



Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective

Rapport

Avril 2011 - Etude n° 1001691

2, rue de Choiseul • CS 70215 • 75086 Paris Cedex 02

Tél. : (33) 01 44 94 40 00 • Fax : (33) 01 44 94 40 01

www.csa.eu

SA au capital de 1 571 600 € • Siren 308 293 430 • RCS Paris : 308 293 430 • APE 741 E
TVA intracommunautaire FR 46 308 293 430

- **INTRODUCTION** **p3**
 - Contexte de l'étude p4
 - Objectifs de l'étude p5
 - Méthodologie p6
 - Grille de lecture des résultats p7

- **STRUCTURE DE L'ECHANTILLON** **p8**

- **RESULTATS DETAILLES DE LA VAGUE 3** **p14**
 - I. Le marché des produits biologiques p16
 - Focus sur l'achat de produits biologiques parmi les acheteurs bio p31
 - II. Acheteurs de produits biologiques: Le bilan p47
 - III. Projection du marché du bio en 2012 p60
 - Focus sur les non-acheteurs de produits bio: Perspectives 2012 p69
 - IV. Les besoins en information/communication p75



Introduction



❑ Contexte :

- ❑ 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.
- ❑ La collecte et l'analyse de ces informations a été initiée par l'Agence Bio en 2009 pour l'ensemble des secteurs de la restauration collective à caractère social (étude Gressard/CSA/Agence Bio 2009).
- ❑ Une actualisation des principaux résultats a été effectuée en 2010.



❑ Objectifs de l'étude :



La présente étude a pour objectifs principaux de :





- **Consolider, actualiser et compléter les estimations du marché des produits biologiques en restauration collective.**
- **Disposer d'une évaluation globale des besoins et attentes en produits biologiques par secteur, famille de produits, segment de marché, type d'établissement au plan national et par zone géographique (grande région).**
- **Mettre les résultats en perspective générale et suivre leur évolution d'ici 2012.**
- **Approfondir la question des coûts et de la perception de l'introduction des produits bio par les convives et le personnel.**

Les caractéristiques de l'étude sont les suivantes :

- ❑ Méthode : 405 interviews téléphoniques structurées sur les même bases que les études précédentes (quotas sur le type d'établissement, zone géographique, secteur d'activité)**
- ❑ Univers : Ensemble des établissements de la restauration collective sur le territoire français**
- ❑ Cible : Responsables de la restauration en charge du choix ou des achats de produits alimentaires**
- ❑ Durée de questionnaire : 7 minutes**
- ❑ Terrain : du 14 au 21 mars 2011
(vague1: du 18 février au 6 mars 2009 / vague2: du 10 au 15 mars 2010)**

❑ Les écarts significatifs sont indiqués comme suit :

	++/+	<i>Ecart significatif supérieur à 99% par rapport à la base ensemble 2011</i>
	+/+	<i>Ecart significatif supérieur à 95% par rapport à la base ensemble 2011</i>
	--/-	<i>Ecart significatif inférieur à 99% par rapport à la base ensemble 2011</i>
	-/-	<i>Ecart significatif inférieur à 95% par rapport à la base ensemble 2011</i>

	<i>Evolution significative supérieure à 99% par rapport à la précédente vague</i>
	<i>Evolution significative supérieure à 95% par rapport à la précédente vague</i>
	<i>Evolution significative inférieure à 99% par rapport à la précédente vague</i>
	<i>Evolution significative inférieure à 95% par rapport à la précédente vague</i>

❑ Remarque, le total présenté n'est parfois pas égal à 100% compte tenu des arrondis.



Structure de l'échantillon

Information fichier

% calculés sur la base ensemble

	Ensemble
Ensemble	100%
Entreprises	29%
Cuisines Centrales d'écoles	9%
Ecoles sans CC	6%
Ecoles Privées	8%
Lycées & Collèges publics	19%
Ecoles supérieures	1%
Universités	2%
Hôpitaux	3%
Cliniques	4%
Maisons de retraite	18%
Centre de détention	0%
Armées	1%
Centres de loisirs	0%



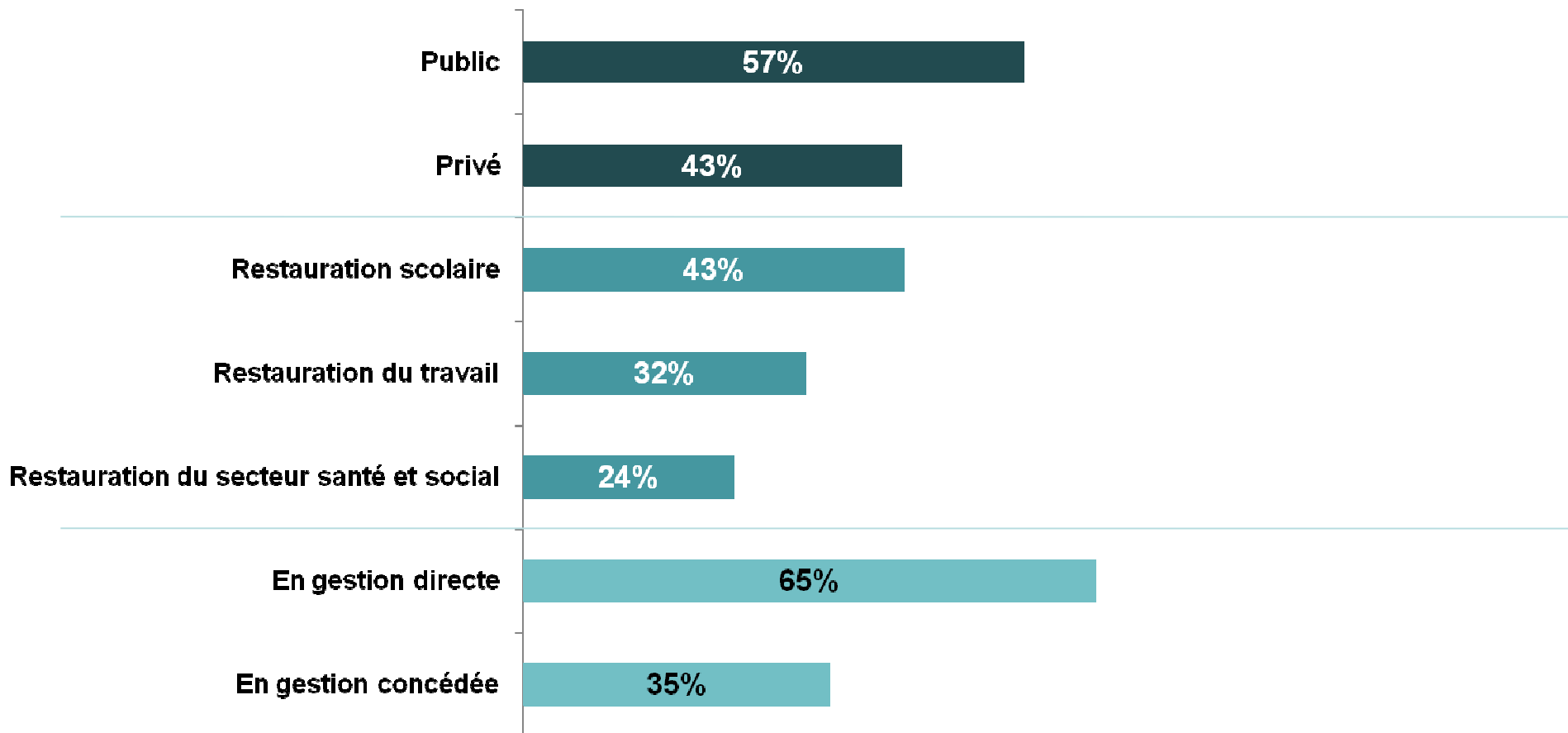
Informations fichier

QF3. Votre restaurant collectif est-il :

Structure de l'échantillon:

Le statut, la catégorie et le mode de gestion

→ Lecture : 57% des établissements de l'échantillon sont des établissements publics

