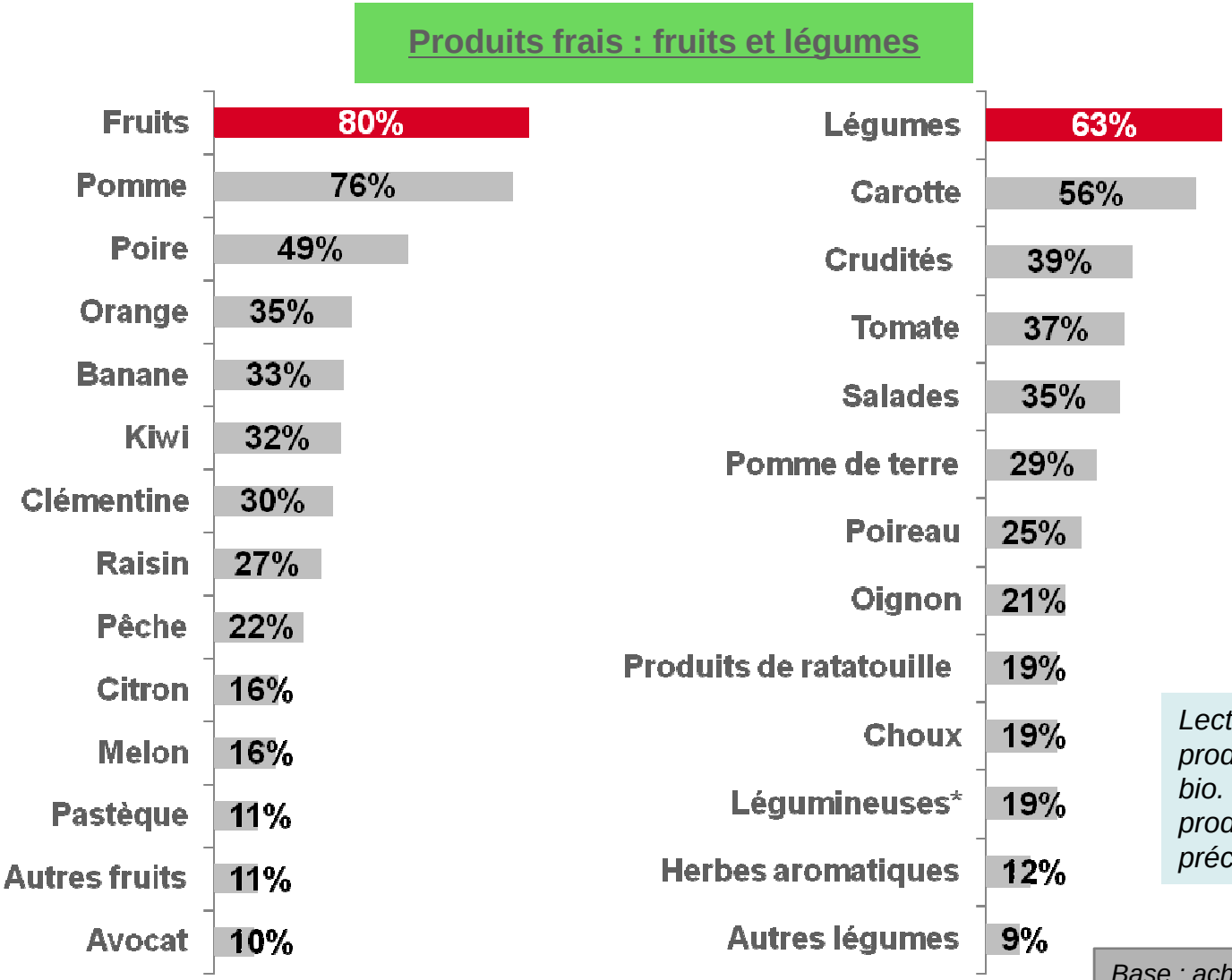


Lecture : 35% des acheteurs de produits bio achètent de la volaille bio en produits frais. 33% des acheteurs de produits bio achètent plus précisément du poulet.

Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Produits frais : fruits et légumes

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



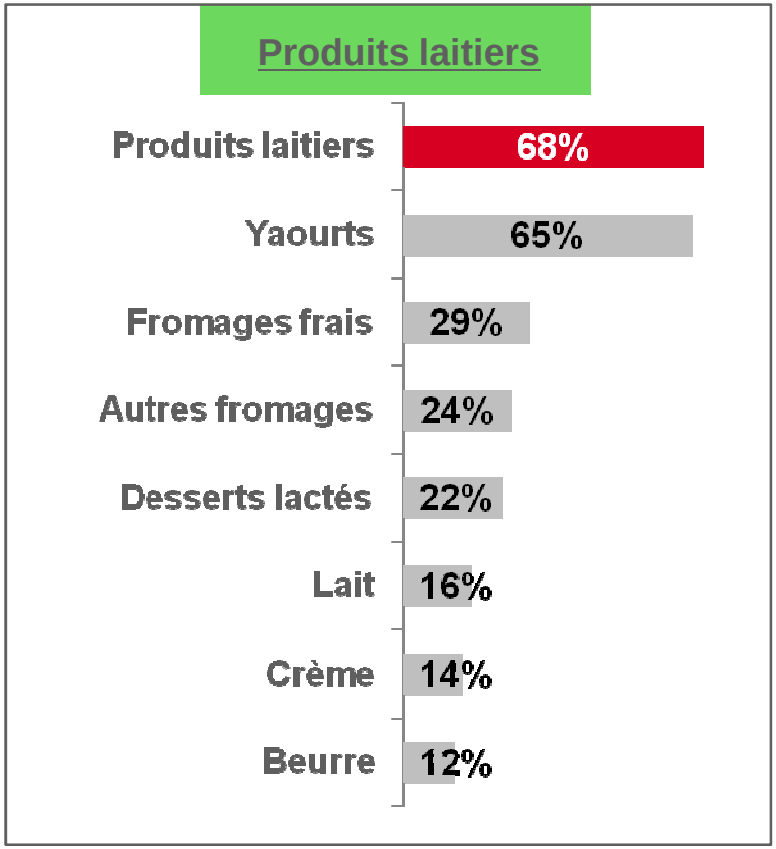
Lecture : 80% des acheteurs de produits bio achètent des fruits bio. 76% des acheteurs de produits bio achètent plus précisément des pommes bio.

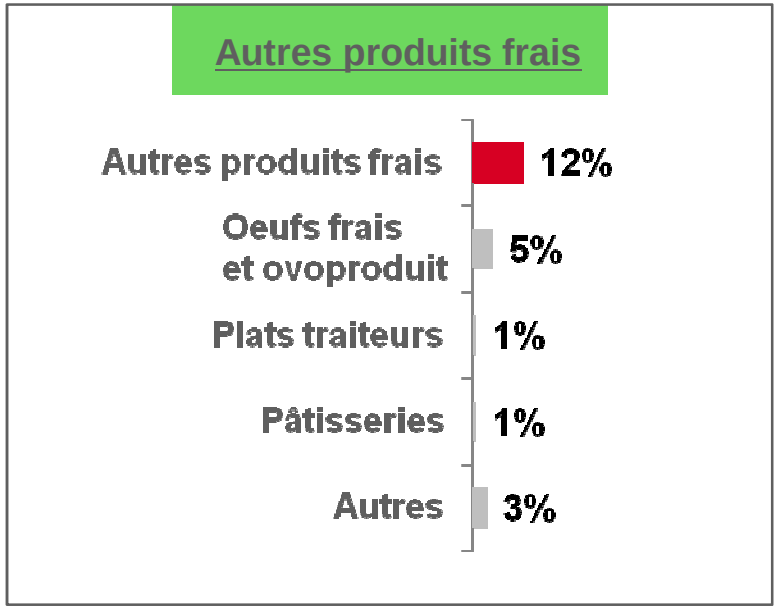
Base : acheteurs de produits bio (n=147)

** Les légumineuses sont les graines récoltées sèches (lentille, pois, haricot, fève). Cependant, il est possible que lors de l'enquête, les gestionnaires aient pu prendre en compte les petits pois, les haricots verts, les flageolets.*

Produits laitiers et autres produits frais

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



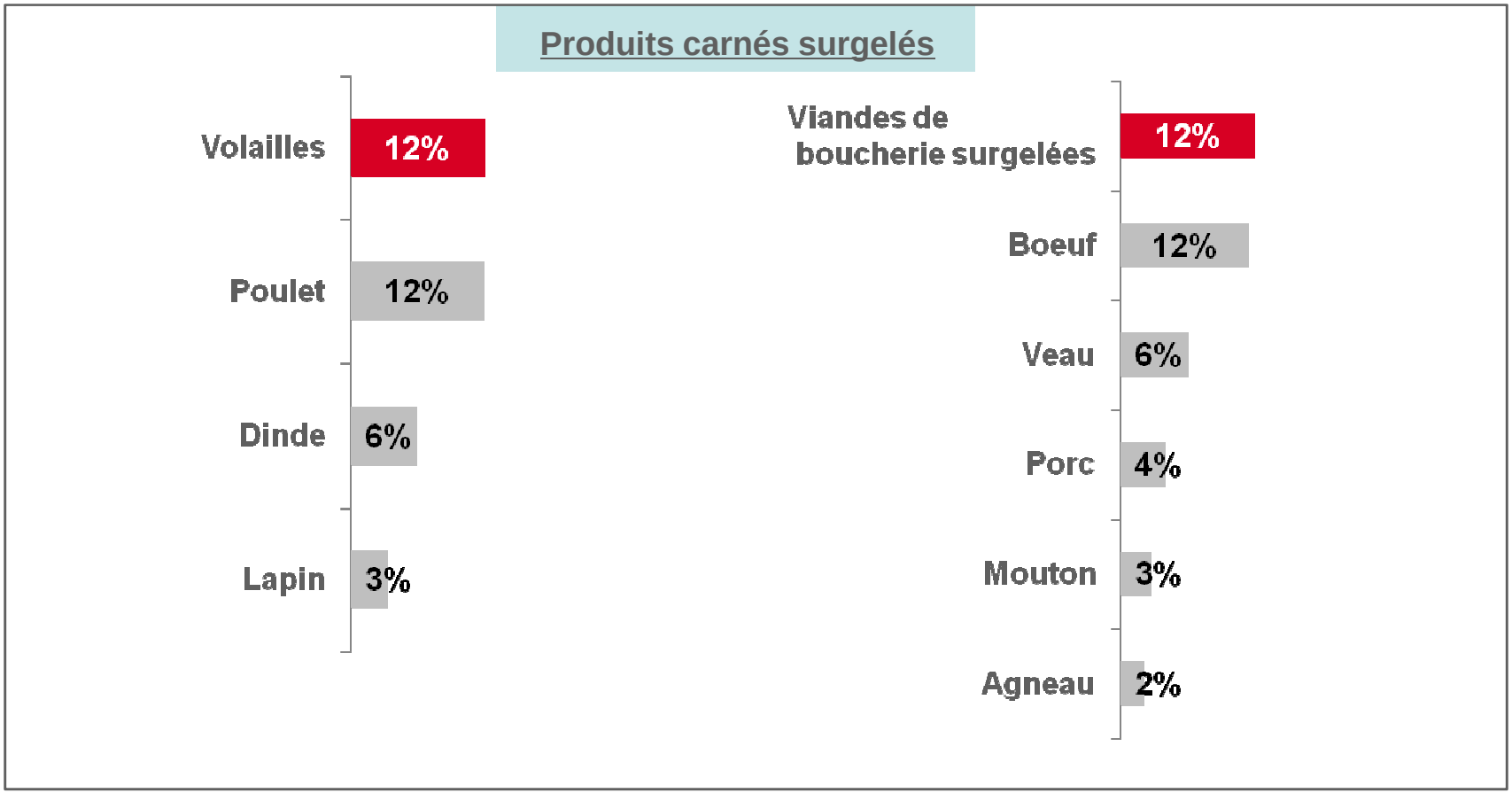


Lecture : 68% des acheteurs de produits bio achètent des produits laitiers bio. 65% des acheteurs de produits bio achètent plus précisément des yaourts bio.

Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Produits carnés surgelés

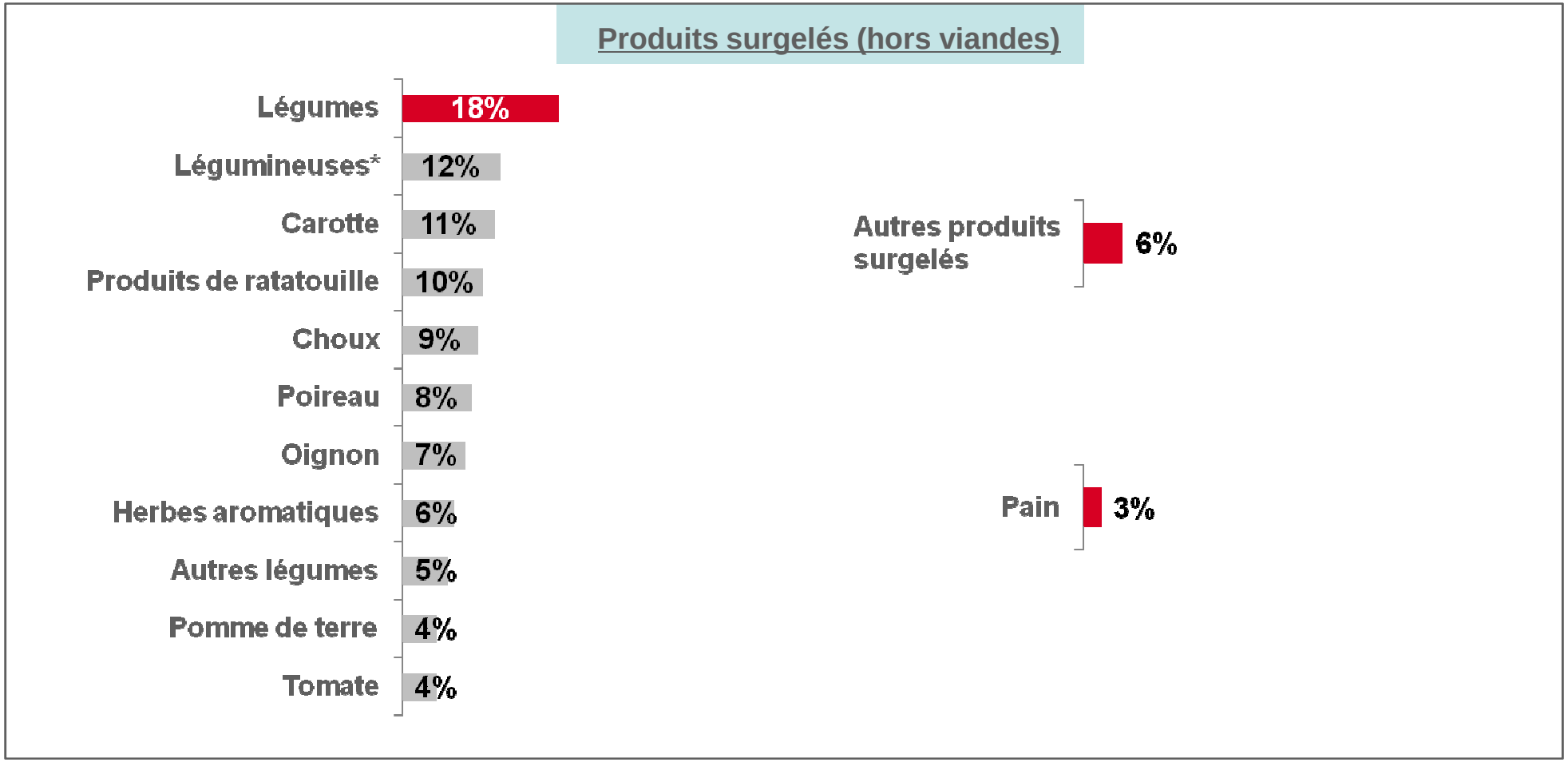
Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?



Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Produits surgelés hors produits carnés

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

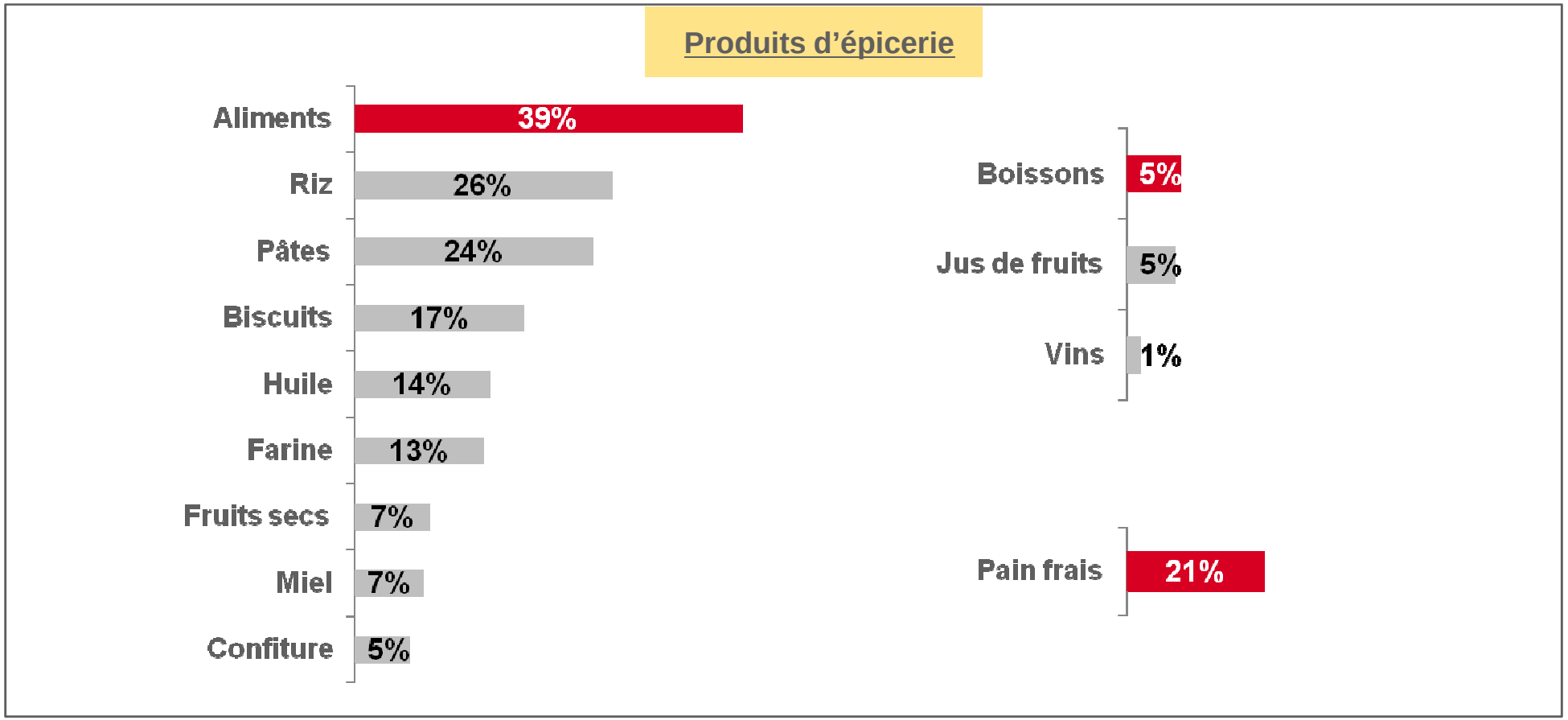


** Les légumineuses sont les graines récoltées sèches (lentille, pois, haricot, fève). Cependant, il est possible que lors de l'enquête, les gestionnaires aient pu prendre en compte les petits pois, les haricots verts, les flageolets.*

Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Produits d'épicerie et boissons

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



Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Synthèse pour les produits frais

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?
Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique.
Q2. Quelle est la part sur l'ensemble de l'année des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?
Q4. Auprès de quel(s) type(s) de fournisseur(s) vous procurez-vous vos produits issus de l'agriculture biologique ?
Q5. Pour cette famille de produits, vos fournisseurs sont-ils 100% bio ou fournissent-ils également des produits non bio ?

	Total	Produits carnés frais : volailles	Produits carnés frais : viandes de boucherie	Produits frais : charcuterie et salaisons	Produits frais : fruits	Produits frais : légumes	Produits frais : produits laitiers	Produits frais : Autres produits frais
Ensemble : achète au moins un produit de cette famille	*127*	*51*	*46*	*12**	*117*	*92*	*100*	*18**
% d'acheteurs (sur l'ensemble)	**36%**	**12%**	**11%**	**3%**	**28%**	**22%**	**24%**	**4%**
Part moyenne dans le montant total des achats de cette famille de produits		**7%**	**9%**	**2%**	**7%**	**9%**	**7%**	**3%**
0 à 5 %		43%	41%	25%	44%	40%	44%	33%
Plus de 5 à 10 %		8%	2%	-	11%	9%	9%	11%
Plus de 10 %		10%	15%	-	7%	15%	6%	-
NR		39%	41%	75%	38%	36%	41%	56%
Type de fournisseurs								
En région		**61%**	**63%**	**67%**	**63%**	**61%**	**56%**	**50%**
Des producteurs régionaux		**35%**	**43%**	**50%**	32%	32%	28%	22%
Des distributeurs, grossistes régionaux		29%	26%	25%	**39%**	**39%**	**36%**	**28%**
Des transformateurs régionaux		4%	4%	8%	6%	8%	9%	11%
Nationaux		**43%**	**41%**	**17%**	**42%**	**41%**	**45%**	**28%**
Des producteurs nationaux/hors région		20%	20%	**17%**	15%	14%	18%	11%
Des distributeurs, grossistes nationaux/hors région		**31%**	**26%**	8%	**31%**	**32%**	**32%**	**17%**
Des transformateurs nationaux/hors région		10%	11%	8%	6%	8%	5%	-
Des fournisseurs hors France		2%	-	-	3%	2%	1%	-
Autres		8%	7%	8%	3%	3%	5%	11%
NSP		*4%*	*2%*	*17%*	*3%*	*3%*	*4%*	*11%*
Aucun de ces fournisseurs		-	-	-	-	-	-	-
Type de produits des fournisseurs								
100% bio		37%	59%	50%	30%	36%	34%	28%
produits bios et non bio		53%	33%	33%	64%	59%	61%	67%
NSP		10%	9%	17%	6%	5%	5%	6%

Lecture : 12% des établissements de RC proposent des volailles bio. Parmi eux, la part moyenne du bio dans les achats de volaille est de 7%. 43% des acheteurs de volaille bio proposent entre 0 et 5% de bio sur l'ensemble de leur achat de volaille.

*** Attention base faible (<30)**

Synthèse pour les surgelés et les produits d'épicerie

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?
Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique.
Q2. Quelle est la part sur l'ensemble de l'année des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?
Q4. Auprès de quel(s) type(s) de fournisseur(s) vous procurez-vous vos produits issus de l'agriculture biologique ?
Q5. Pour cette famille de produits, vos fournisseurs sont-ils 100% bio ou fournissent-ils également des produits non bio ?

	Produits carnés surgelés : volailles	Produits carnés surgelés : viandes de boucherie	Produits surgelés : légumes	Produits surgelés : pain	Autres produits surgelés	Produits d'épicerie : Aliments	Produits d'épicerie : Boissons	Produits d'épicerie : Pain
Ensemble : achète au moins un produit de cette famille	*22**	*22**	*27**	*4**	*9**	*57*	*8**	*31*
% d'acheteurs (sur l'ensemble)	**5%**	**5%**	**7%**	**1%**	**2%**	**14%**	**2%**	**7%**
Part moyenne dans le montant total des achats de cette famille de produits	**9%**	**7%**	**8%**	**10%**	**2%**	**6%**	**6%**	**17%**
0 à 5 %	36%	50%	37%	-	33%	46%	50%	39%
Plus de 5 à 10 %	9%	5%	11%	25%	-	7%	13%	3%
Plus de 10 %	9%	5%	7%	-	-	7%	13%	26%
NR	45%	41%	44%	75%	67%	40%	25%	32%
Type de fournisseurs								
En région	**50%**	**41%**	**41%**	**25%**	**56%**	**39%**	**75%**	**77%**
Des producteurs régionaux	**27%**	18%	11%	**25%**	22%	11%	**50%**	**48%**
Des distributeurs, grossistes régionaux	**27%**	**32%**	**33%**	-	**44%**	**30%**	25%	26%
Des transformateurs régionaux	18%	18%	7%	**25%**	11%	2%	-	3%
Nationaux	**59%**	**50%**	**63%**	**-**	**44%**	**60%**	**13%**	**6%**
Des producteurs nationaux/hors région	**32%**	**27%**	30%	-	11%	25%	**13%**	3%
Des distributeurs, grossistes nationaux/hors région	**32%**	**27%**	**44%**	-	**33%**	**42%**	-	6%
Des transformateurs nationaux/hors région	14%	14%	19%	-	-	9%	-	-
Des fournisseurs hors France	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**4%**	**-**	**-**
Autres	**-**	**5%**	**-**	**-**	**-**	**5%**	**13%**	**19%**
NSP	*9%*	*14%*	*7%*	*50%*	-	*5%*	-	-
Aucun de ces fournisseurs	-	-	-	*25%*	*11%*	-	-	-
Type de produits des fournisseurs								
100% bio	50%	32%	44%	-	22%	35%	38%	32%
produits bios et non bio	36%	41%	41%	25%	67%	54%	50%	61%
NSP	14%	27%	15%	75%	11%	11%	13%	6%

*** Attention base faible (<30)**

Estimation du marché en 2008

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?
Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique.
Q2. Quelle est la part sur l'ensemble de l'année des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?
Q4. Auprès de quel(s) type(s) de fournisseur(s) vous procurez-vous vos produits issus de l'agriculture biologique ?
Q5. Pour cette famille de produits, vos fournisseurs sont-ils 100% bio ou fournissent-ils également des produits non bio ?

Produits frais	Viandes et volailles	Charcuterie	Fruits légumes	Produits laitiers	Autres produits frais
Achat en M€ de la famille	650	250	400	650	640
% acheteurs bio	36%	36%	36%	36%	36%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio	33%	8%	72%	68%	12%
soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	12%	3%	26%	24%	4%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	77	7	104	159	28
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	8%	2%	8%	7%	3%
Achat bio de la famille (en M€)	**6,2**	**0,1**	**8,3**	**11,1**	**0,8**
dont travail	0,8	0,0	1,3	2,6	0,6
dont enseignement	3,6	0,1	3,7	6,9	0,2
dont santé / social	1,8	0,0	3,2	1,6	0,0

Surgelés	Viandes et volailles	Légumes	Crèmes glacées et autres produits surgelés (hors pain)
Achat en M€ de la famille	500	250	1100
% acheteurs bio	36%	36%	36%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio	12%	18%	6%
soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	4%	6%	2%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	22	16	24
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	8%	8%	2%
Achat bio de la famille (en M€)	**1,7**	**1,3**	**0,5**
dont travail	0,4	0,2	0,0
dont enseignement	0,7	0,8	0,5
dont santé / social	0,7	0,3	0,0

Estimation du marché en 2008

Q0. Proposez-vous des produits biologiques dans vos menus, ne serait-ce que de temps en temps ?
Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique.
Q2. Quelle est la part sur l'ensemble de l'année des produits biologiques dans le montant total des achats de cette famille de produits ?
Q4. Auprès de quel(s) type(s) de fournisseur(s) vous procurez-vous vos produits issus de l'agriculture biologique ?
Q5. Pour cette famille de produits, vos fournisseurs sont-ils 100% bio ou fournissent-ils également des produits non bio ?

Epicerie	Aliments	Boissons
Achat en M€ de la famille	1550	550
% acheteurs bio	36%	36%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio	39%	5%
soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	14%	2%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	218	10
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	6%	6%
Achat bio de la famille (en M€)	**13,1**	**0,6**
dont travail	0,4	0,1
dont enseignement	11,8	0,5
dont santé / social	0,8	0,0

Total	
Achat alimentaires des collectivités en M€	7 000
% acheteurs bio	36%
Achat bio (en M€)	**43,7**
Travail	6,4
Enseignement	28,8
Santé / Social	8,5

Acheteurs de produits biologiques
Description et perspectives

Acheteurs de produits biologiques : à retenir

- **L'introduction des produits biologiques en restauration collective date de plus de 5 ans mais concernait alors seulement 6% des restaurateurs en 2004. Depuis, la croissance est exponentielle : un tiers de ceux qui proposent des produits bio en ce début 2009 les ont introduits au cours de l'année 2008 !**

- **Il est assez rare et peu fréquent que les restaurants proposent des plats entièrement bio et encore plus rarement des menu complets bio. Ainsi, seulement 5% des restaurants proposent des menus bio au moins une fois par mois à leurs convives.**

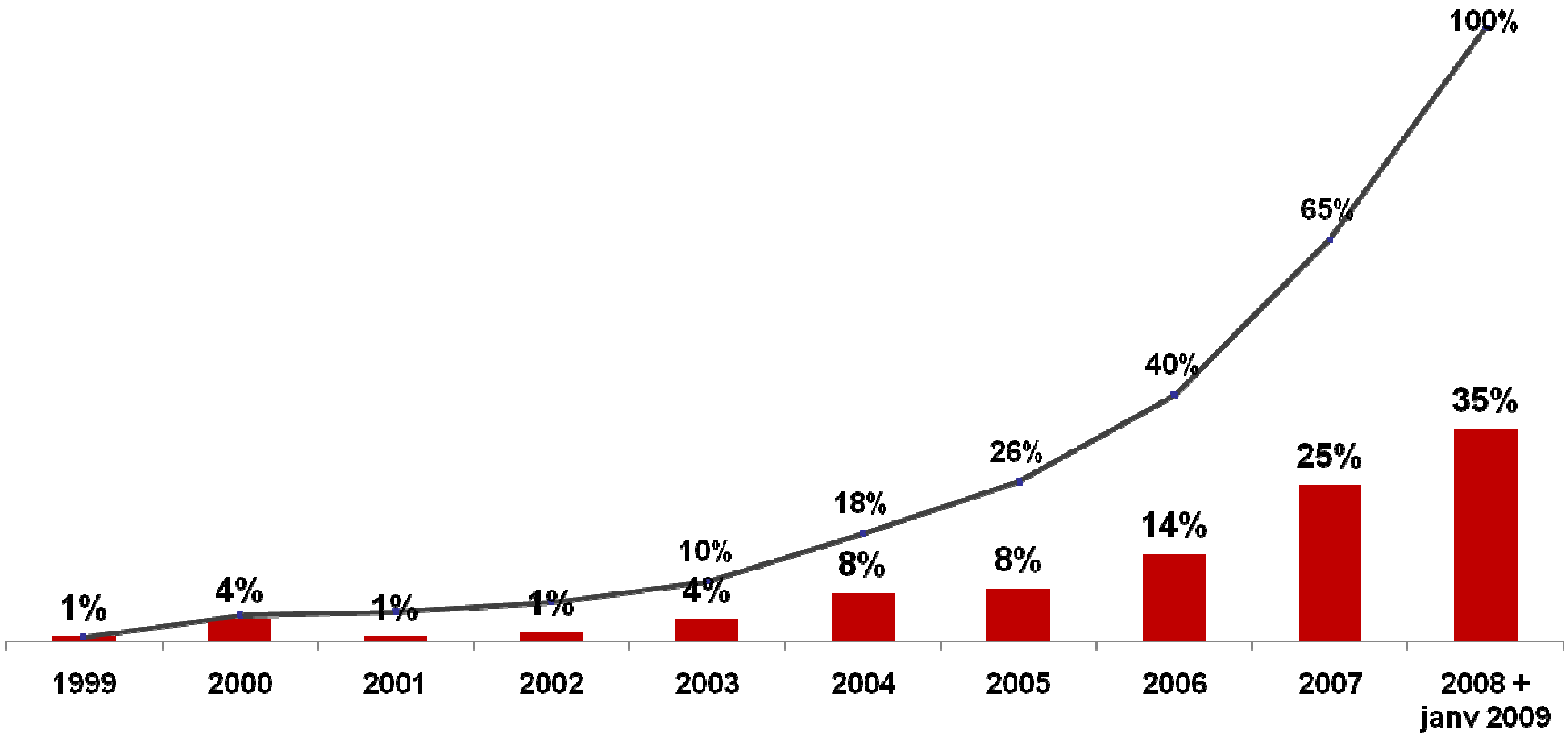
- **Les acheteurs de produits bio ont majoritairement cherché à limiter les surcoûts (60%). Parmi les principaux leviers on note la lutte contre le gaspillage ou encore la substitution de certains produits par des produits moins coûteux.**

- **Malgré cela, il subsiste presque toujours un surcoût (de l'ordre de 15% en moyenne) dont la charge est supportée par toutes les parties prenantes mais plus par le client donneur d'ordre (37% des cas) que par les convives (18%).**

- **Parmi la population des acheteurs, ils sont très peu à envisager une diminution de leurs achats bio (moins de 2%). La tendance est au contraire à l'augmentation de la part des achats bio par rapport aux achats de produits conventionnels. Selon les familles de produits, entre 40 et 70% déclarent que leurs achats de produits bio vont augmenter.**

Date d'introduction des produits biologiques

Q6. Depuis quelle année les produits issus de l'agriculture biologique ont-ils été introduits dans votre restaurant ?

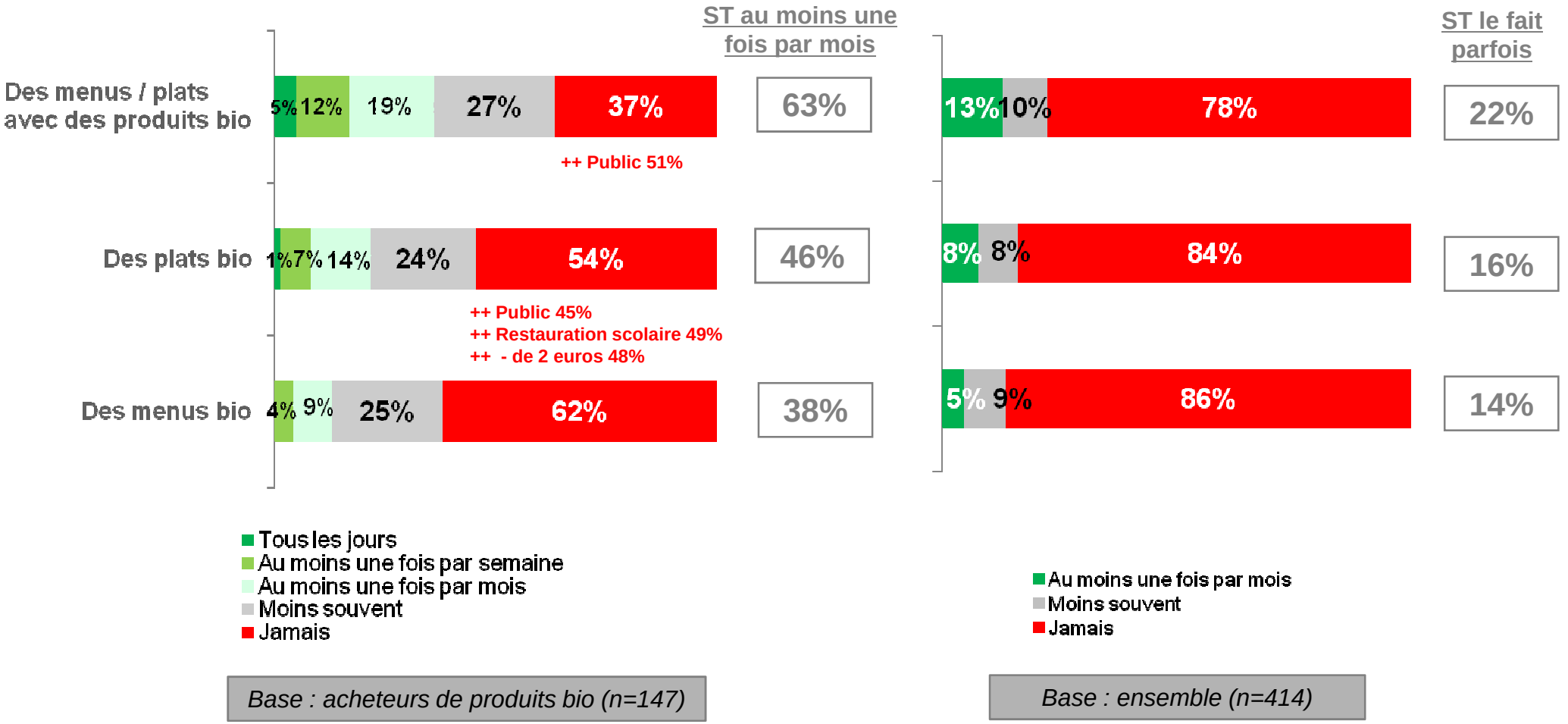


Lecture : 14% des acheteurs de produits bio ont introduit ce type de produits en 2006. 40% des acheteurs de produits bio ont introduit des produits bio avant 2007.

Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Plats et menus bio proposés

Q7/Q8. Proposez-vous à vos convives ...?



Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Base : ensemble (n=414)

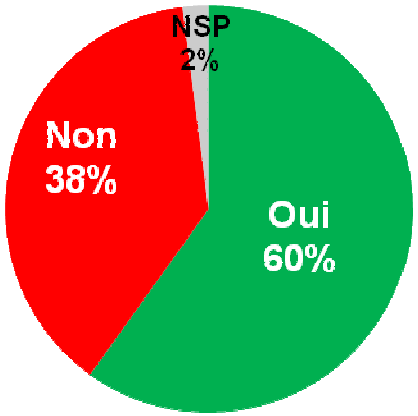
Lecture : 5% des acheteurs de produits bio proposent des aliments bio tous les jours. 46% des acheteurs de produit bio proposent des plats complets bio au moins une fois par mois.

→ **NB : Pas de différence par région**

+ / - différence significative à 95%

Le surcoût des menus ou plats bio

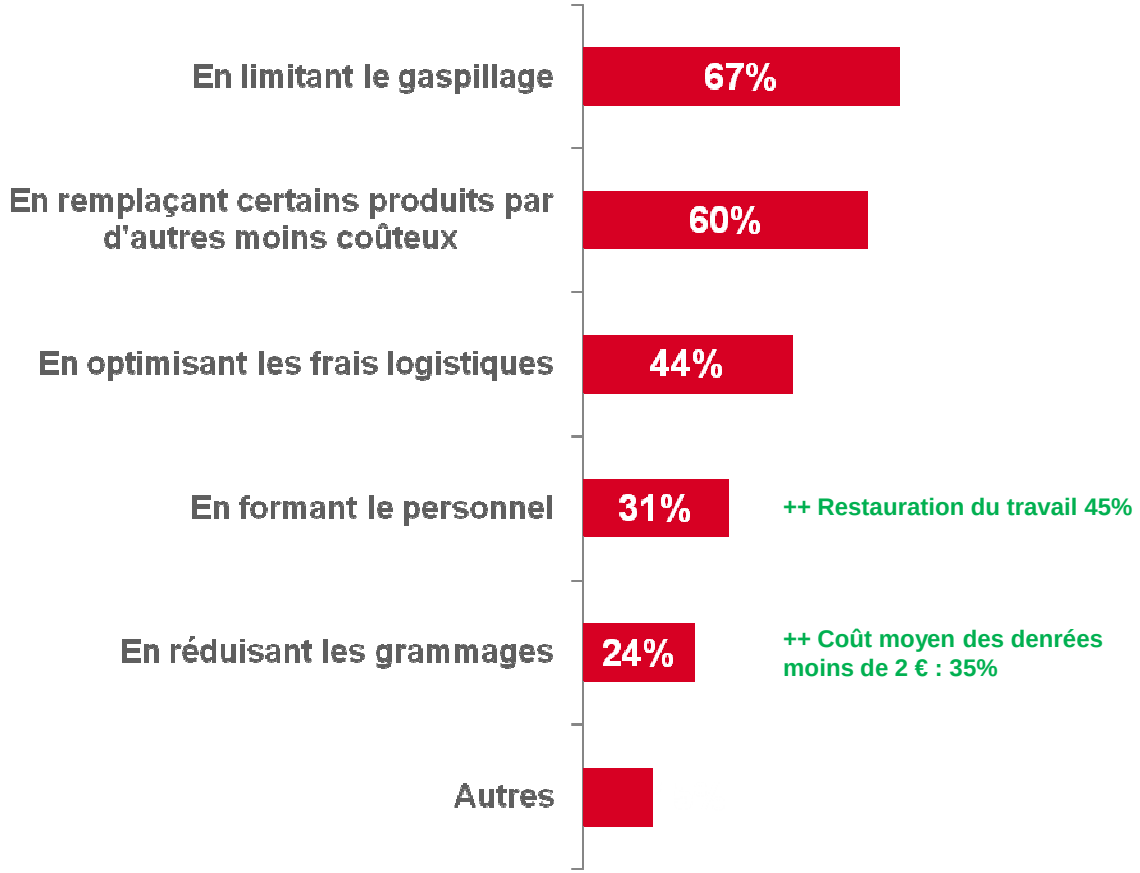
Q11 Avez-vous cherché à limiter le surcoût lié à l'introduction des produits bio ?



Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Lecture : 60% des acheteurs de produits bio ont cherché à en limiter le surcoût. 67% d'entre eux ont cherché à limiter le gaspillage.

Q12. De quelle manière ?

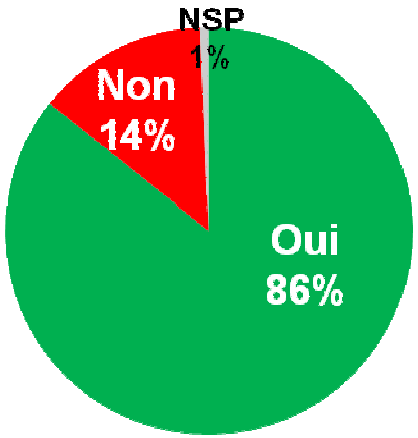


Base : a cherché à limiter le surcoût (n=88)

+ / - différence significative à 95%

Le surcoût des menus ou plats bio

Q12B Finalement, y a t-il un surcoût des menus ou des plats lié à l'introduction des produits bio ?

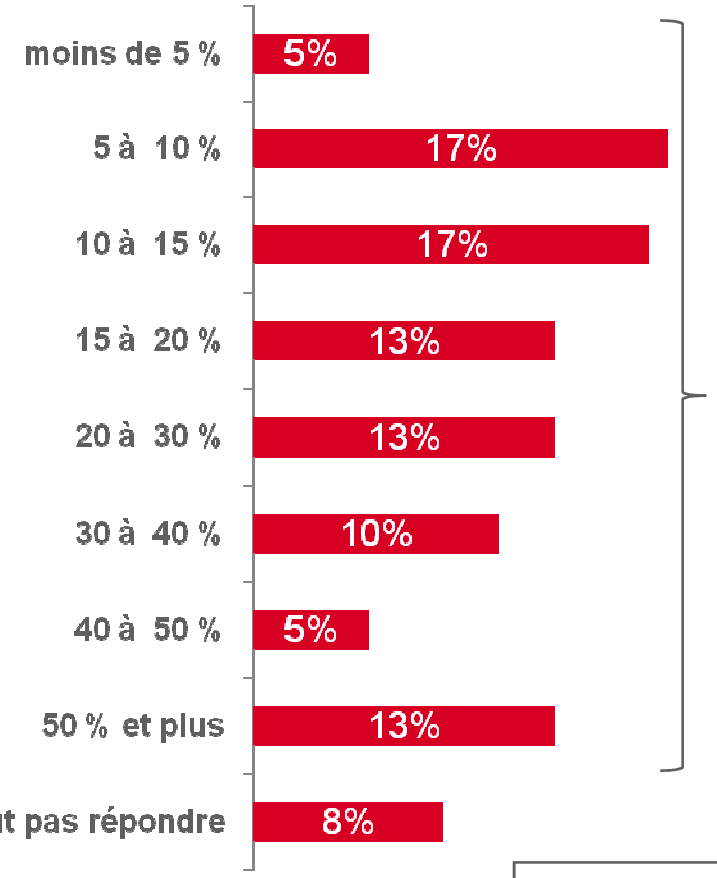


++ Secteur public 91%
++ Restauration scolaire 91%

- - Secteur privé 73%

Base : acheteurs de produits bio (n=147)

Q12C Un surcoût de combien environ ?



Moyenne du surcoût

23%

Base : constatent un surcoût (n=126)

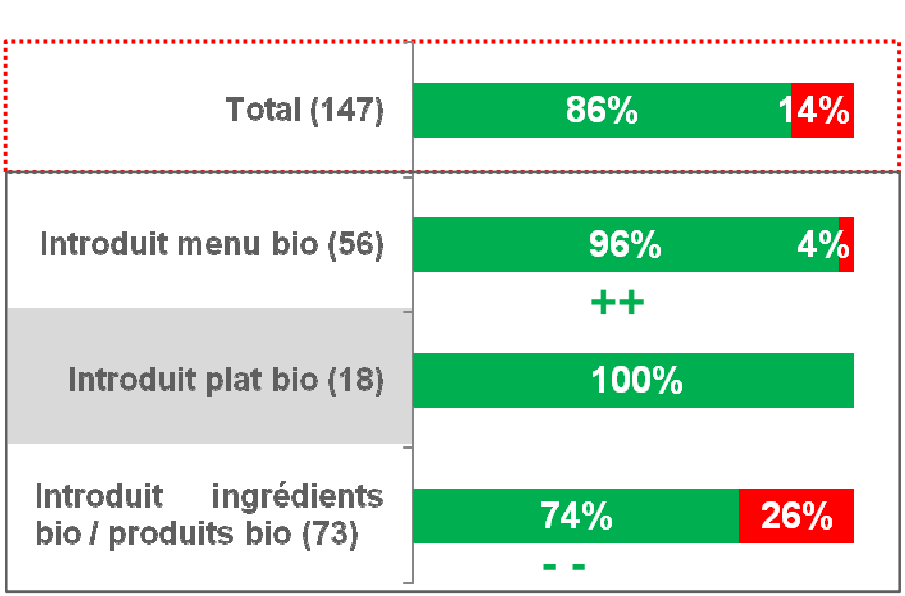
La moyenne du surcoût est de 16% pour ceux qui ont cherché des solutions

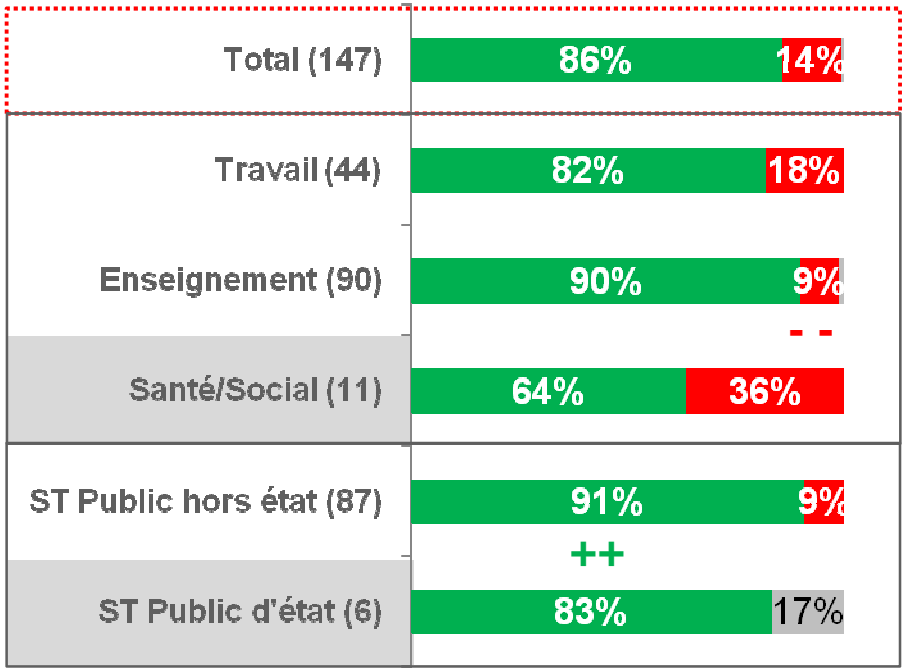
Lecture : 86% des acheteurs de produits bio constatent un surcoût. Ce surcoût s'établit en moyenne à 23%.

+ / - différence significative à 95%

Le surcoût des menus ou plats bio

Q12B Finalement, y a t-il un surcoût des menus ou des plats lié à l'introduction des produits bio ?





Oui, il y a un surcoût

Non, il n'y a pas de surcoût

Ne sait pas

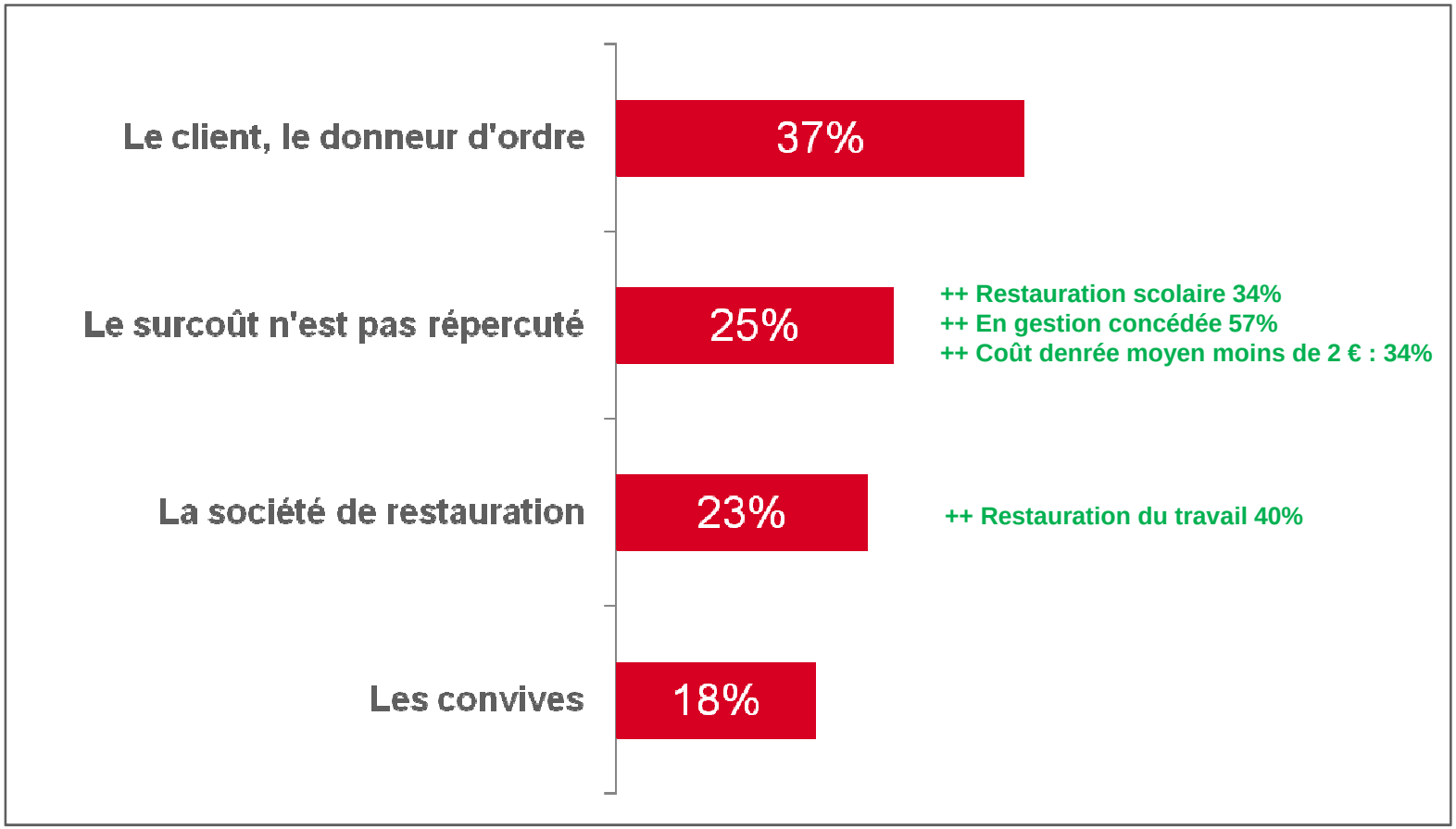
Attention, base faible

Base : acheteurs de produits bio (n=147)

+ / - différence significative à 95%

Le surcoût des produits bio

Q13 Qui prend en charge le surcoût lié à l'introduction des produits bio ?