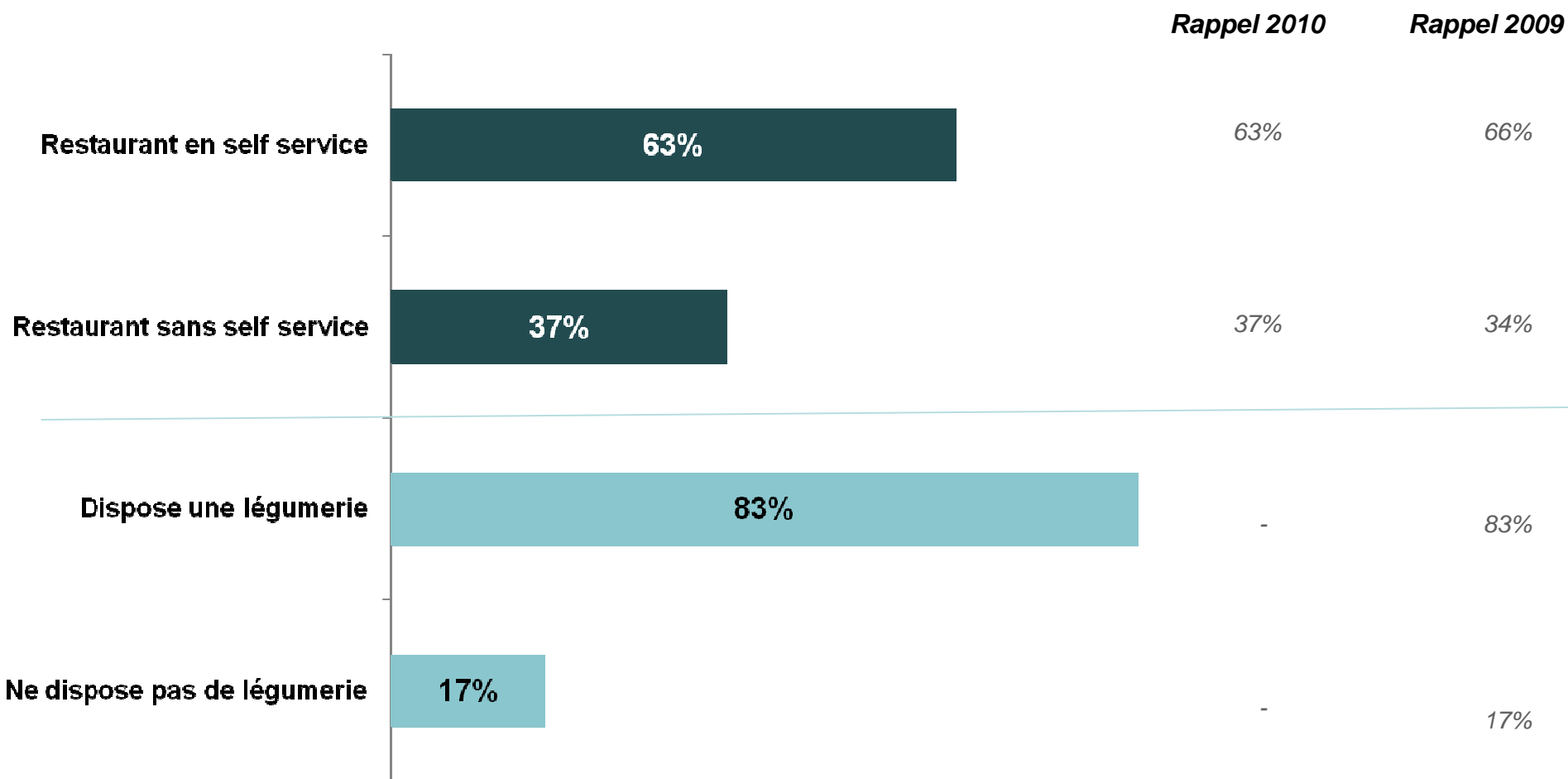




Structure de l'échantillon: Restauration en self service et possession d'une légumerie

QF3c. S'agit-il d'un restaurant en self service ?
QF10bis. Disposez-vous d'une légumerie ?

→ Lecture : 83% des RC possèdent leur propre légumerie



Structure de l'échantillon: Les cibles selon le statut de l'établissement (1/2)

→ Lecture : 47% des établissements du privé sont des restaurations du travail

	Ensemble	Statut de l'établissement	
		Privé	Public
Ensemble	405	177	228

Catégorie de l'établissement

Restauration du travail	32%	47%	<u>21%</u>
Restauration scolaire	43%	<u>20%</u>	61%
Restauration du secteur santé et social	24%	33%	<u>17%</u>

Mode de gestion du restaurant

En gestion directe	65%	<u>44%</u>	81%
En gestion concédée à une société de restauration ...	35%	56%	<u>19%</u>

Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant

1 à 200 repas par jour	41%	60%	<u>26%</u>
De 201 à 500	29%	24%	32%
Plus de 500 repas par jour	31%	<u>16%</u>	42%

Coût matière des denrées au couvert

Moins de 2 euros	36%	<u>24%</u>	46%
De 2 à 3 euros	35%	33%	37%
Plus de 3 euros	19%	30%	<u>11%</u>
Ne veut pas répondre	5%	9%	<u>2%</u>
Ne sait pas	4%	4%	4%

Structure de l'échantillon: Les cibles selon les types de restauration (1/2)

→ Lecture : 45% des restaurations du travail sont en gestion directe

	Ensemble	Catégorie de l'établissement		
		Restauration du travail	Restauration scolaire	Restauration du secteur santé et social
Ensemble	405	130	176	97

Statut de l'établissement

Privé	43%	64%	20%	59%
Public	57%	36%	80%	41%

Mode de gestion du restaurant

En gestion directe	65%	45%	75%	73%
En gestion concédée à une société de restauration ...	35%	55%	25%	27%

Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant

1 à 200 repas par jour	41%	50%	16%	73%
De 201 à 500	29%	27%	37%	17%
Plus de 500 repas par jour	31%	23%	47%	11%

Coût matière des denrées au couvert

Moins de 2 euros	36%	9%	67%	18%
De 2 à 3 euros	35%	48%	23%	41%
Plus de 3 euros	19%	31%	2%	33%
Ne veut pas répondre	5%	7%	3%	5%
Ne sait pas	4%	4%	4%	3%



Résultats détaillés de la vague 3

- ❑ *Un marché du bio dans la restauration collective qui...*

 - *...est **dynamique** et continue de progresser : aujourd'hui quasiment un établissement sur deux, soit une hausse de 10 points en 2 ans. Notons d'ailleurs que seuls 4% des établissements de restauration proposaient des produits bio avant 2006*
 - *...est toujours mené par les **établissements publics**, de **l'enseignement** et ceux servant **plus de 500 repas par jour***
 - *...a un **potentiel important** également dans les types d'établissement où le bio est aujourd'hui le moins introduit : secteur de la santé et dans les petites structures.*

- ❑ *Malgré une consolidation de sa pénétration, **le marché du bio progresse peu en valeur relative** puisqu'il n'a pris qu'un point par rapport à l'année dernière pour s'établir, pour les établissements introduisant du bio, à 11% du montant total des achats hors taxes (Il était à 5% en 2009). Cette progression modérée peut s'expliquer d'une part par l'effort effectué pour limiter les surcoûts (+5 points par rapport à 2010); et d'autre part, à la préférence donnée à l'introduction d'ingrédients plutôt que de repas entièrement bio. En effet, cette année seuls 32% des restaurants collectifs proposant du bio offrent des menus entièrement bio, alors qu'ils étaient 39% en 2009 et 43% en 2010.*

- ❑ *Du point de vue des produits bio proposés dans les établissements de restauration collective...*

 - *...les 3 principales familles de produits sont, comme lors des deux vagues précédentes, **les fruits** (89% des restaurations collectives achetant du bio en proposent), **les produits laitiers** (78% des restaurations collectives achetant du bio en proposent), et **les légumes frais** (71% des restaurations collectives achetant du bio en proposent). D'ailleurs, les plus fortes augmentations d'achats prévus d'ici à 2012 concernent également ces 3 familles que ce soit chez les acheteurs actuels ou chez les acheteurs potentiels.*
 - *...il existe encore une **marge de progression non négligeable** concernant les familles des produits surgelés qui s'avèrent être en retrait, et connaissent même parfois un recul de leur taux de pénétration par rapport à 2010.*



I. Le marché des produits biologiques



Le marché des produits bio

Principaux enseignements

Cette année 46% des établissements de restauration déclarent proposer des produits bio à leurs convives, ne serait-ce que de temps en temps, soit une progression de 10 points par rapport à 2009. En ce qui concerne la date d'introduction de produits bio dans leurs menus, il est à noter qu'elle est récente pour la plupart des restaurants collectifs. En effet, uniquement 4% des établissements en proposaient avant 2006 et il a fallu attendre 2009 pour que plus d'un quart en proposent.

Parmi les restaurants collectifs proposant du bio ne serait-ce que de temps en temps, on constate que la préférence est de plus en plus donnée aux ingrédients plutôt qu'aux plats ou menus bio. Pour preuve,

- *32% proposent des menus entièrement bio (contre 43% en 2010, soit une baisse de 11 points)*
- *23% proposent des plats entièrement bio (contre 16% en 2009, soit une hausse de 12 points)*
- *et 45% proposent uniquement des produits bio dans les plats (contre 41% en 2010)*

Des différences constatées en 2009 et 2010 selon les segments de restauration restent observables, et se sont même parfois accentuées:

- *Ainsi les produits bio sont plus souvent proposés dans le secteur public (57%), en restauration scolaire (61%), dans les restaurants servant plus de 500 repas par jour (67%) et ayant des coûts inférieurs à 2 euros (56%)...*
- *... et sont moins bien introduits dans le secteur privé (32%), dans le secteur social/santé (23%), dans les restaurants servant moins de 200 couverts par jour (30%).*

Pour ce qui touche aux familles de produits bio proposées, les trois principales restent :

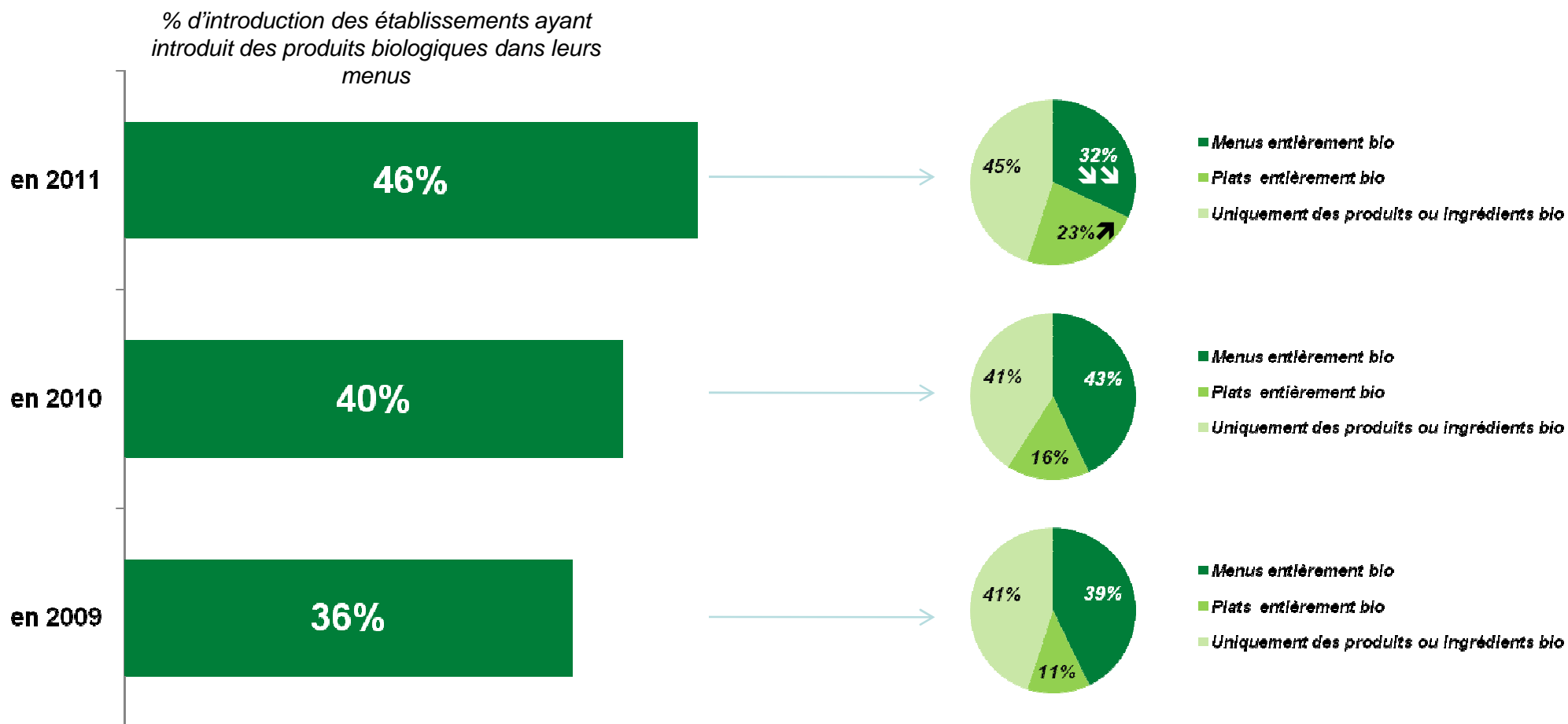
- *Les fruits frais : 41% de l'ensemble des restaurants collectifs en proposent (soit une hausse de 8 points par rapport à 2010)*
- *Les produits laitiers: 36% des restaurants collectifs en proposent*
- *Les légumes frais : 33% des restaurants collectifs en proposent (soit une hausse de 6 points par rapport à 2010)*

Le marché des produits bio

Evolution de l'introduction du bio en restauration collective

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

→ Lecture : en 2011, 46% des établissements proposent des produits bio dans leurs menus.



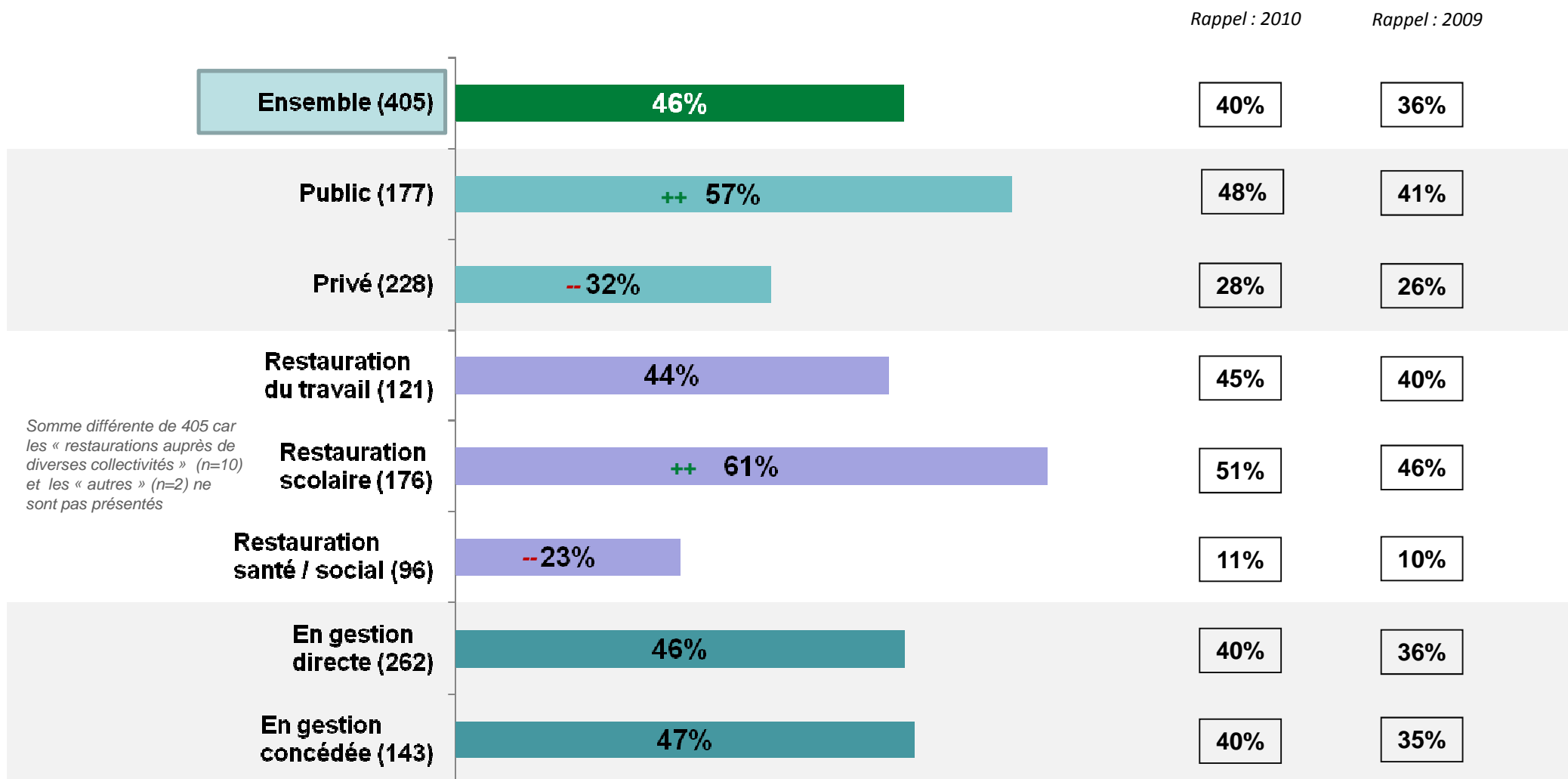


Le marché des produits bio

Evolution de l'introduction du bio en RC selon les cibles

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

→ Lecture : dans le secteur public 57% des établissements proposent des produits bio