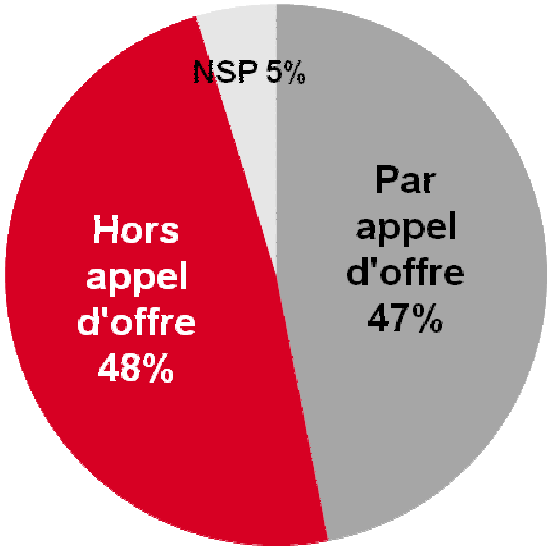


Lecture : Lorsqu'il i y a un surcoût lié aux produits bio, il est supporté dans 37% des cas par le donneur d'ordre.

Base : constatent un surcoût (n=126)

Mode d'achat des produits bio

Q14 Les produits bio de votre restaurant sont-ils achetés ...



- - Restauration du travail 35%

++ En gestion directe 58%

++ En gestion concédée 64%

Lecture : 47% des acheteurs de produits bio achètent leurs produits bio dans le cadre d'un appel d'offres.

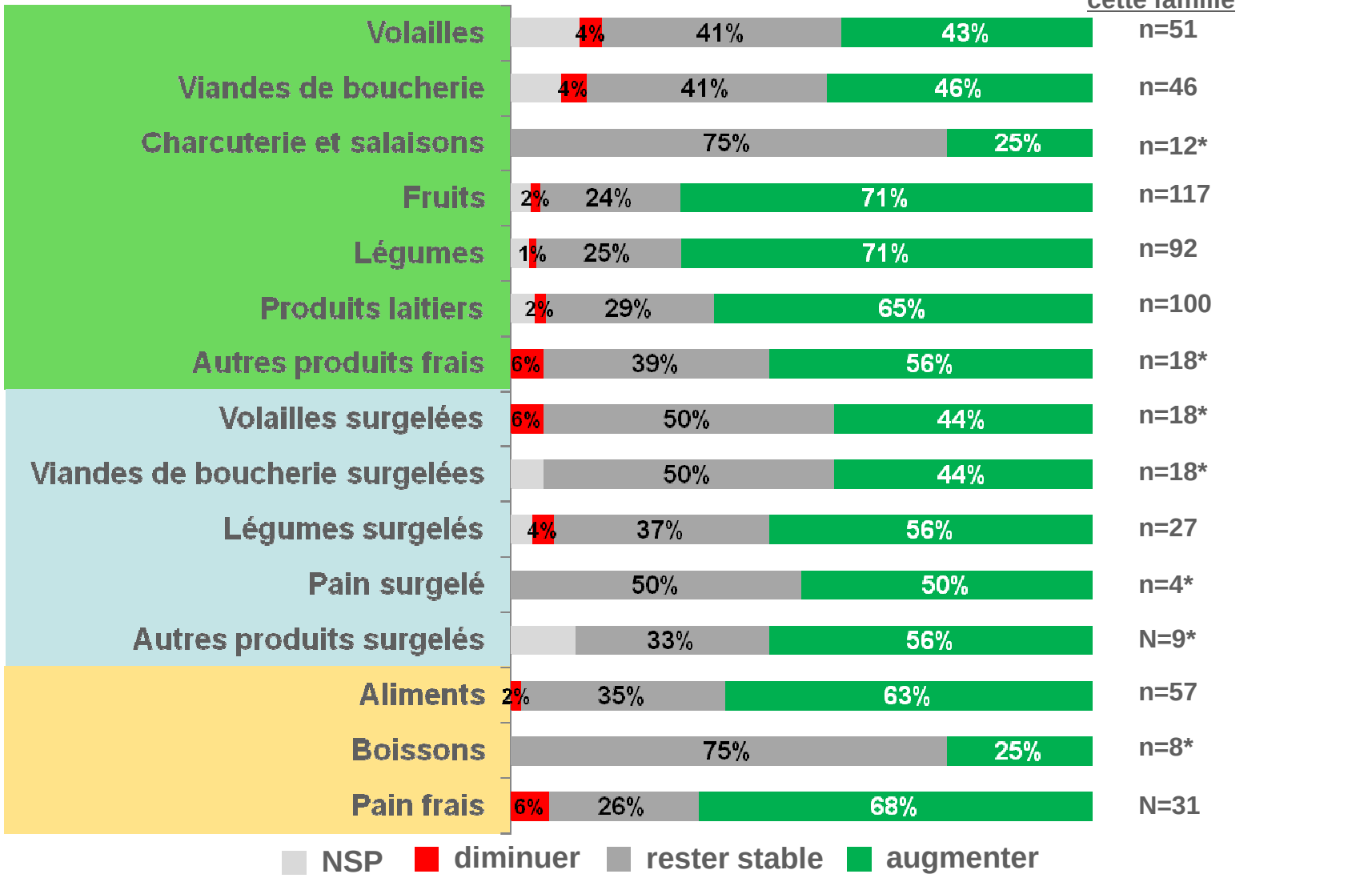
	Total	Statut de l'établissement	
		Privé	Public
Ensemble	*147*	*41*	*106*
par appel d'offre	47%	46%	47%
hors appel d'offre	48%	41%	51%
NSP	5%	**12%**	2%

Base : acheteurs de produits bio (n=147)

+ / - différence significative à 95%

Evolution des achats

Q9 Pour cette famille de produits d'ici 2012, vos achats de produits biologiques vont...



Lecture : 43% des acheteurs de volailles bio vont augmenter leurs achats de volailles bio d'ici 2012.

* Attention base faible (<30)

Non-acheteurs de produits bio
Perspectives 2012

Non-acheteurs de produits bio : à retenir

- **Les perspectives d'évolution des produits bio en RC sont excellentes : plus d'un tiers des restaurateurs, non acheteurs actuellement, déclarent qu'il vont introduire des produits biologiques dans leurs menus d'ici à 2012.**

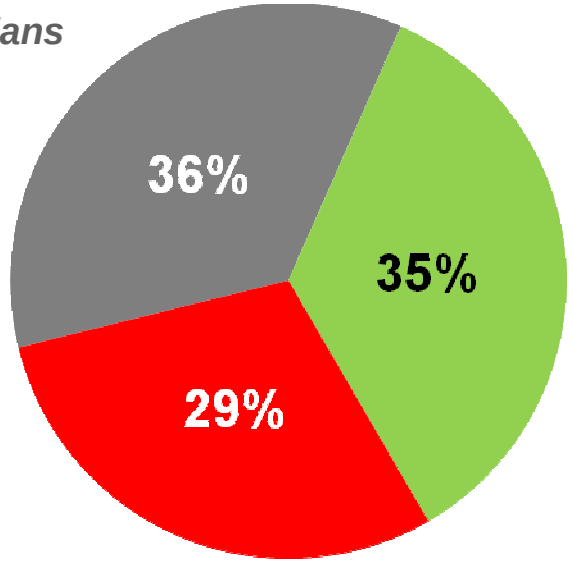
- **A l'instar de ceux qui les ont devancés dans cette voie, les achats se porteront principalement sur les produits frais et dans l'ordre, les fruits, les légumes, les volailles et les produits laitiers.**

- **La hiérarchie des produits dans chaque famille est cependant moins claire et les produits plus variés, présupposant que leur sélection sera affinée par la suite en fonction de l'offre par exemple.**

Les intentions d'achat de produits bio

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Rappel : propose des produits biologiques dans ses menus en 2009



Ne veut pas de produits biologiques

35% ont l'intention d'introduire des produits biologiques d'ici 2012 :

-50% en sont certains
-50% le feront peut-être

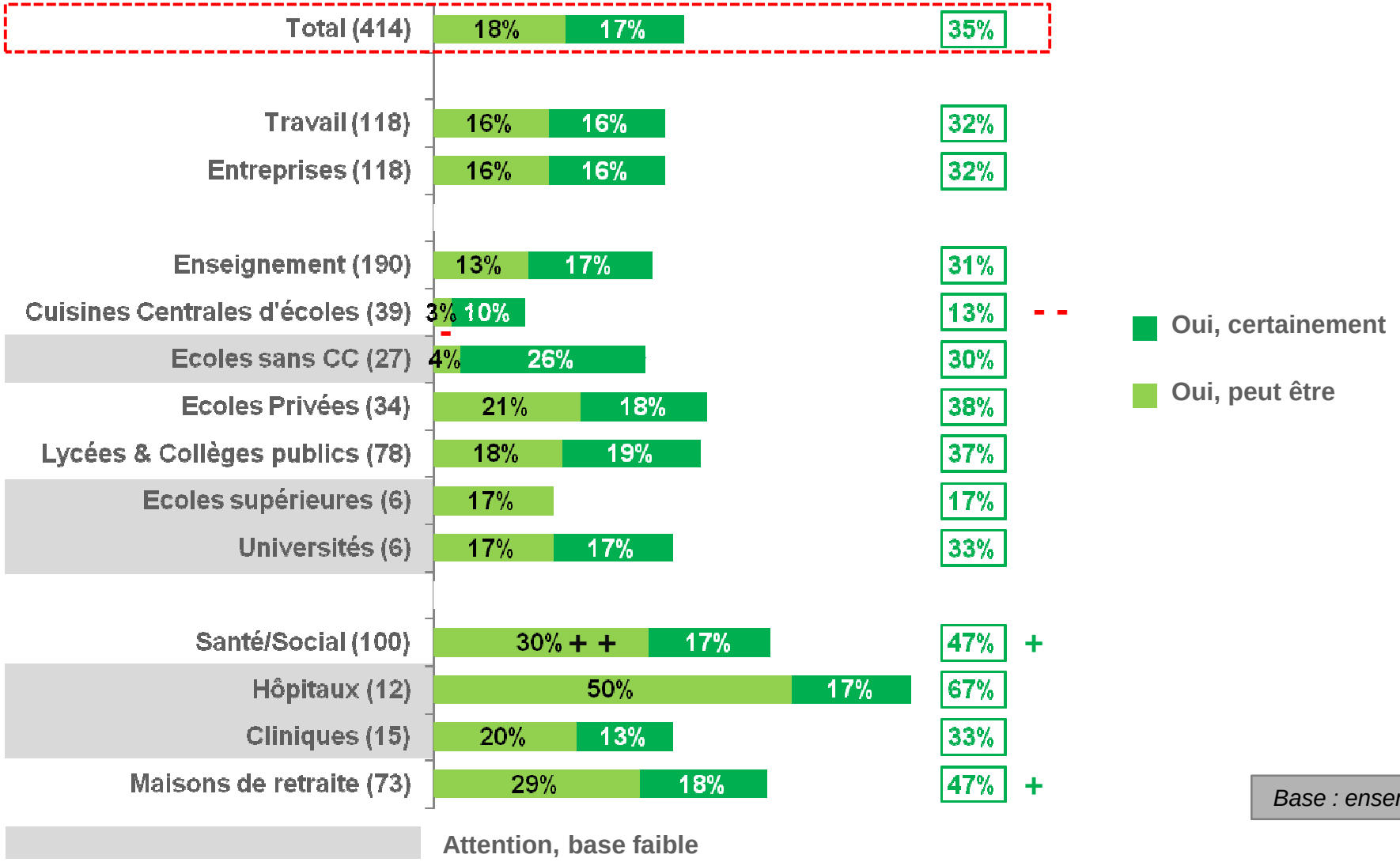
54% des restaurants ne faisant pas de bio souhaitent en faire d'ici 2012 (26% certainement et 28% peut être).

Lecture : 35% des établissements de RC ne proposent pas encore de produits bio mais déclarent qu'ils le feront d'ici à 2012.

Base : ensemble (414)

Les intentions d'achat de produits bio

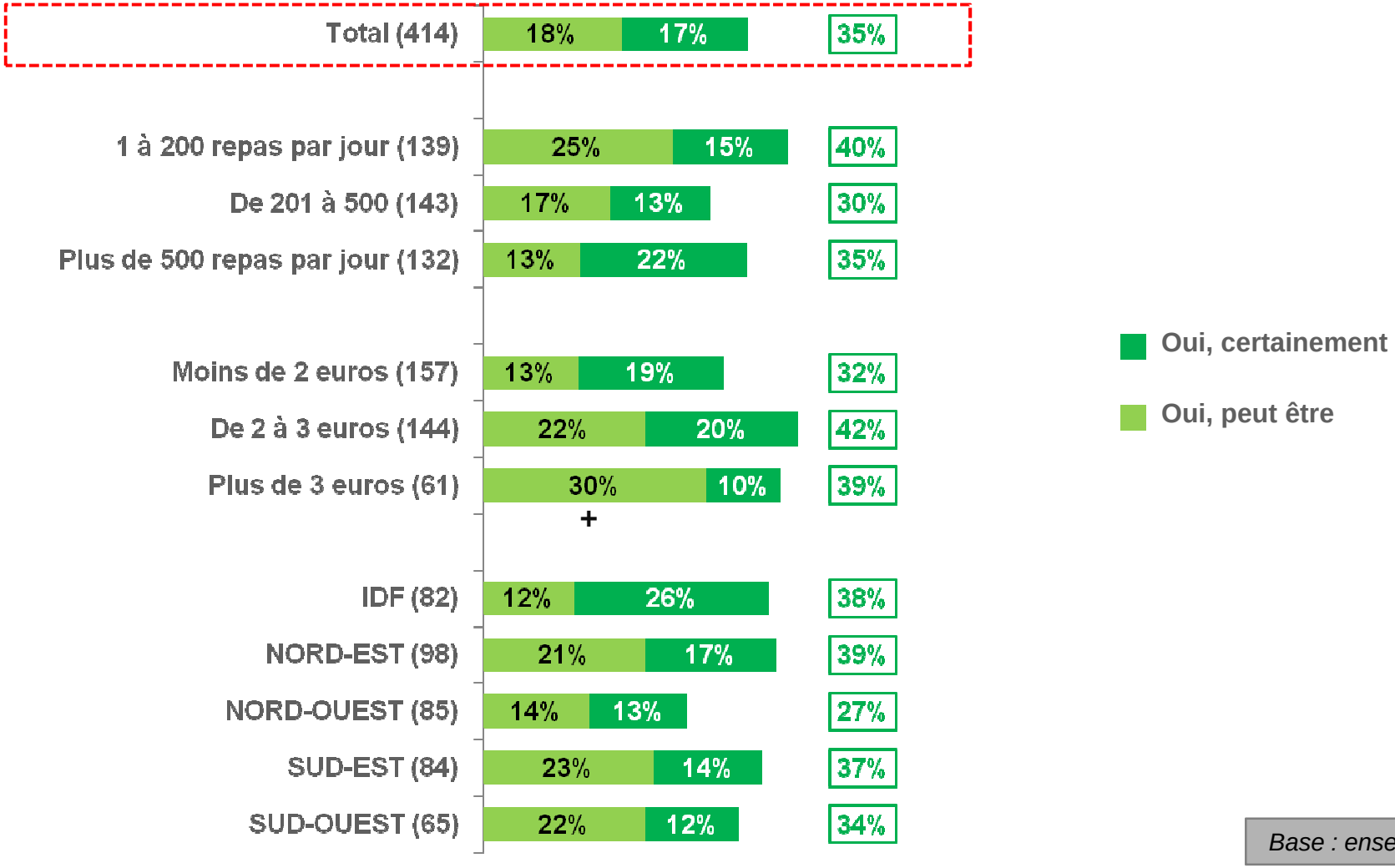
Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?



Base : ensemble (414)

Les intentions d'achat de produits bio

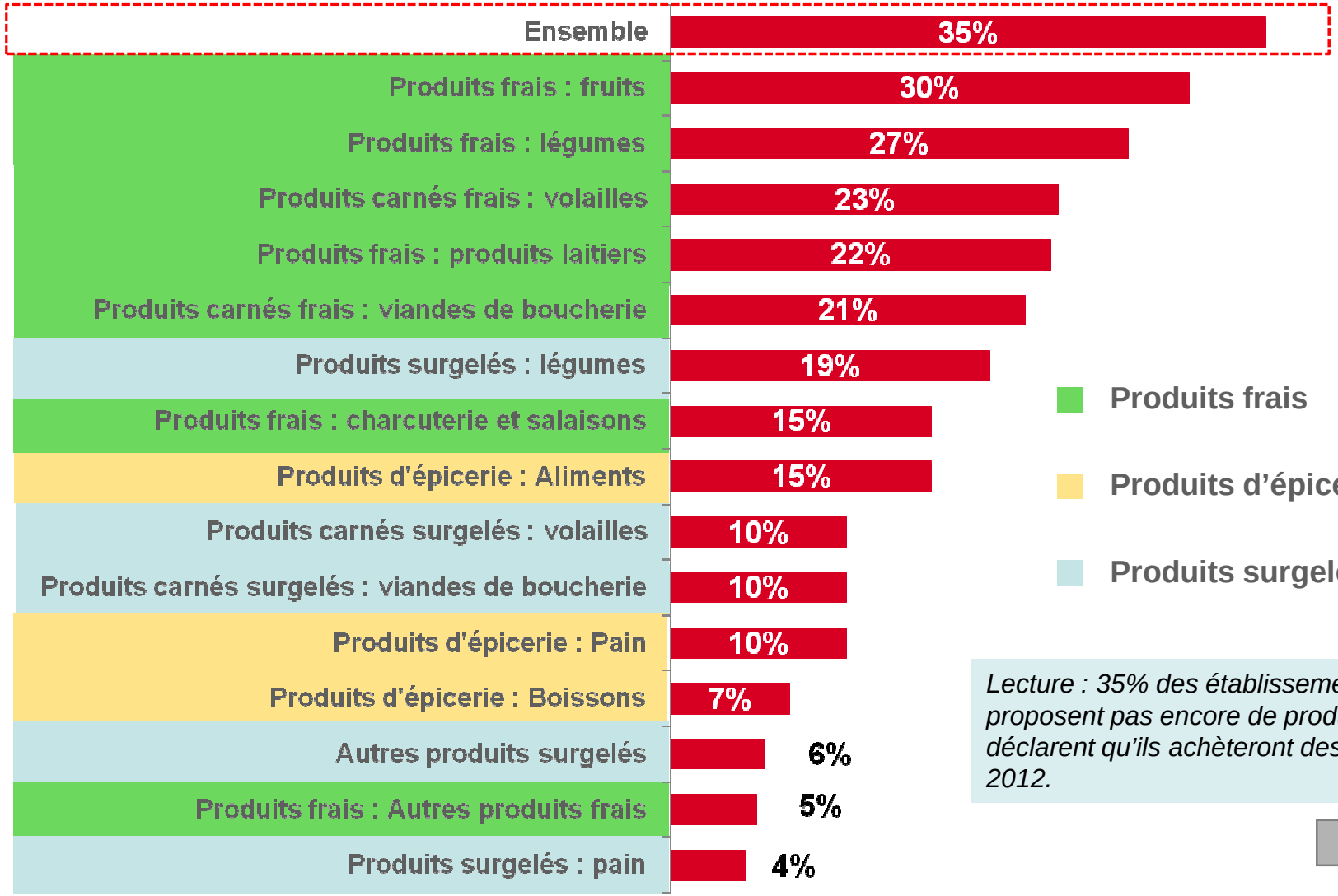
Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?