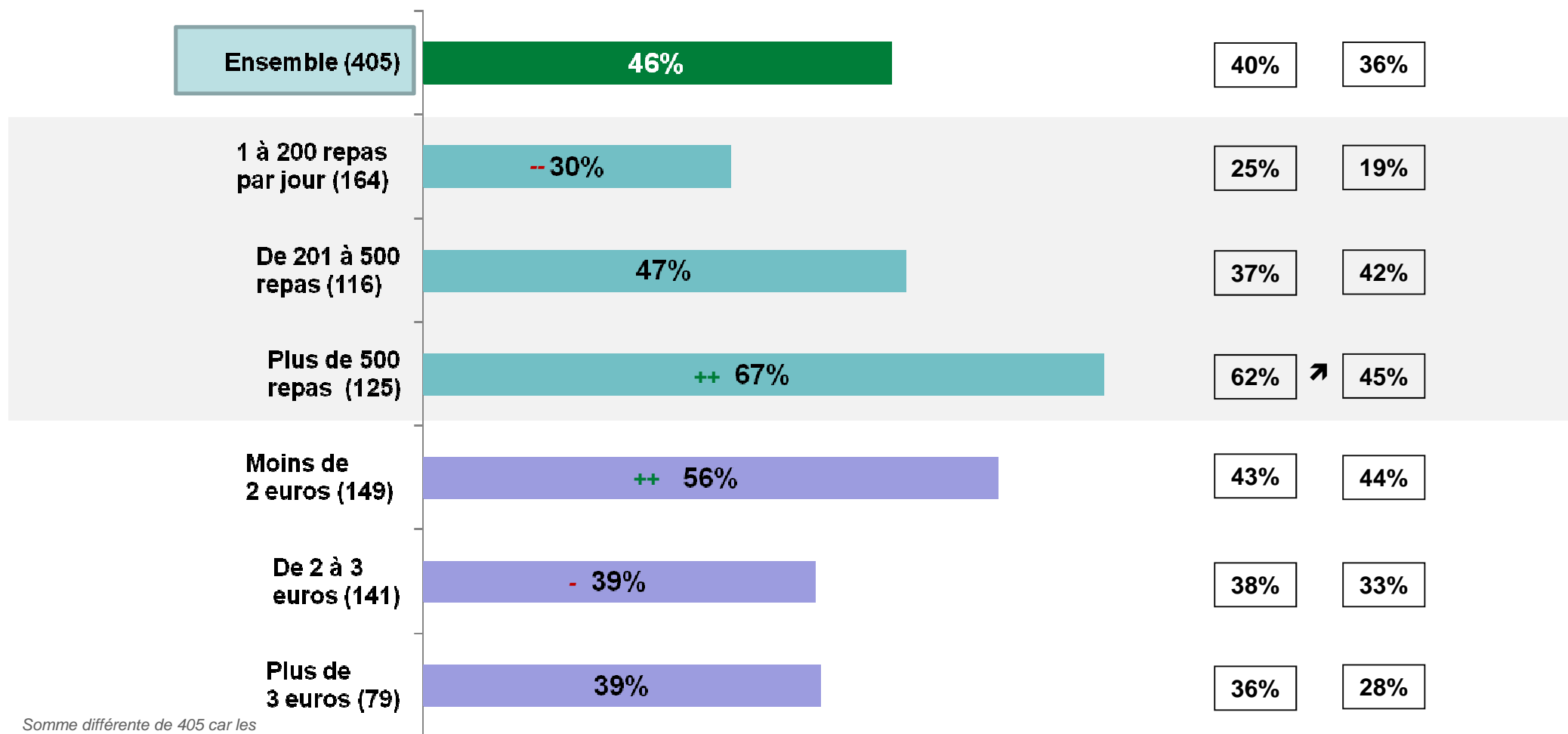
Somme différente de 405 car les « restaurations auprès de diverses collectivités » (n=10) et les « autres » (n=2) ne sont pas présentés

Base : ensemble (n=405)

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

→ Lecture : 67% des établissements de plus de 500 repas par jour proposent des produits bio

Rappel : 2010 Rappel : 2009



Somme différente de 405 car les « nsp » (n=36) ne sont pas présentés

Base : ensemble (n=405)

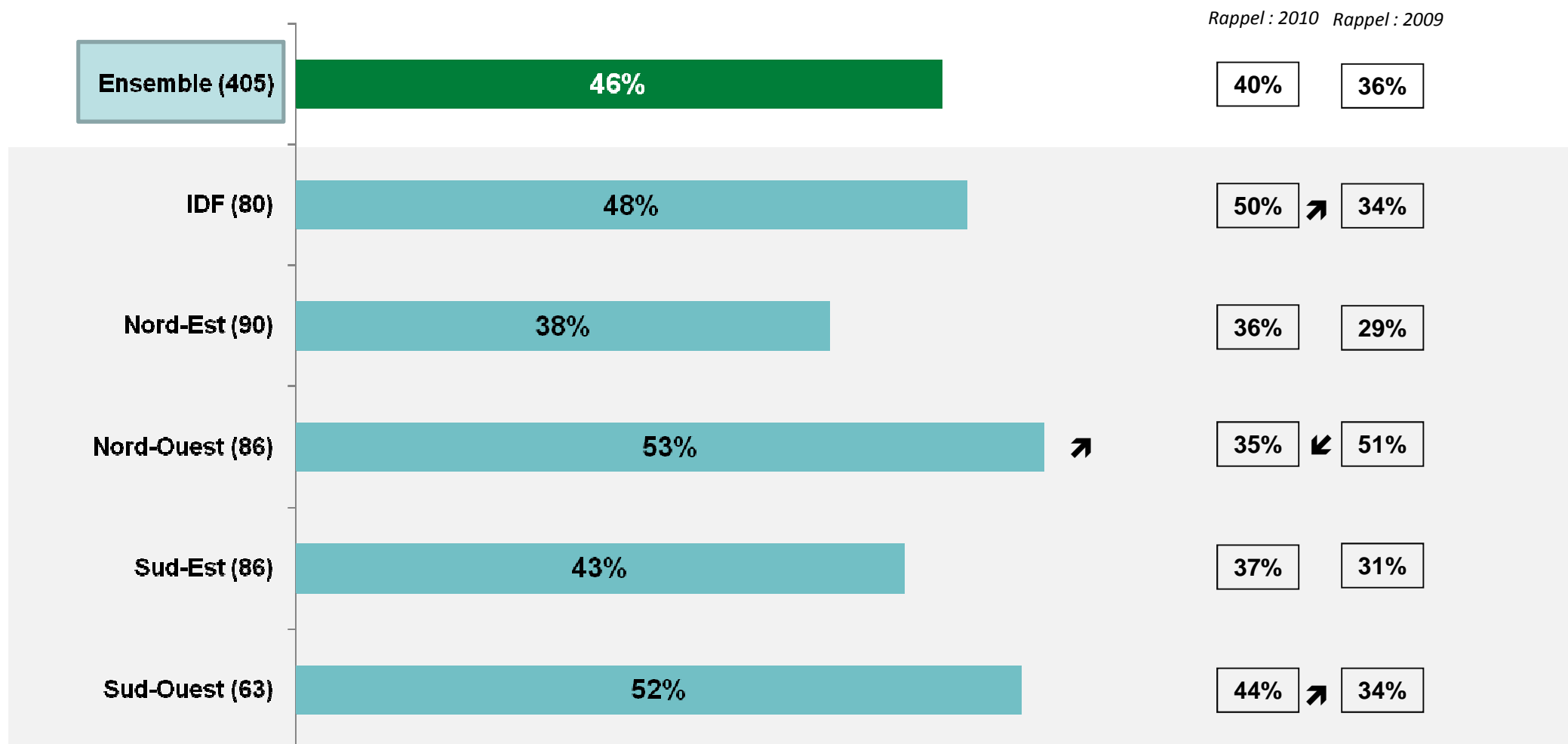


Le marché des produits bio

Evolution de l'introduction du bio en RC selon les régions

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

➔ Lecture : 48% des établissements d'Ile-de-France proposent des produits bio

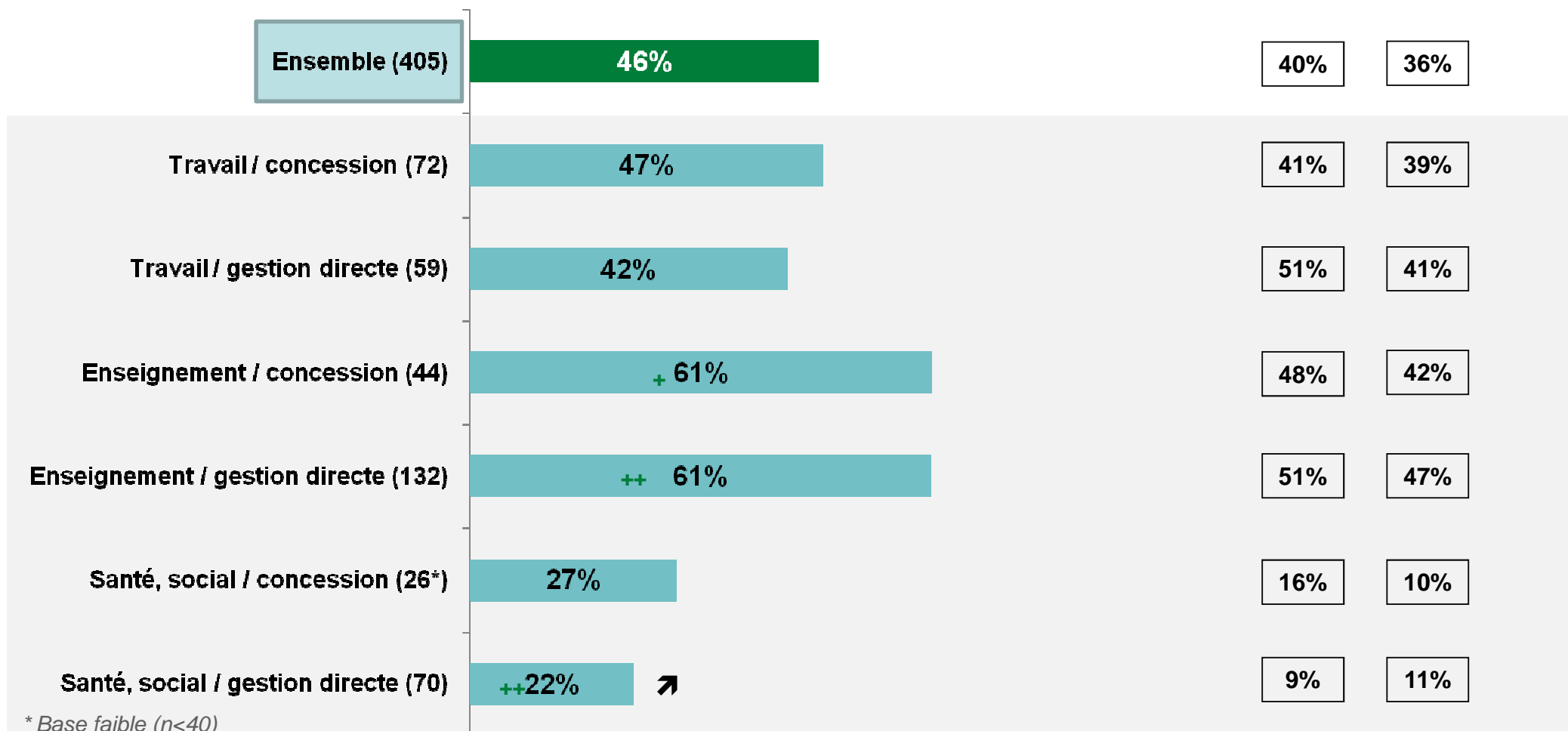


Base : ensemble (n=405)

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

➔ **Lecture : 61% des établissements d'enseignement (en concession ou gestion directe) proposent du bio dans leur menu**

Rappel : 2010 Rappel : 2009



* Base faible (n<40)

Base : ensemble (n=405)

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

→ Lecture : 62% des établissements proposant du bio sont dans le secteur de l'enseignement

	Ensemble	Introduction du bio	
		Propose des produit bio	Ne propose pas de produits bio
<i>Ensemble</i>	405	188	217
Sous-total Travail	29%	25%	32%
Entreprises	29%	25%	32%
Total Enseignement	45%	62%	30%
Lycées & Collèges publics	19%	23%	14%
Cuisines Centrales d'écoles	9%	16%	4%
Ecoles Privées	8%	8%	8%
Ecoles sans CC	6%	10%	3%
Universités	2%	3%	< 1%
Ecoles supérieures	1%	2%	< 1%
Sous-total Santé	7%	4%	10%
Hôpitaux	3%	1%	4%
Cliniques	4%	3%	6%
Sous-total Social	18%	8%	26%
Maisons de retraite	18%	8%	26%
Sous-total Divers Collectivités	1%	1%	1%
Centre de détention	< 1%	< 1%	< 1%
Armées	1%	1%	1%



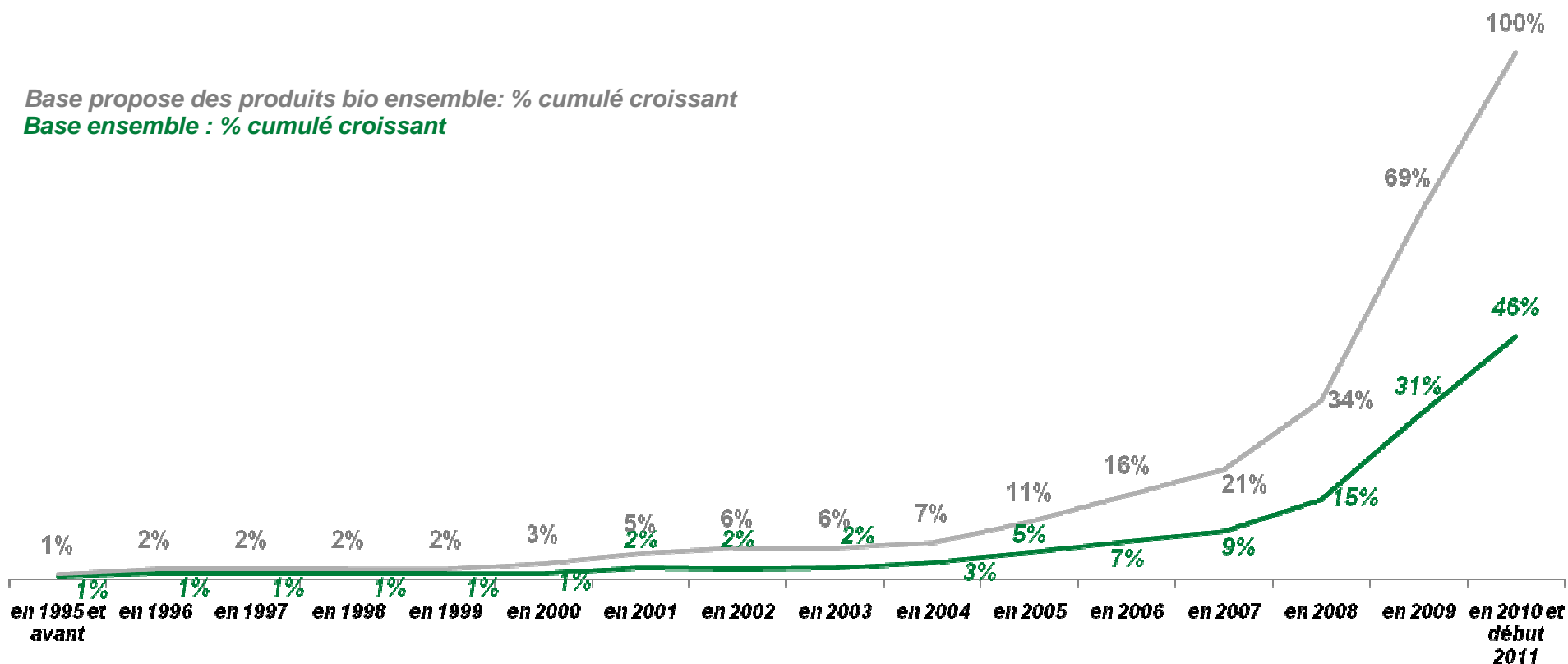
Le marché des produits bio

L'année d'introduction du bio

Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

Nouvelle question

→ Lecture : sur l'ensemble des établissements, seuls 5% avaient introduit du bio en 2005 ou avant