Base : ensemble (414)

Intention d'introduction de produits bio par famille

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

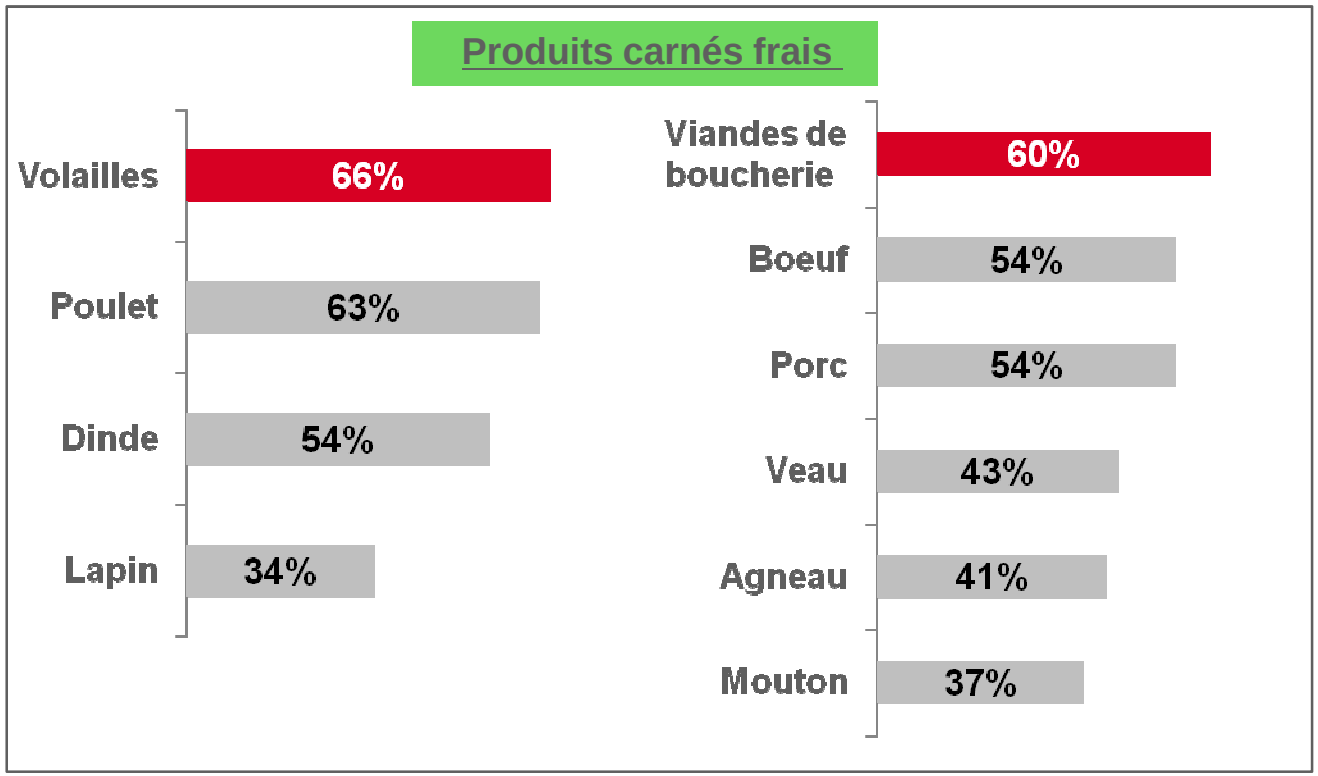


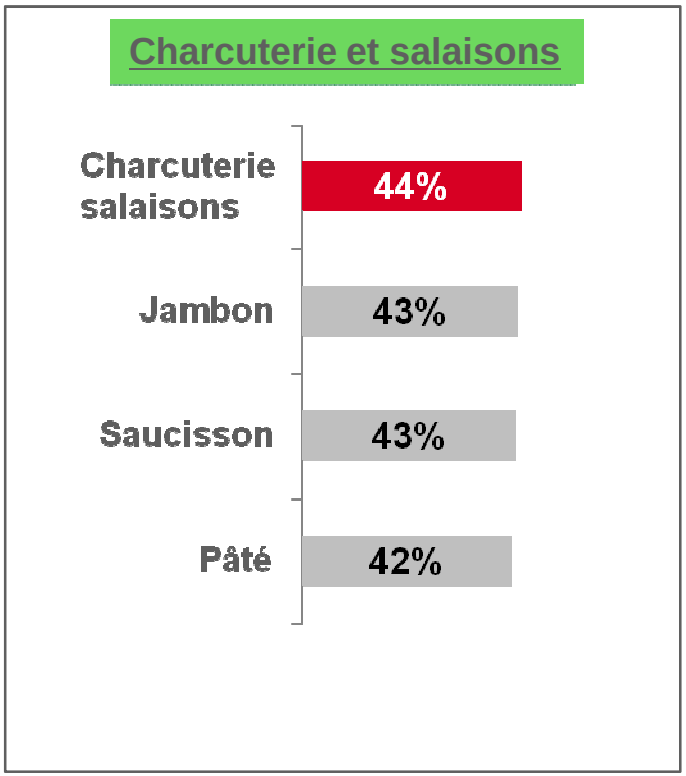
Lecture : 35% des établissements de RC ne proposent pas encore de produits bio mais déclarent qu'ils achèteront des fruits bio d'ici à 2012.

Base : ensemble (414)

Produits carnés frais et charcuteries, salaisons

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?



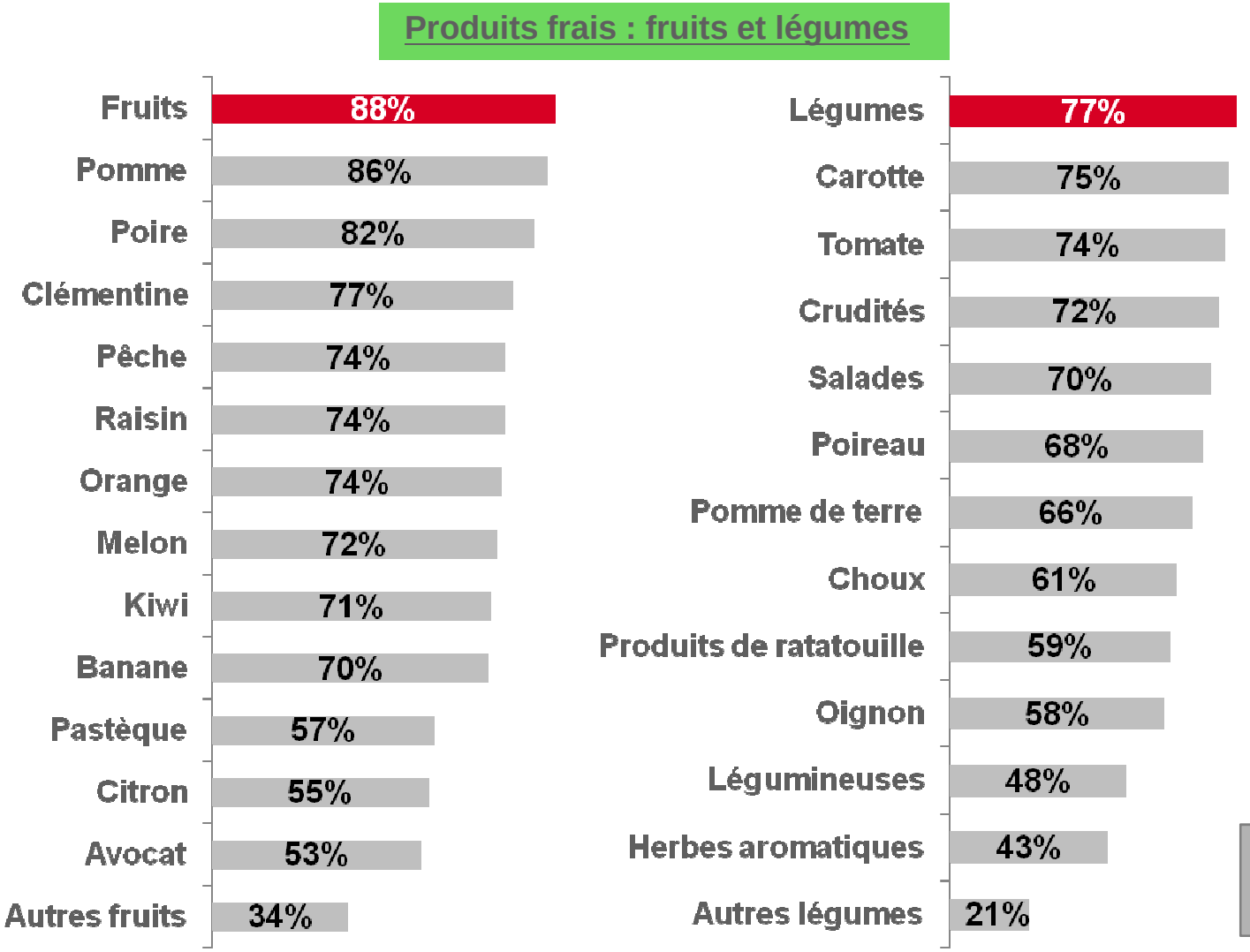


Lecture : 66% de ceux qui ont l'intention d'introduire des produits bio d'ici 2012 pensent acheter de la volaille bio.

Base : n'achète pas de produits bio (n=145)

Produits frais : fruits et légumes

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

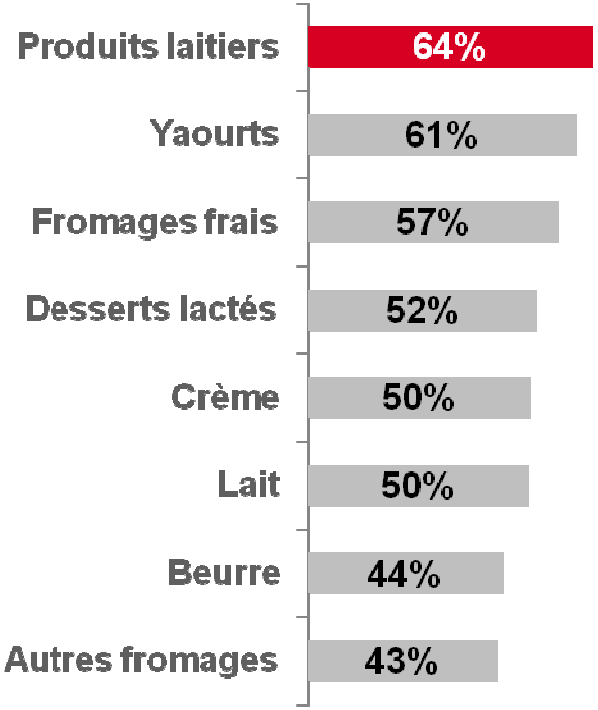


Base : n'achète pas de produits bio et veut en introduire (n=145)

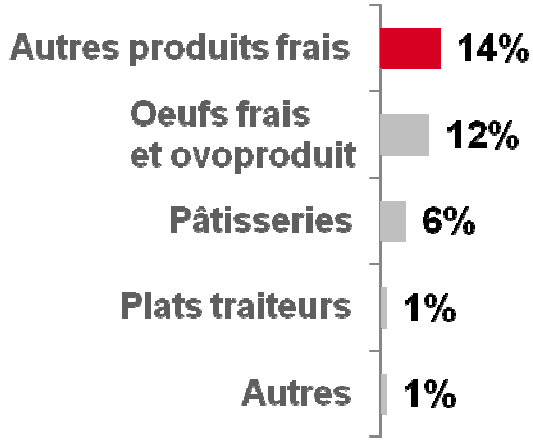
Produits laitiers et autres produits frais

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?

Produits laitiers



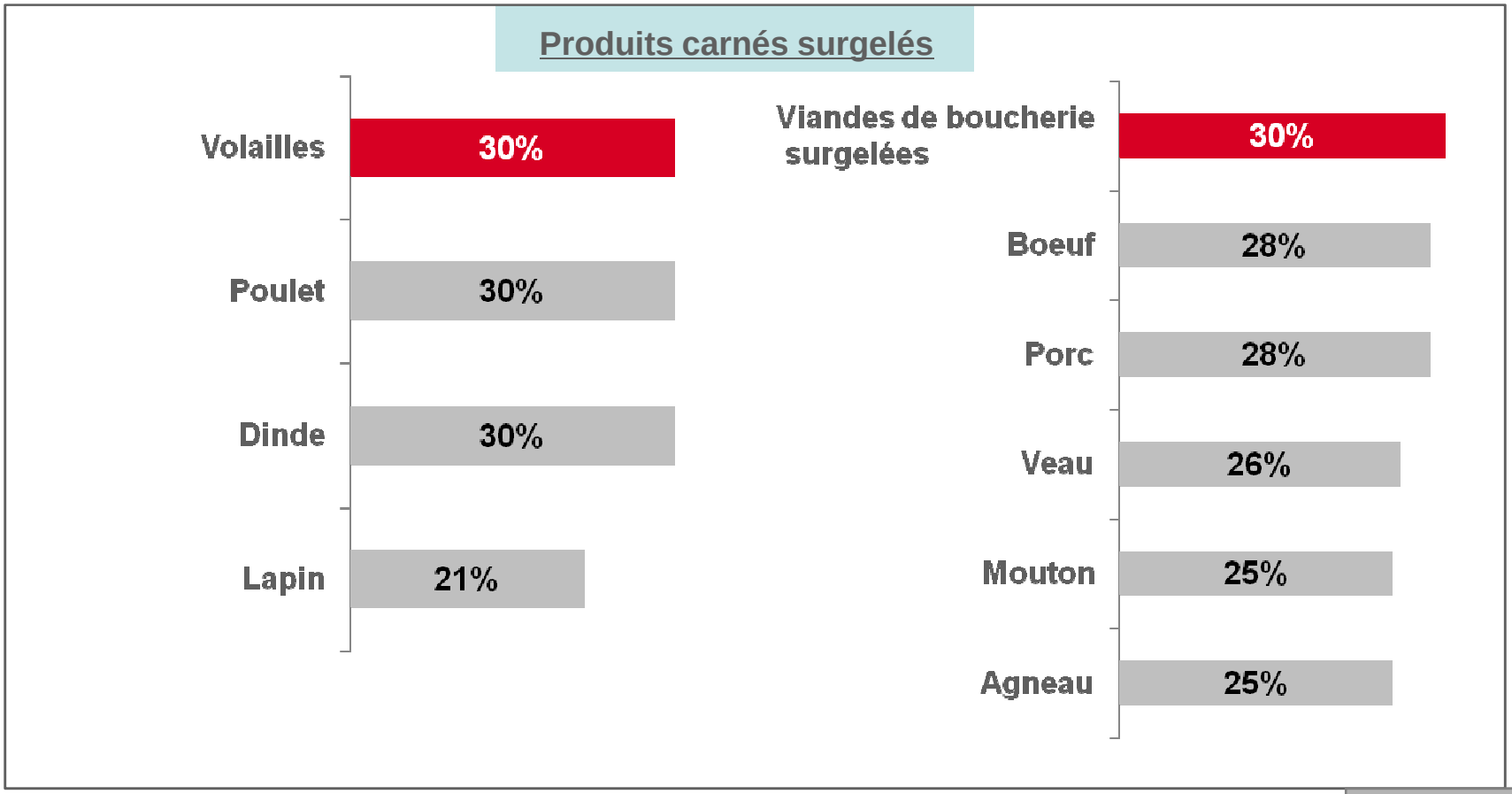
Autres produits frais



Base : n'achète pas de produits bio et veut en introduire (n=145)