Le marché des produits bio

L'année d'introduction du bio focus Privé / Public

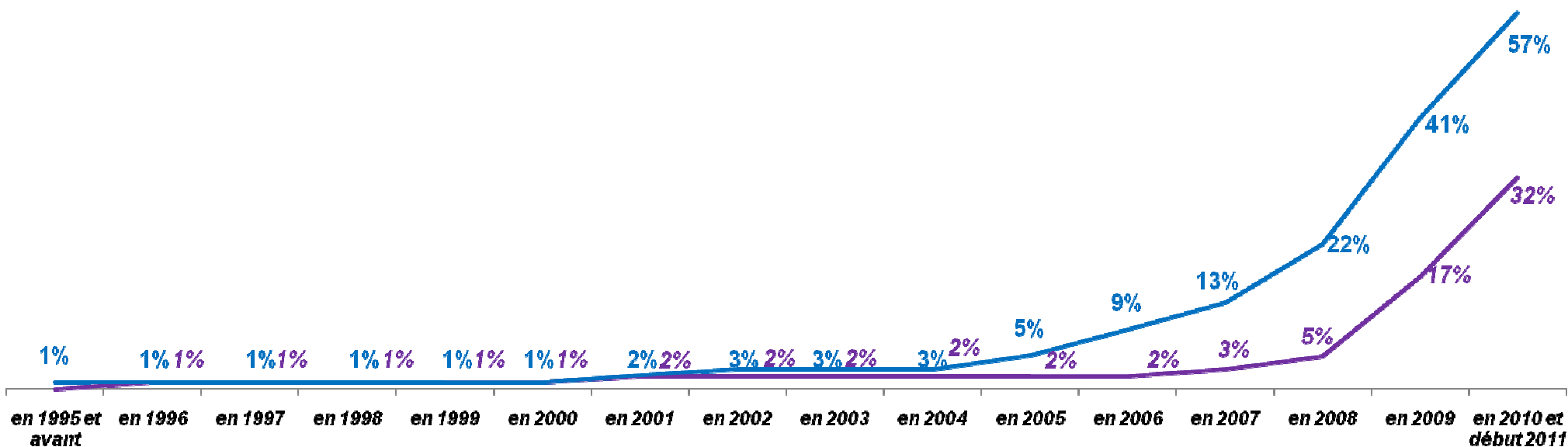
Q0bis. Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus?

Nouvelle question

→ Lecture : 41% des établissements publics ont introduit des produits bio avant 2010, alors qu'ils ne sont que 17% à être dans ce cas dans le privé

Base ensemble des établissements publics (n=228): % cumulé croissant

Base ensemble des établissements privés (n=177): % cumulé croissant



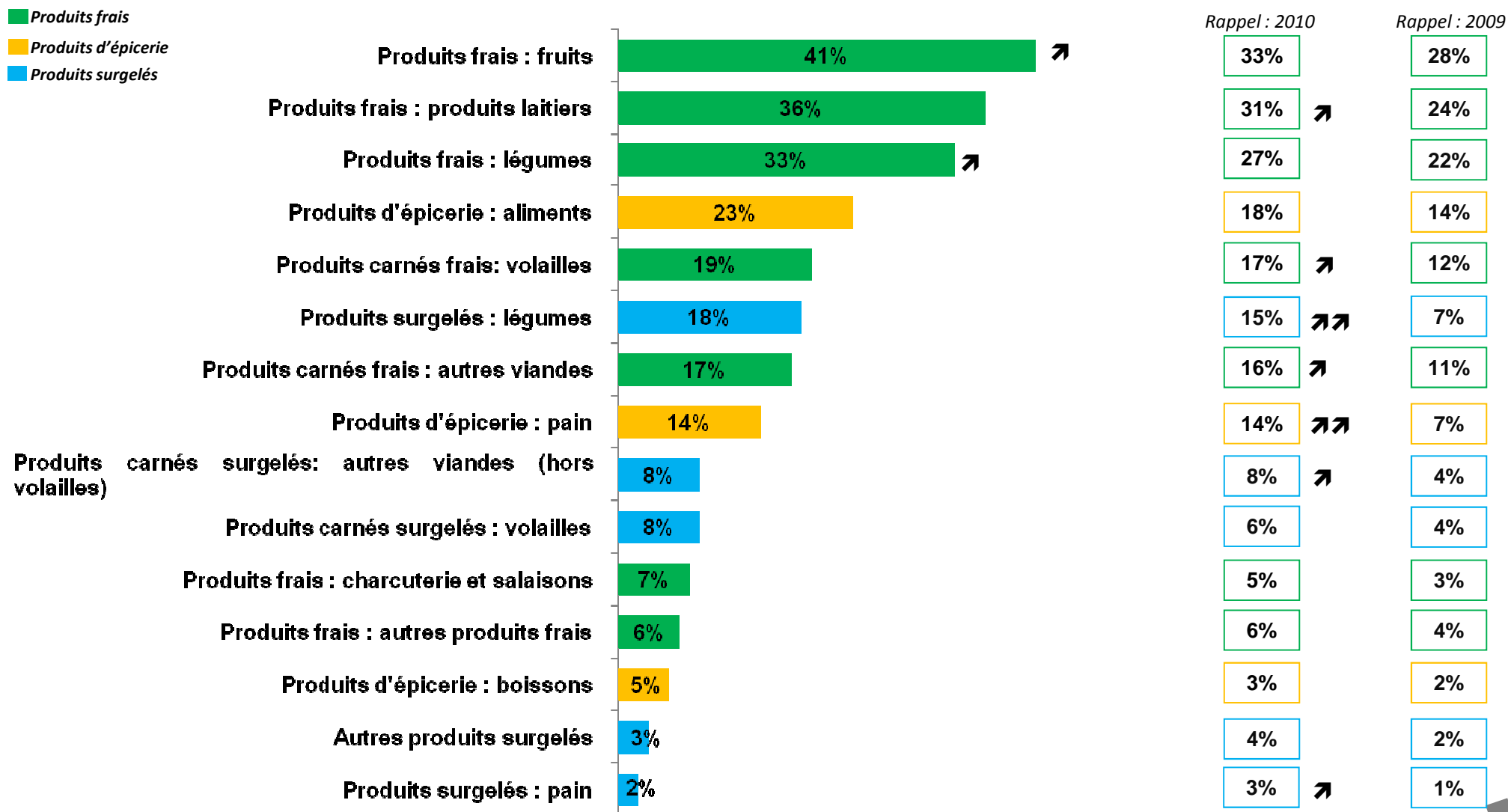


Le marché des produits bio

Pénétration du 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 : 41% des établissements achètent des fruits frais bio.