Produits carnés surgelés

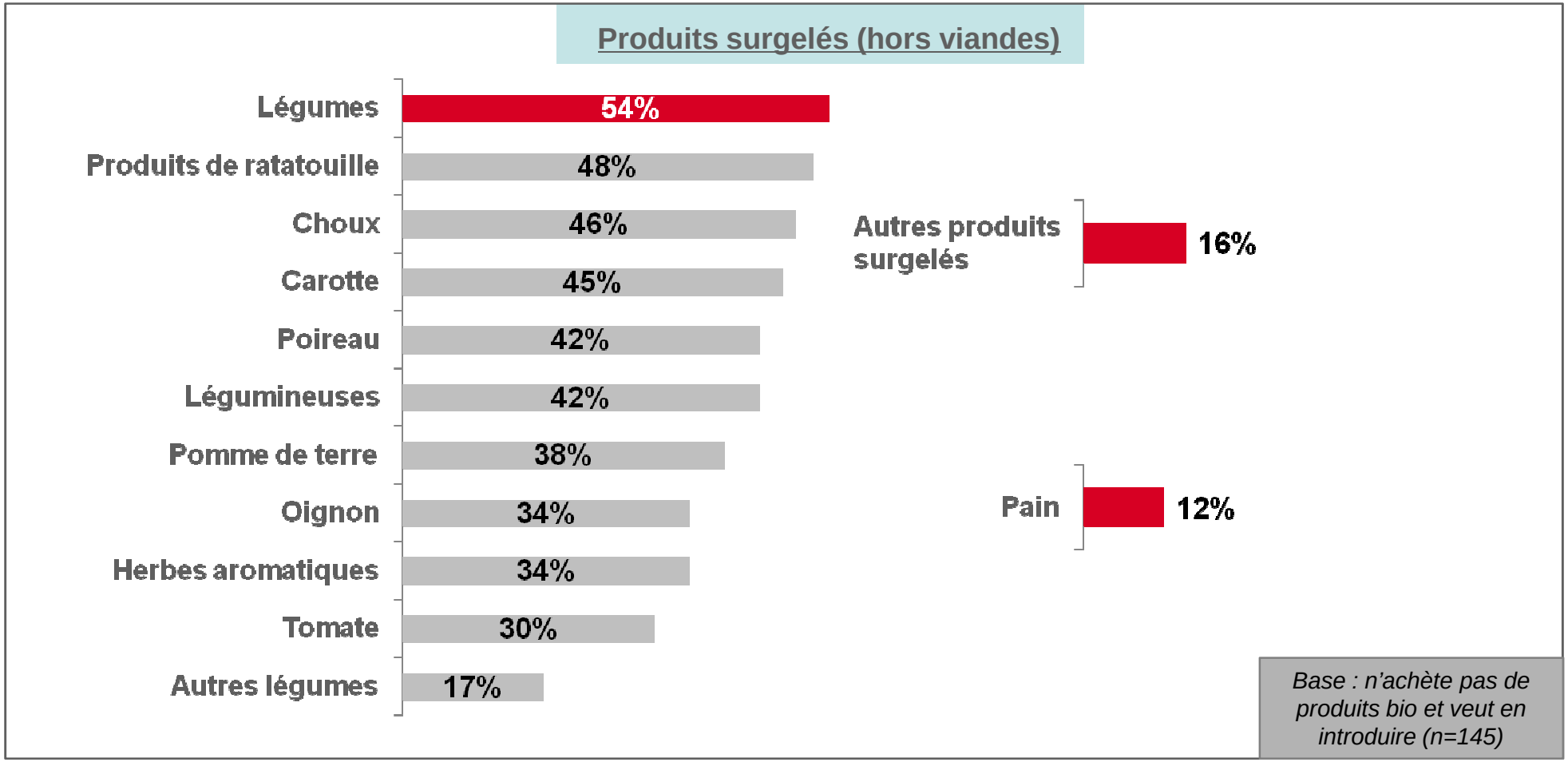
Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?



Base : n'achète pas de produits bio et veut en introduire (n=145)

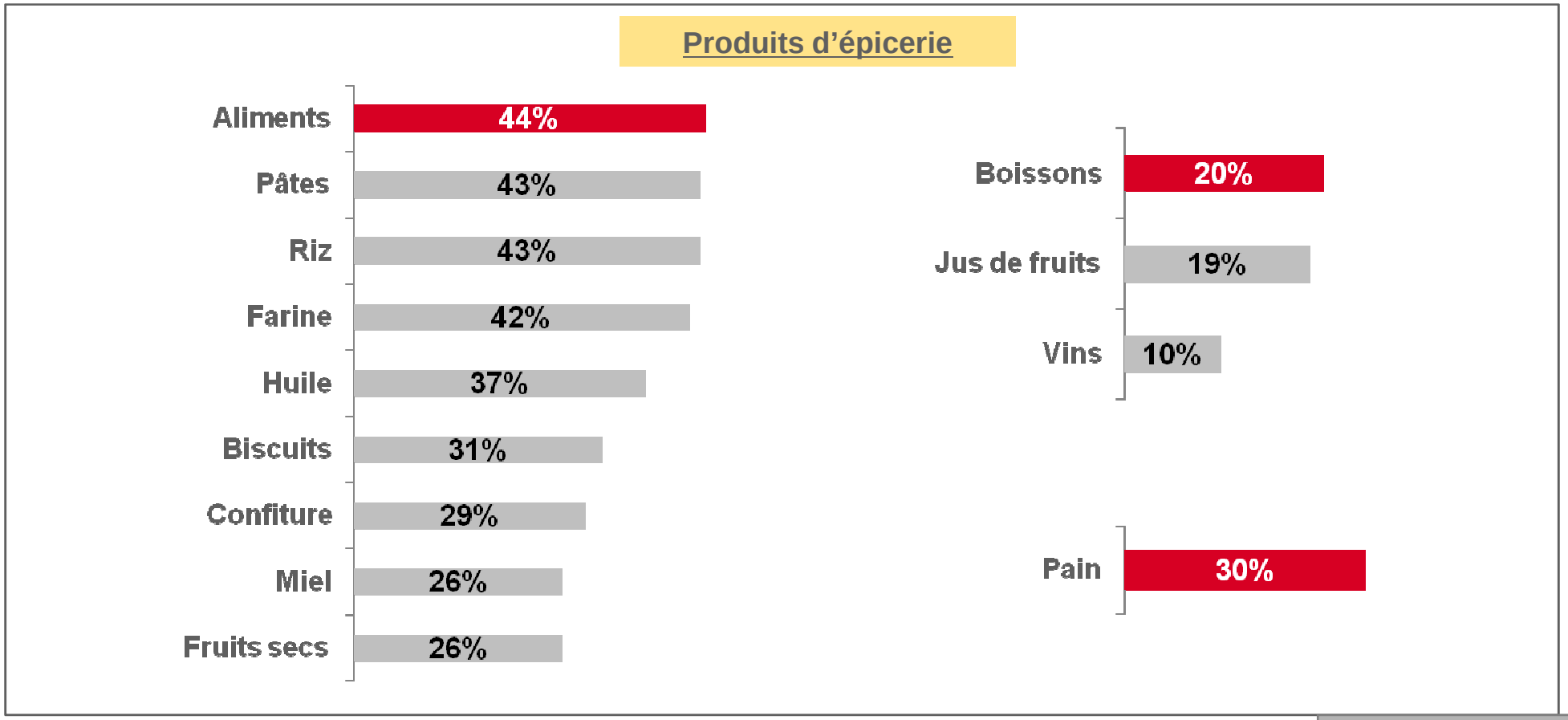
Produits surgelés hors produits carnés

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?



Produits d'épicerie et boissons

Q15. Pensez-vous que d'ici à 2012, vous allez introduire des produits issus de l'agriculture biologique dans votre restaurant ?



Base : n'achète pas de produits bio et veut en introduire (n=145)

Projection du marché du bio en 2012

Projection du marché du bio en 2012 : à retenir

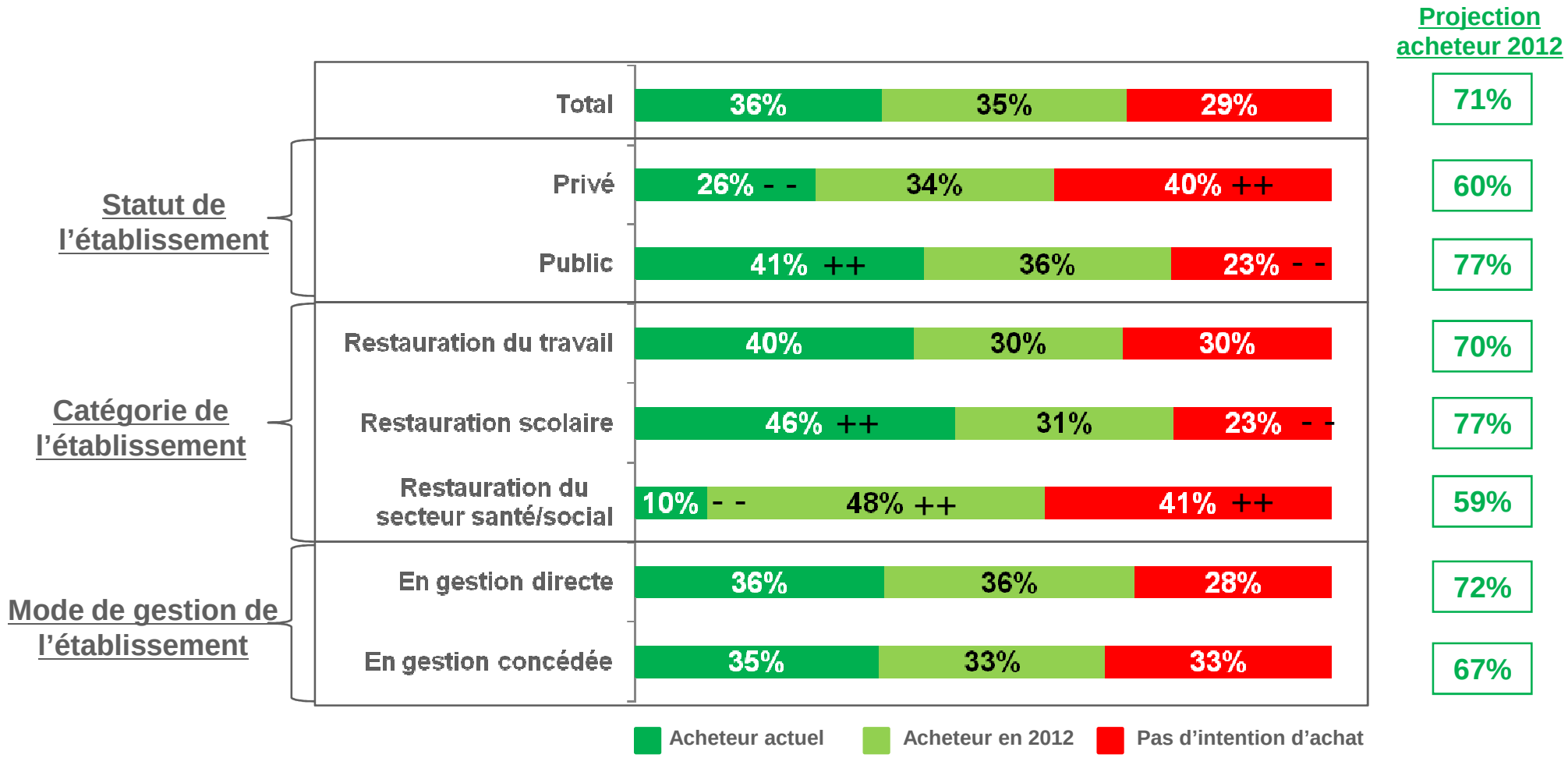
- En cumulant les acheteurs actuels et les acheteurs déclarés d'ici à 2012, les produits bio seront présents dans 7 restaurants sur 10 dans trois ans.

- Les décalages de maturité observés par segment sur les acheteurs actuels tendent à s'estomper. Ainsi, le secteur santé/social et dans une moindre mesure le secteur privé devraient combler leur retard.

- Par famille de produits, on prévoit que la plus achetée en bio le sera par 63% des restaurateurs (fruits) et la moins achetée par 13% (pain surgelé).

- Il faut prévoir que l'introduction par les non acheteurs actuels sera progressive en intensité. Néanmoins, les estimations selon les familles de produits situent la part des achats bios entre 10 et 20% des achats de la famille par les acheteurs de bio.

Les achats de produits bio dans le futur

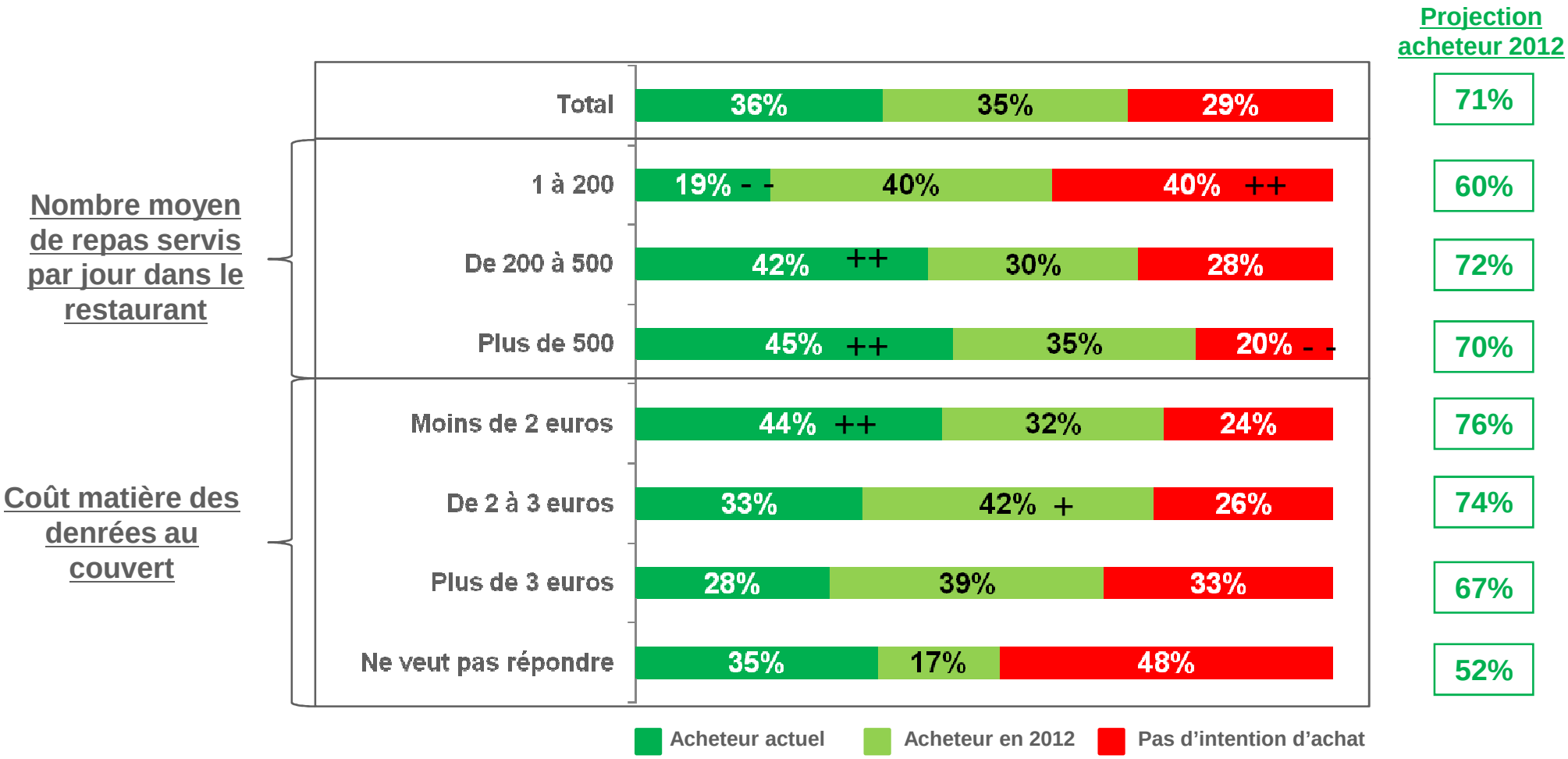


Lecture : Dans les établissements privés, 26% font déjà du bio, 34% en ont l'intention d'ici 2012 et 29% ne projettent pas d'en faire.