Base : ensemble (n=405)



Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon les cibles

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

→ Lecture : 52% des établissements publics achètent des « fruits frais » bio

Somme différente de 405 car les « restaurations auprès de diverses collectivités » (n=10) et les « autres » (n=2) ne sont pas présentés

	2011	Statut de l'établissement		Catégorie de l'établissement			Mode de gestion du restaurant	
		Privé	Public	Restauration du travail	Restauration scolaire	Restauration du secteur santé et social	En gestion directe	En gestion concédée
Total brut	405	177	228	131	176	96	262	143
Produits frais : fruits	41%	<u>27%</u>	52%	41%	54%	<u>19%</u>	40%	44%
Produits frais : produits laitiers	36%	<u>20%</u>	47%	35%	52%	<u>7%</u>	37%	33%
Produits frais : légumes	33%	<u>25%</u>	39%	34%	41%	<u>17%</u>	<u>29%</u>	41%
Produits d'épicerie : Aliments	23%	<u>13%</u>	30%	22%	32%	<u>8%</u>	24%	22%
Produits carnés frais : volailles	19%	<u>15%</u>	23%	22%	26%	<u>4%</u>	<u>16%</u>	25%
Produits surgelés : légumes	18%	<u>11%</u>	22%	21%	23%	<u>4%</u>	19%	15%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	17%	<u>10%</u>	22%	16%	24%	<u>5%</u>	17%	16%
Produits d'épicerie : Pain	14%	<u>5%</u>	22%	11%	23%	<u>3%</u>	16%	12%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	5%	10%	12%	8%	<u>1%</u>	6%	10%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	8%	<u>5%</u>	11%	13%	8%	<u>2%</u>	9%	6%
Produits frais : charcuterie et salaisons	7%	6%	8%	9%	9%	<u>2%</u>	6%	8%
Produits frais : Autres produits frais	6%	<u>3%</u>	9%	5%	10%	-	6%	6%
Produits d'épicerie : Boissons	5%	4%	7%	5%	7%	2%	6%	4%
Autres produits surgelés	3%	1%	4%	2%	4%	-	4%	1%
Produits surgelés : pain	2%	2%	3%	4%	2%	-	2%	3%
Aucun	54%	68%	<u>43%</u>	56%	<u>40%</u>	77%	54%	53%



Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon le nombre et prix des repas

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

→ Lecture : 70% des établissements servant moins de 200 repas par jour n'achètent aucun produit bio

	2011	Nombre moyen de repas servis par jour dans le restaurant			Coût matière des denrées au couvert				
		1 à 200 repas par jour	De 201 à 500	Plus de 500 repas par jour	Moins de 2 euros	De 2 à 3 euros	Plus de 3 euros	Ne veut pas répondre	Nsp
Total brut	405	164	116	125	149	141	79	21*	15*
Produits frais : fruits	41%	26%	42%	61%	50%	33%	37%	39%	63%
Produits frais : produits laitiers	36%	16%	36%	61%	45%	31%	29%	29%	38%
Produits frais : légumes	33%	22%	34%	47%	37%	28%	29%	39%	57%
Produits d'épicerie : Aliments	23%	10%	23%	39%	28%	19%	19%	24%	25%
Produits carnés frais : volailles	19%	11%	18%	31%	22%	16%	20%	20%	19%
Produits surgelés : légumes	18%	9%	16%	31%	23%	13%	17%	14%	14%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	17%	8%	12%	34%	21%	15%	17%	10%	13%
Produits d'épicerie : Pain	14%	4%	14%	29%	20%	12%	7%	19%	20%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	4%	6%	14%	7%	8%	9%	5%	-
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	8%	3%	7%	15%	7%	9%	9%	-	7%
Produits frais : charcuterie et salaisons	7%	4%	3%	15%	7%	8%	7%	5%	6%
Produits frais : Autres produits frais	6%	2%	5%	13%	9%	6%	4%	-	6%
Produits d'épicerie : Boissons	5%	1%	4%	12%	5%	7%	7%	-	-
Autres produits surgelés	3%	1%	2%	5%	3%	3%	1%	-	-
Produits surgelés : pain	2%	1%	3%	4%	3%	2%	2%	-	-
Aucun	54%	70%	53%	33%	44%	62%	61%	56%	37%

* Base faible (n<40)



Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon la zone géographique

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

→ Lecture : 23% des établissements du Sud-Est achètent du pain biologique

	2011	Zone Géographique				
		IDF	NORD-EST	NORD-OUEST	SUD-EST	SUD-OUEST
Total brut	405	80	90	86	86	63
Produits frais : fruits	41%	46%	32%	47%	40%	41%
Produits frais : produits laitiers	36%	43%	<u>27%</u>	42%	34%	33%
Produits frais : légumes	33%	35%	<u>20%</u>	42%	34%	36%
Produits d'épicerie : Aliments	23%	25%	<u>15%</u>	28%	27%	19%
Produits carnés frais : volailles	19%	26%	<u>11%</u>	17%	22%	22%
Produits surgelés : légumes	18%	21%	15%	12%	22%	19%
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	17%	24%	<u>10%</u>	14%	17%	22%
Produits d'épicerie : Pain	14%	12%	<u>4%</u>	17%	23%	17%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	10%	8%	5%	9%	6%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	8%	7%	8%	6%	12%	6%
Produits frais : charcuterie et salaisons	7%	7%	7%	7%	5%	11%
Produits frais : Autres produits frais	6%	7%	3%	6%	12%	2%
Produits d'épicerie : Boissons	5%	3%	2%	6%	12%	3%
Autres produits surgelés	3%	1%	1%	2%	5%	3%
Produits surgelés : pain	2%	4%	1%	3%	2%	-
Aucun	54%	52%	63%	47%	57%	48%



Le marché des produits bio

Pénétration du bio par famille selon la zone géographique

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 établissements du secteur social n'achètent aucun produit bio

	2011	Fichier (Importation)						Mode de gestion (Importation)	
		Travail	Enseignement	Santé	Social	Divers Coll	Santé/Social	Autogestion	Concession
Total brut	405	117	183	28*	71	6*	99	244	157
Produits frais : fruits	41%	36%	57%	18%	<u>17%</u>	49%	<u>17%</u>	43%	38%
Produits frais : produits laitiers	36%	30%	55%	4%	<u>7%</u>	49%	<u>6%</u>	38%	31%
Produits frais : légumes	33%	32%	44%	18%	<u>14%</u>	26%	<u>15%</u>	33%	33%
Produits d'épicerie : Aliments	23%	17%	35%	7%	<u>7%</u>	45%	<u>7%</u>	26%	18%
Produits camés frais : volailles	19%	20%	27%	7%	<u>3%</u>	26%	<u>4%</u>	18%	20%
Produits surgelés : légumes	18%	17%	26%	7%	<u>1%</u>	27%	<u>3%</u>	18%	17%
Produits camés frais : autres viandes (hors volailles)	17%	12%	27%	-	<u>6%</u>	49%	<u>4%</u>	18%	14%
Produits d'épicerie : Pain	14%	<u>5%</u>	27%	-	<u>3%</u>	22%	<u>2%</u>	16%	11%
Produits camés surgelés : volailles	8%	9%	10%	4%	-	23%	<u>1%</u>	6%	10%
Produits camés surgelés : autres viandes (hors volailles)	8%	8%	11%	4%	<u>1%</u>	23%	<u>2%</u>	8%	7%
Produits frais : charcuterie et salaisons	7%	8%	9%	4%	<u>1%</u>	45%	<u>2%</u>	7%	6%
Produits frais : Autres produits frais	6%	6%	10%	-	-	-	-	6%	6%
Produits d'épicerie : Boissons	5%	3%	9%	4%	-	-	<u>1%</u>	7%	4%
Autres produits surgelés	3%	1%	5%	-	-	-	-	3%	1%
Produits surgelés : pain	2%	3%	3%	-	-	-	-	2%	3%
Aucun	54%	60%	<u>37%</u>	75%	80%	51%	79%	51%	58%

* Base faible (n<40)



Focus sur l'achat de produits biologiques parmi les acheteurs bio



Focus sur les acheteurs de produits bio

Principaux enseignements

Comme lors des précédentes mesures, 3 familles de produits bio sont particulièrement bien implantées dans les restaurants collectifs: les fruits frais (89% des établissements ayant introduit du bio), les produits laitiers (77%) et les légumes frais (71%). C'est au sein de ces familles que l'on trouve les produits les mieux introduits, dont les deux éléments phares sont:

- Les pommes, qui sont proposées dans plus de 8 restaurants collectifs sur 10 ayant introduit du bio (où les pommes bio représentent en moyenne 17% de leur montant total d'achat de pommes)
- Les yaourts, qui sont proposés dans les $\frac{3}{4}$ des restaurants collectifs (où les yaourts bio représentent moyenne 14% de leur montant total d'achat de yaourts)

Notons que les carottes, les poires, les tomates, sont présentes dans plus de la moitié des établissements de restauration introduisant du bio.

Il est intéressant de préciser que les produits surgelés connaissent toujours une certaine difficulté à s'implanter dans les menus.

Les établissements ayant introduit du bio estiment à 82% la part de leurs achats de produits bio d'origine française et à 1/3 la part des produits d'origine régionale.