Base : ensemble (n=414)

+ / - différence significative à 95%

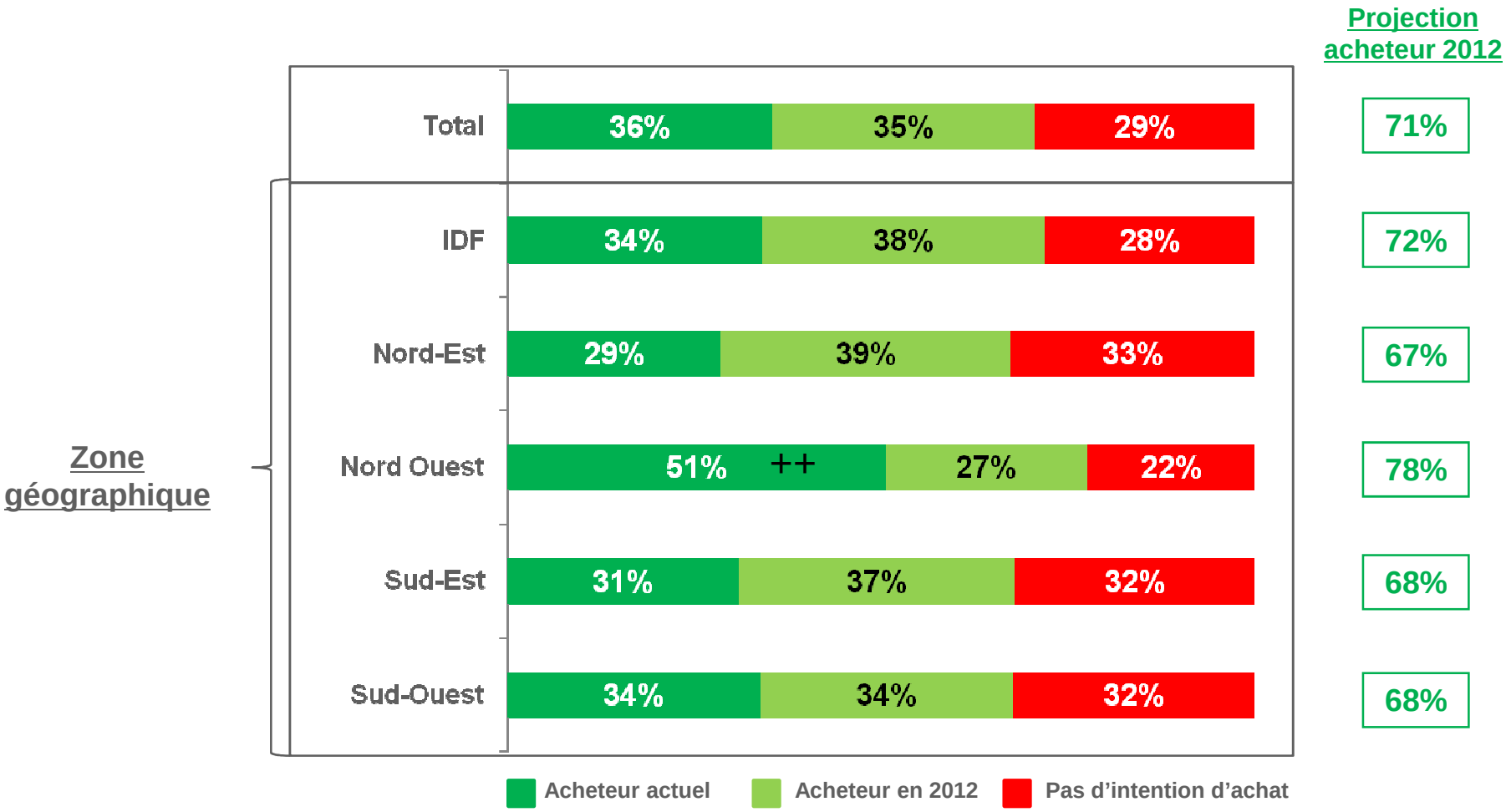
Les achats de produits bio dans le futur



Base : ensemble (n=414)

+ / - différence significative à 95%

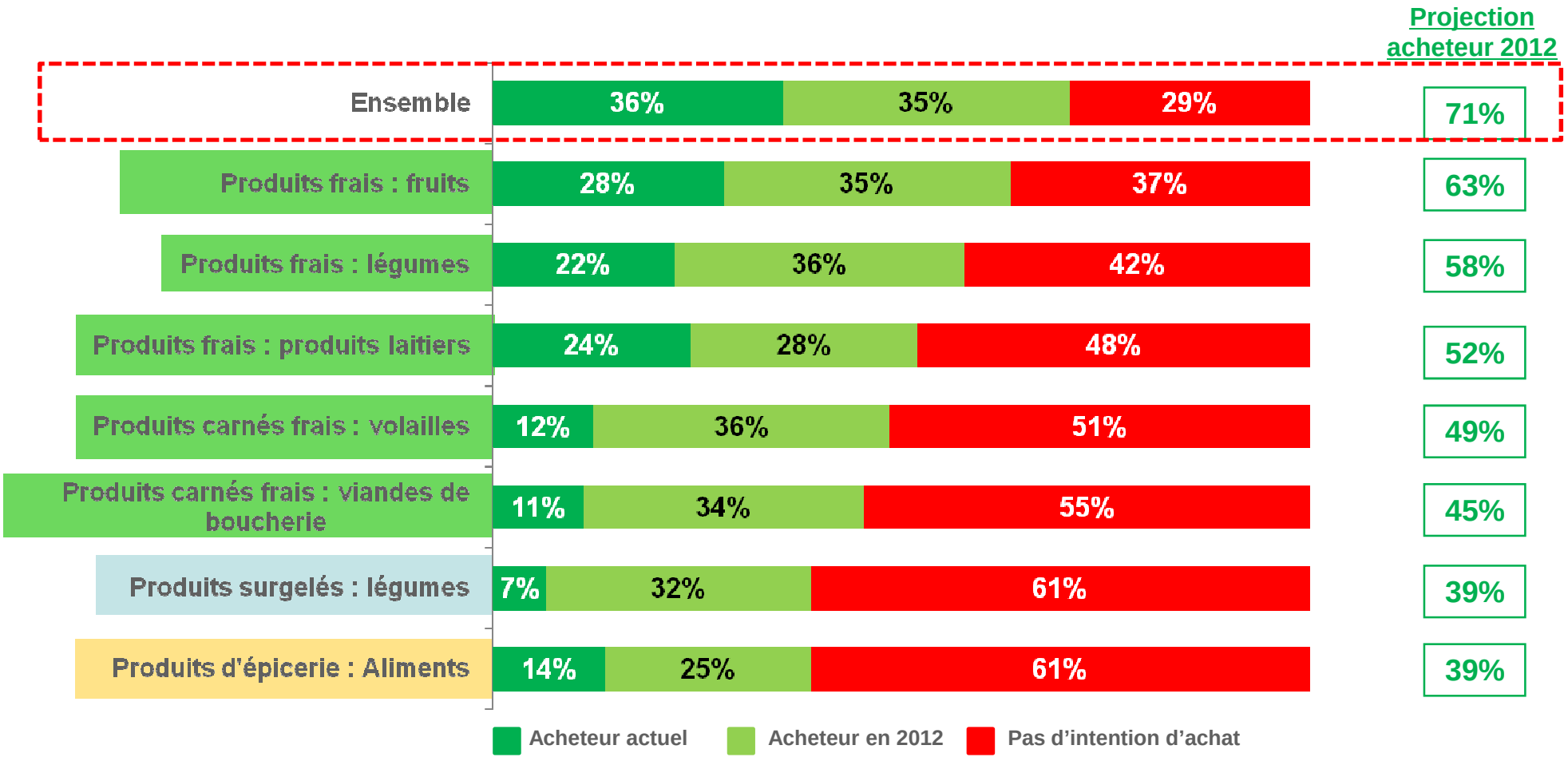
Les achats de produits bio dans le futur



Base : ensemble (n=414)

+ / - différence significative à 95%

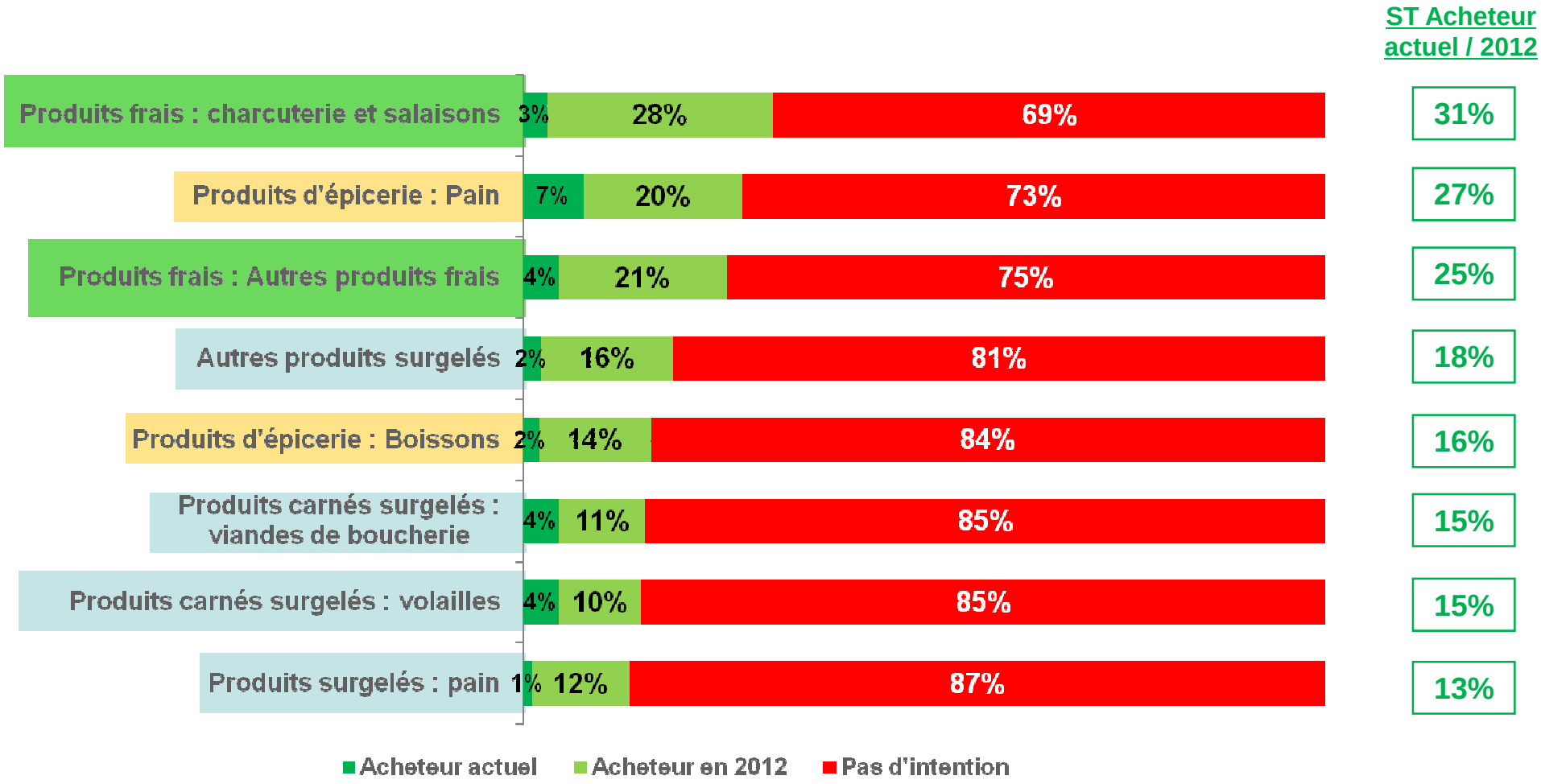
Les achats de produits bio dans le futur



Lecture : 28% proposent actuellement du fruit bio, 35% en ont l'intention d'ici 2012 et 37% ne projettent pas d'en faire. Projection 2012 de fruits bio = 71%.

Base : ensemble (n=414)

Les achats de produits bio dans le futur



Base : ensemble (n=414)

Les achats de produits bio dans le futur

Q10. Quelle part des achats (en %) pensez-vous atteindre en 2012 ?
Q16. Quelle sera selon vous la part (le pourcentage) des produits biologiques dans le montant total des achats dans votre restaurant en 2012 ?

Projections de la part des achats en 2012 de produits biologiques

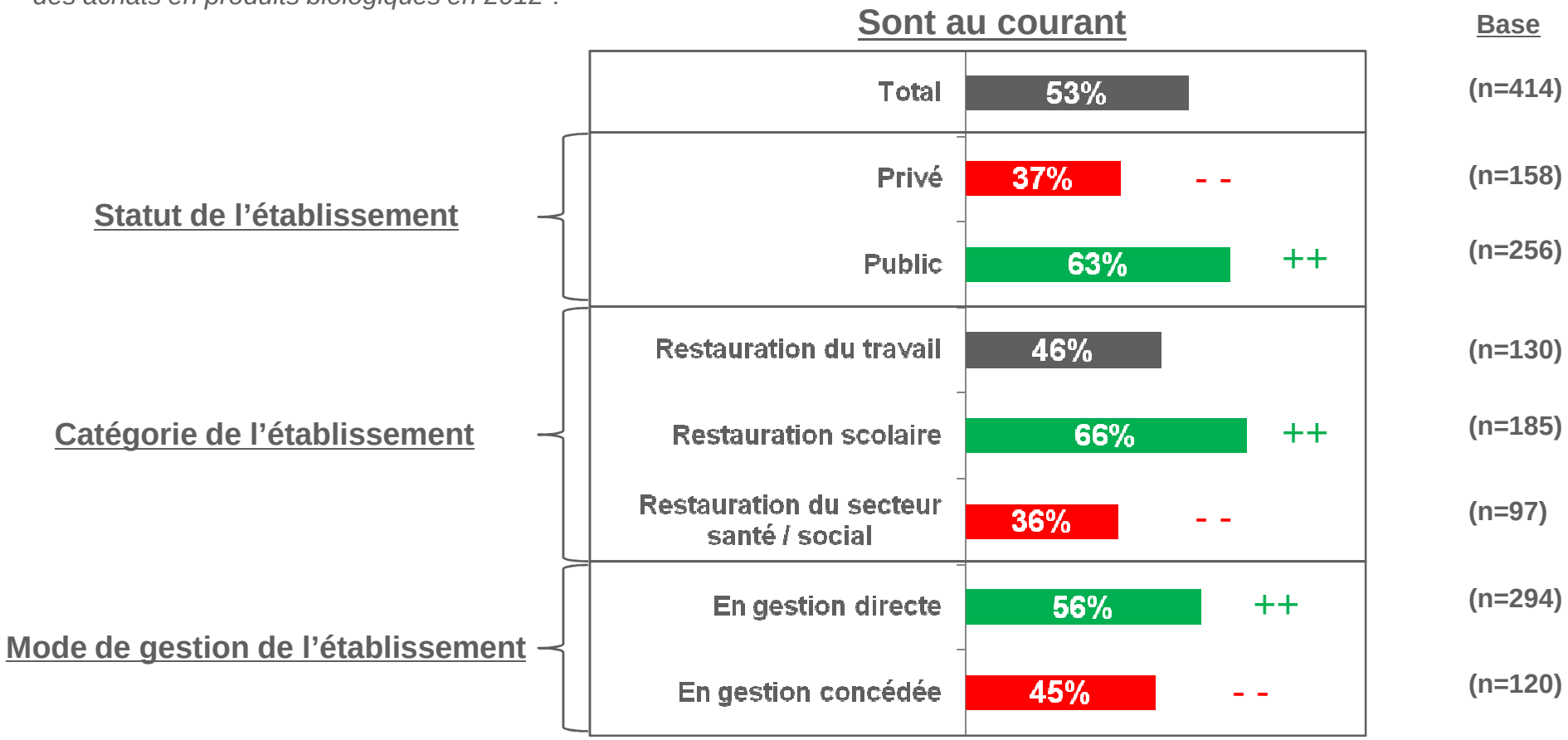
	Acheteur actuel	Acheteur en 2012
Ensemble	*147*	*145*
Produits frais : légumes	17,9	17,1
Produits frais : fruits	17,5	16,8
Produits frais : produits laitiers	15,4	13,8
Produits d'épicerie : Pain	11,8	19,2
Produits frais : Autres produits frais	11,2	11,8
Produits carnés frais : volailles	10,8	13,4
Produits surgelés : légumes	10,5	16,3
Produits carnés frais : viandes de boucherie	10,3	13,1
Produits d'épicerie : Aliments	10,2	14,5
Produits carnés surgelés : volailles	7,8	13,4
Produits frais : charcuterie et salaisons	7,4	11,4
Produits carnés surgelés : viandes de boucherie	7,4	12,2
Autres produits surgelés	6,9	20,0
Produits d'épicerie : Boissons	6,4	14,1
Produits surgelés : pain	5,9	21,2

Lecture : La part des achats de légumes bio par les acheteurs actuels s'établit en moyenne à 17.9% des achats de ces produits. 17,1% parmi ceux qui vont l'introduire d'ici 2012.

Attitudes, freins et leviers à l'égard du bio

Grenelle de l'environnement

Q16B .Êtes-vous au courant de l'engagement du Grenelle de l'Environnement qui fixe comme objectif pour la restauration collective 20 % des achats en produits biologiques en 2012 ?



Base : ensemble (414)

+ / - différence significative à 95%

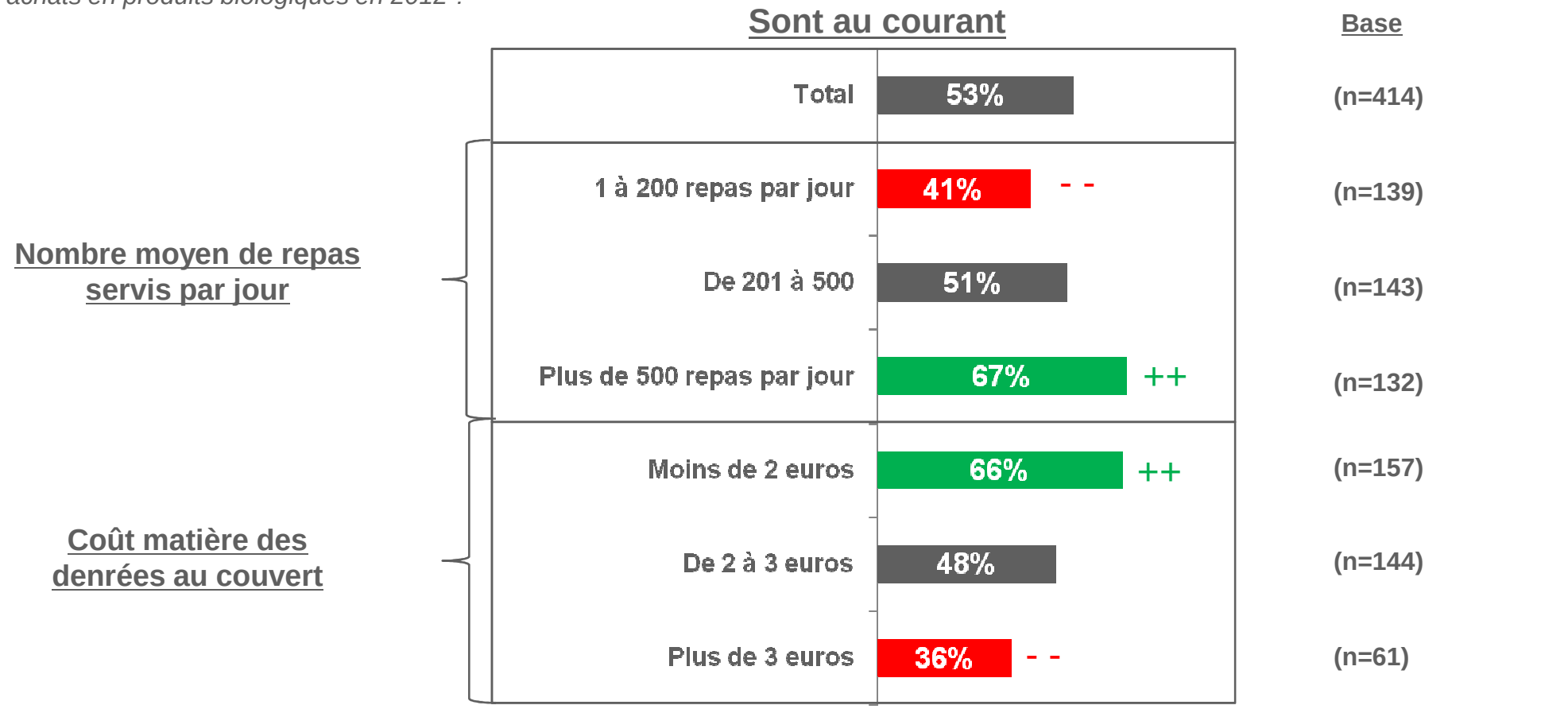
Attitudes, freins et leviers à l'égard du bio : à retenir

- L'engagement du Grenelle de l'Environnement qui fixe à 20% l'objectif d'achat en produits biologiques pour la restauration collective en 2012 est connu par un peu plus de la moitié des restaurateurs (53%).
- Les restaurants du secteur public sont plus au courant (63%).

- Selon les restaurateurs, la principale difficulté au développement des produits bio est liée au prix des matières mais ce n'est pas le seul problème mis en avant ; en effet, 2 sur 3 considèrent que trouver des fournisseurs ou encore obtenir le respect des délais de livraison constitue une difficulté importante.
- Notons que la perception des difficultés est la même entre les acheteurs actuels de produits bio et ceux qui envisagent d'en introduire d'ici 2012.

Grenelle de l'environnement

Q16B .Êtes-vous au courant de l'engagement du Grenelle de l'Environnement qui fixe comme objectif pour la restauration collective 20 % des achats en produits biologiques en 2012 ?

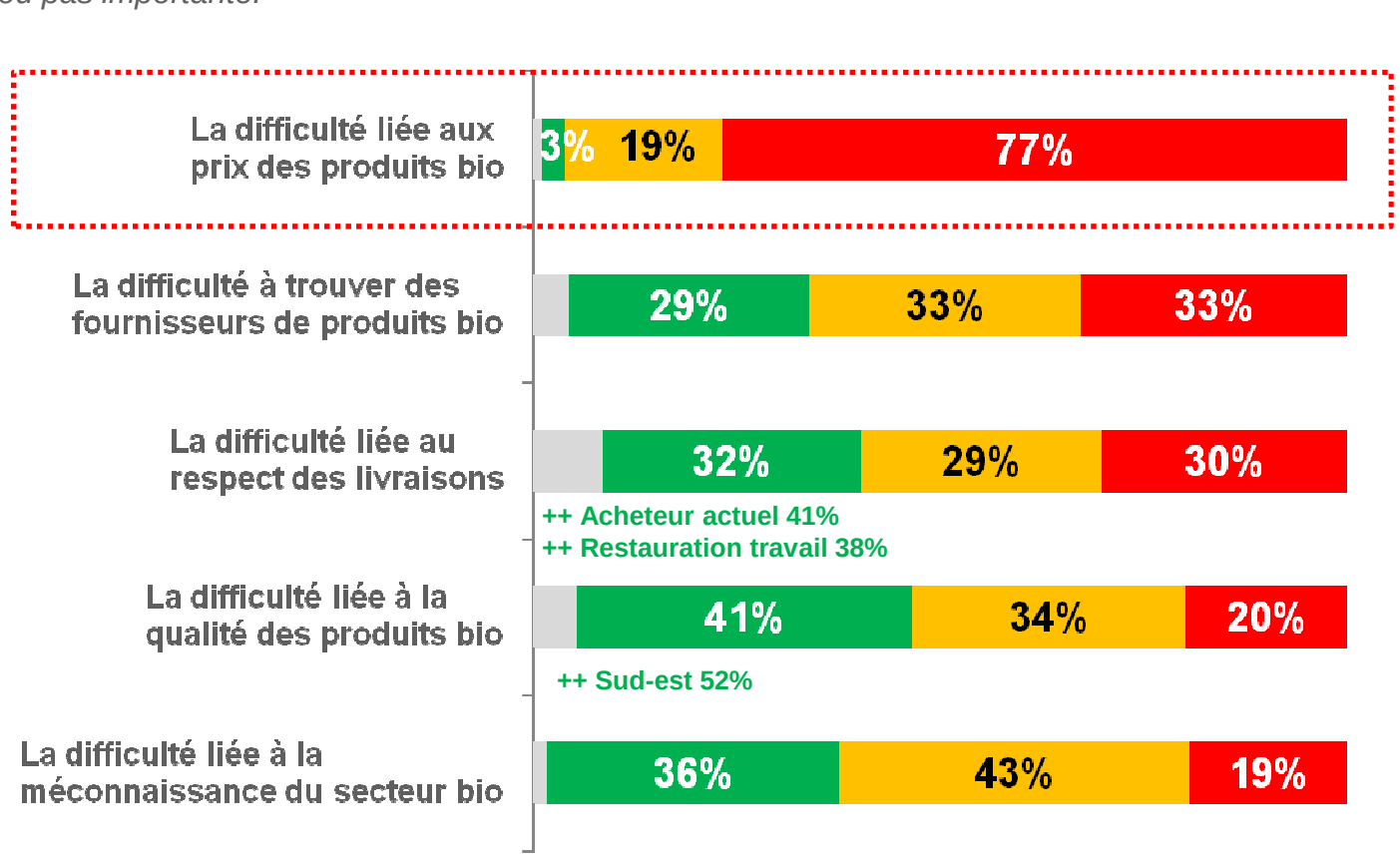


→ **NB : Pas de différence par région**

Base : ensemble (414)

Difficultés liés aux produits bio

Q17A. Je vais vous citer des difficultés que peuvent éprouver des restaurateurs comme vous pour proposer ou proposer davantage de produits biologiques dans la composition des repas. Pour chacune, vous me direz si c'est une difficulté très importante, assez importante, ou pas importante.



Très important

++ Public 80%
++ Restauration scolaire 82%
++ Coût moyen moins de 2 € : 83%
-- Restauration du travail 65%
-- Coût moyen plus de 3 € : 66%

++ Restauration scolaire 38%
-- Restauration du travail 23%
-- Pas d'intention d'achat 25%

++ Acheteur actuel 41%
++ Restauration travail 38%

++ Sud-est 52%

++ Restauration secteur santé/ social 27%
++ Coût moyen plus de 3 € : 36%
-- Restauration scolaire 15%

Base : ensemble (414)

→ Les problèmes liés au coût des produits bio sont également cités en spontané par 17% des interviewés.

Difficultés liés aux produits bio

Q17A. Je vais vous citer des difficultés que peuvent éprouver des restaurateurs comme vous pour proposer ou proposer davantage de produits biologiques dans la composition des repas. Pour chacune, vous me direz si c'est une difficulté très importante, assez importante, ou pas importante.

	Total	Acheteur actuel	Intentionniste	Pas d'intention d'achat
Ensemble	*414*	*147*	*145*	*122*
La difficulté liée aux prix des produits bio	77%	72%	80%	78%
La difficulté à trouver des fournisseurs de produits bio	33%	33%	39%	25%
La difficulté liée à la méconnaissance du secteur bio	19%	20%	23%	15%
La difficulté liée au respect des livraisons	30%	27%	32%	33%
La difficulté liée à la qualité des produits bio	20%	18%	21%	20%

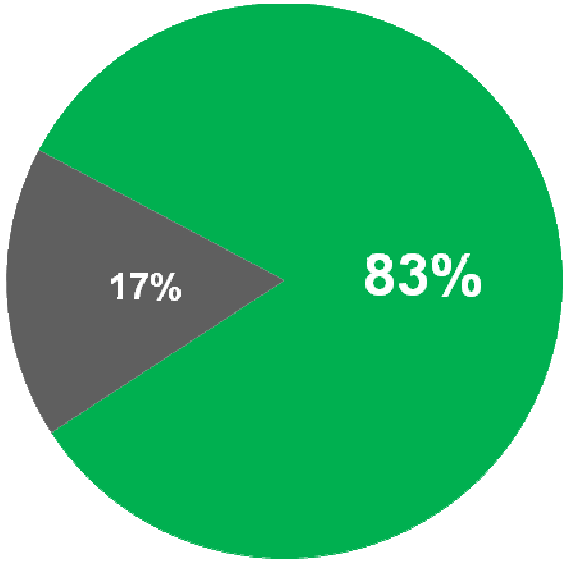
Base : ensemble (414)

+ / - différence significative à 95%

La légumerie

Q22 Votre établissement a-t-il une légumerie ?

Ne possède pas de légumerie
++ 1 à 200 repas par jour : 24%



Possède une légumerie
++ de 201 à 500 repas par jour : 90%

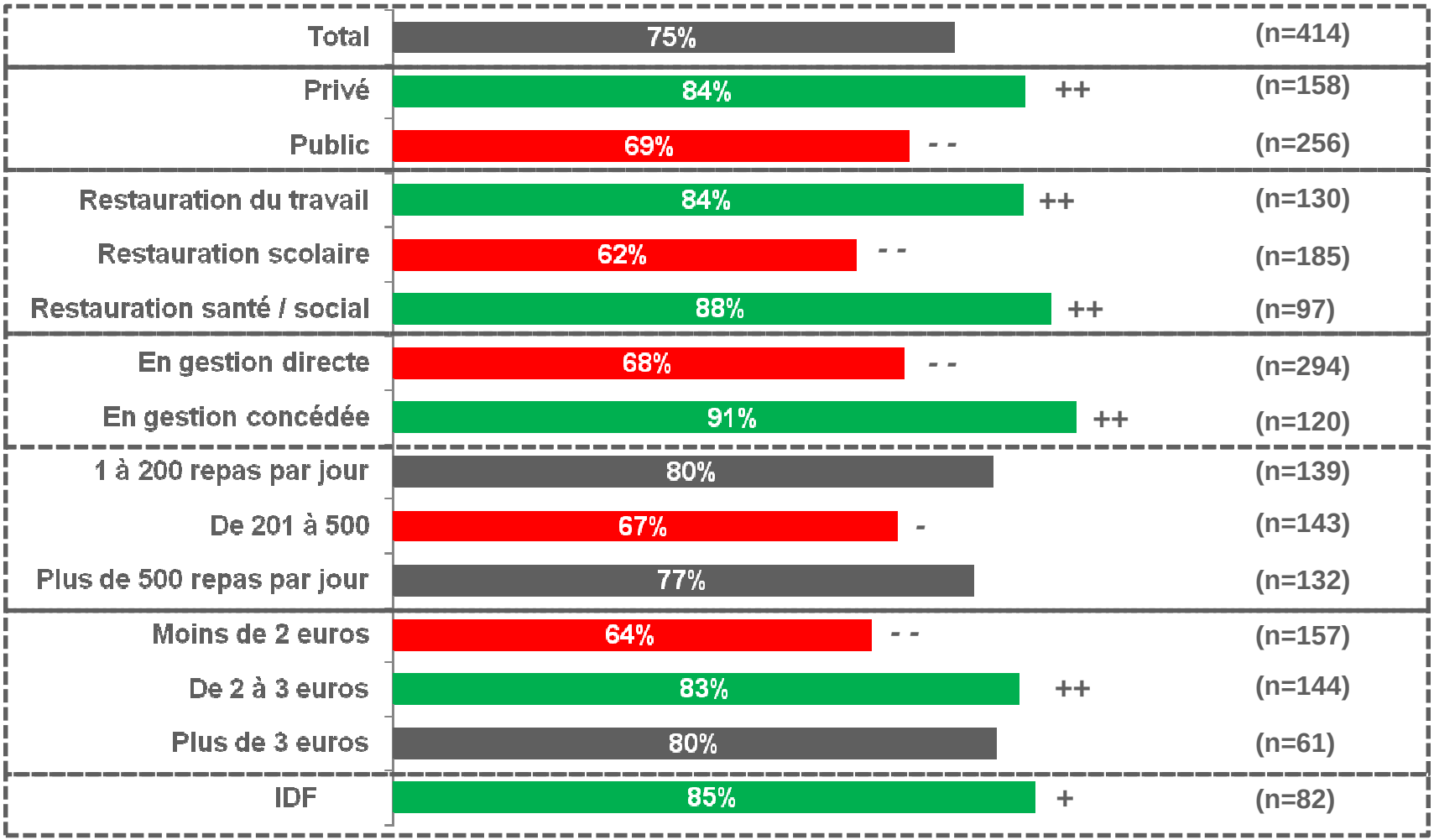
→ Pas de différence entre acheteurs, acheteurs potentiels et non-acheteurs

Base : ensemble (414)

+ / - différence significative à 95%

Les enquêtes de satisfaction

Q23 Réalisez-vous dans votre restaurant des enquêtes pour identifier les attentes des convives, comme par exemple des enquêtes de satisfaction ?



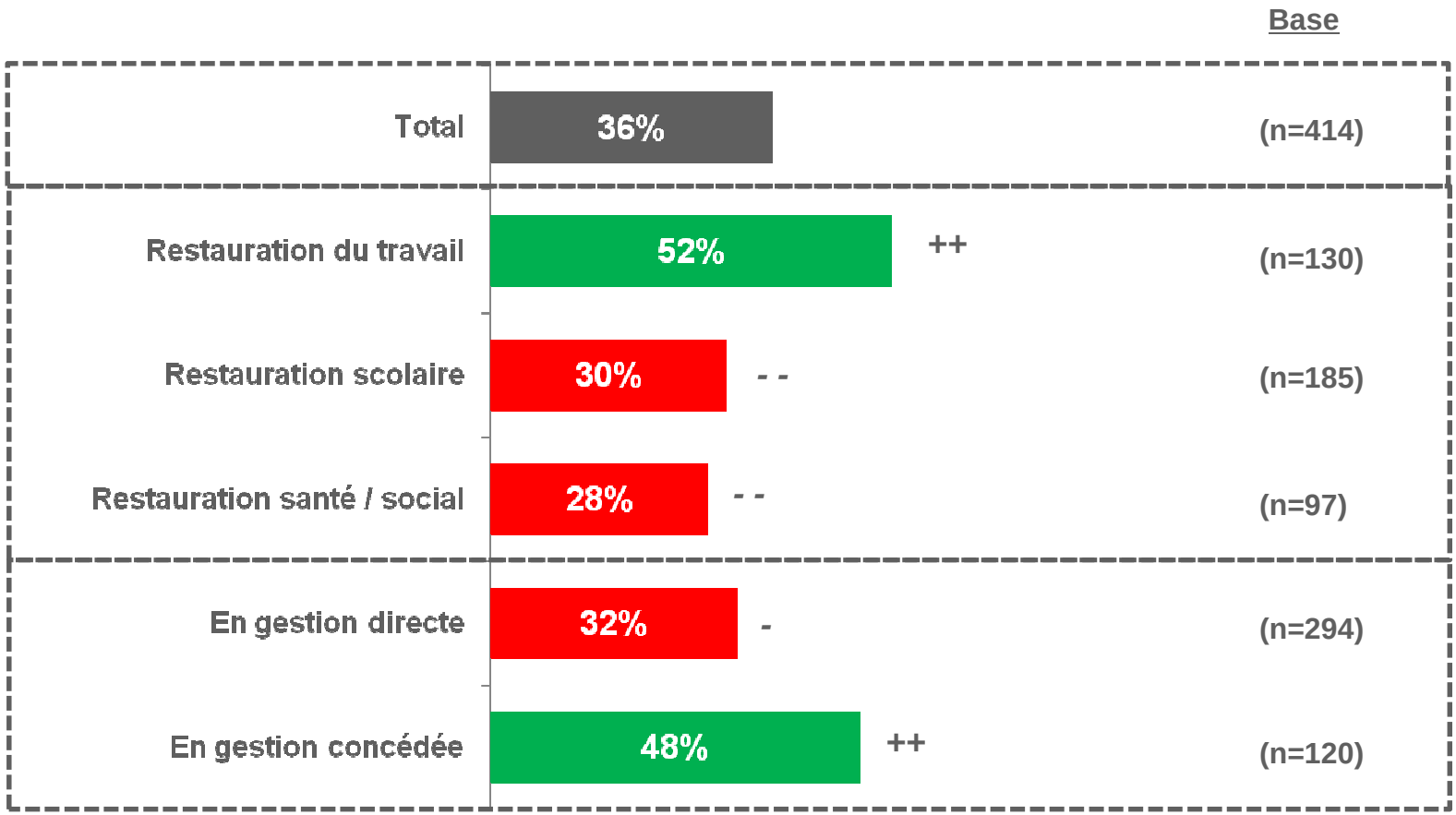
→ **Pas différence entre acheteurs, acheteurs potentiels et non-acheteurs**

Base : ensemble (414)

+ / - différence significative à 95%

Dispositif de mesure de perte des assiettes et plateaux

Q24 Avez-vous mis en place un dispositif pour mesurer les pertes des assiettes ou des plateaux ?



→ **Pas différence entre acheteurs, acheteurs potentiels et non-acheteurs**

Base : ensemble (414)