Même si les produits bio s'implantent de plus en plus dans les établissements de restauration, ils conservent encore une part relativement faible dans les achats par rapport aux produits conventionnels. Au global, les produits bio représentent 11% des achats totaux contre 10% en 2010 et 5% en 2009.

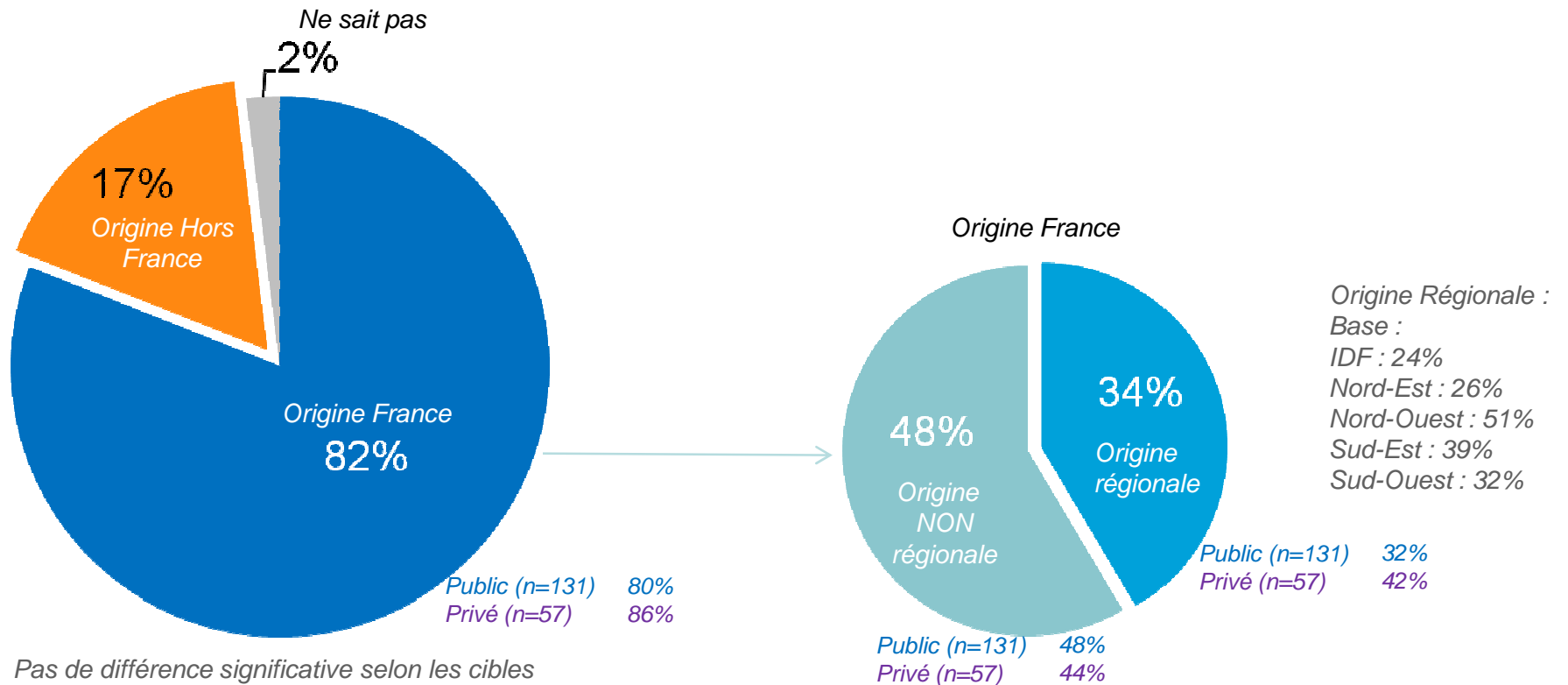
On notera toutefois quelques exceptions positives comme les boissons, le pain et les produits frais divers qui représentent presque 20% des achats de leur famille respective de produits.

In fine, l'achat de produits bio a été estimé à 130 millions d'euros pour l'année 2010, soit 1,8% des achats de la restauration collective.

Q2C. (si Q0=1) En 2010, à combien estimez-vous la part, c'est à dire le pourcentage, de vos achats de produits bio ...

Nouvelle question

→ **Lecture : 34% des produits bio achetés sont d'origine régionale**





Les acheteurs de produits bio par famille

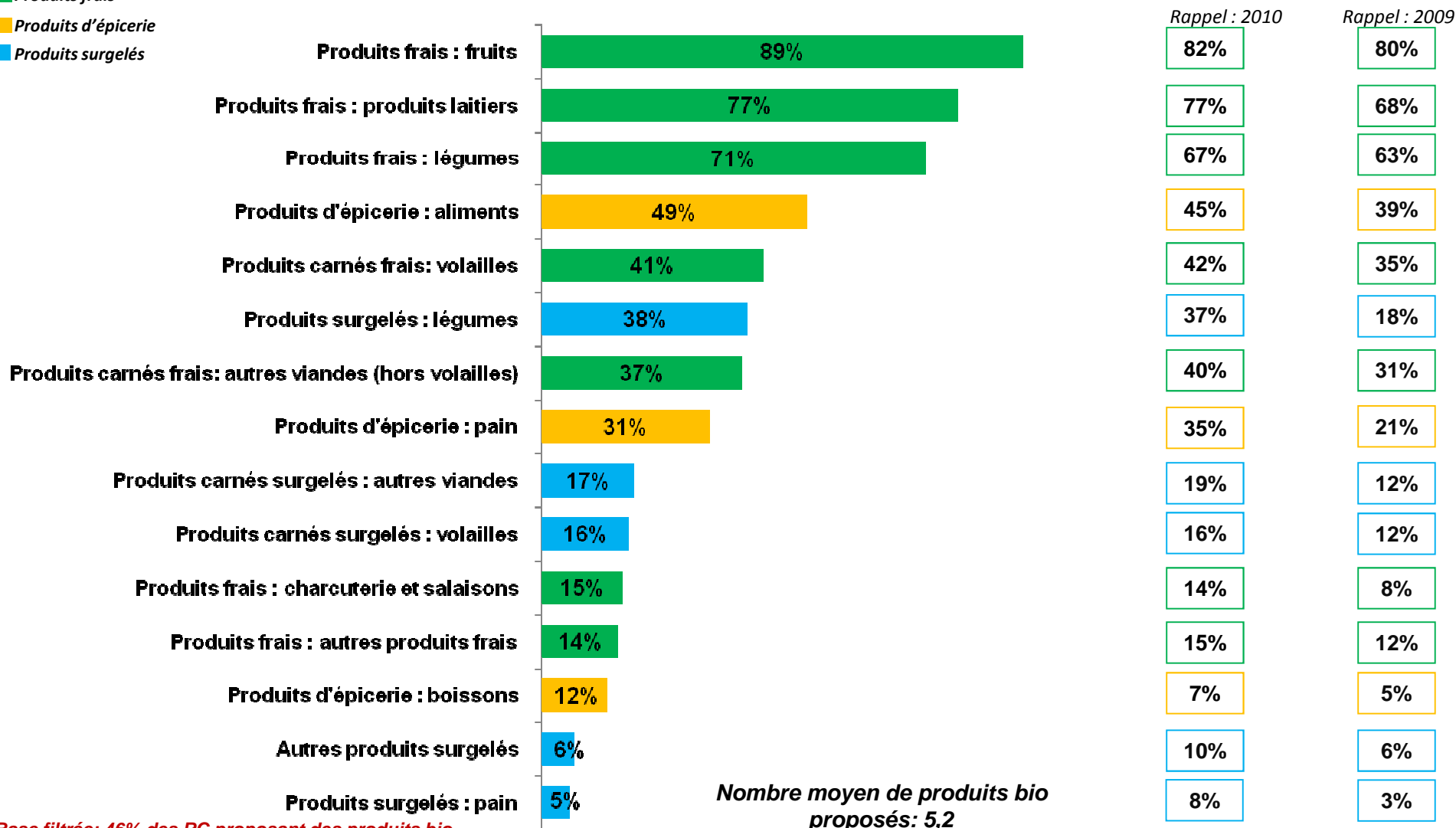
Q1. Pour chacune des catégories de produit suivantes, dites-moi si vous achetez au moins une partie de ces produits en agriculture biologique ?

→ Lecture : 89% des établissements proposant du bio achètent des fruits frais bio.

■ Produits frais

■ Produits d'épicerie

■ Produits surgelés



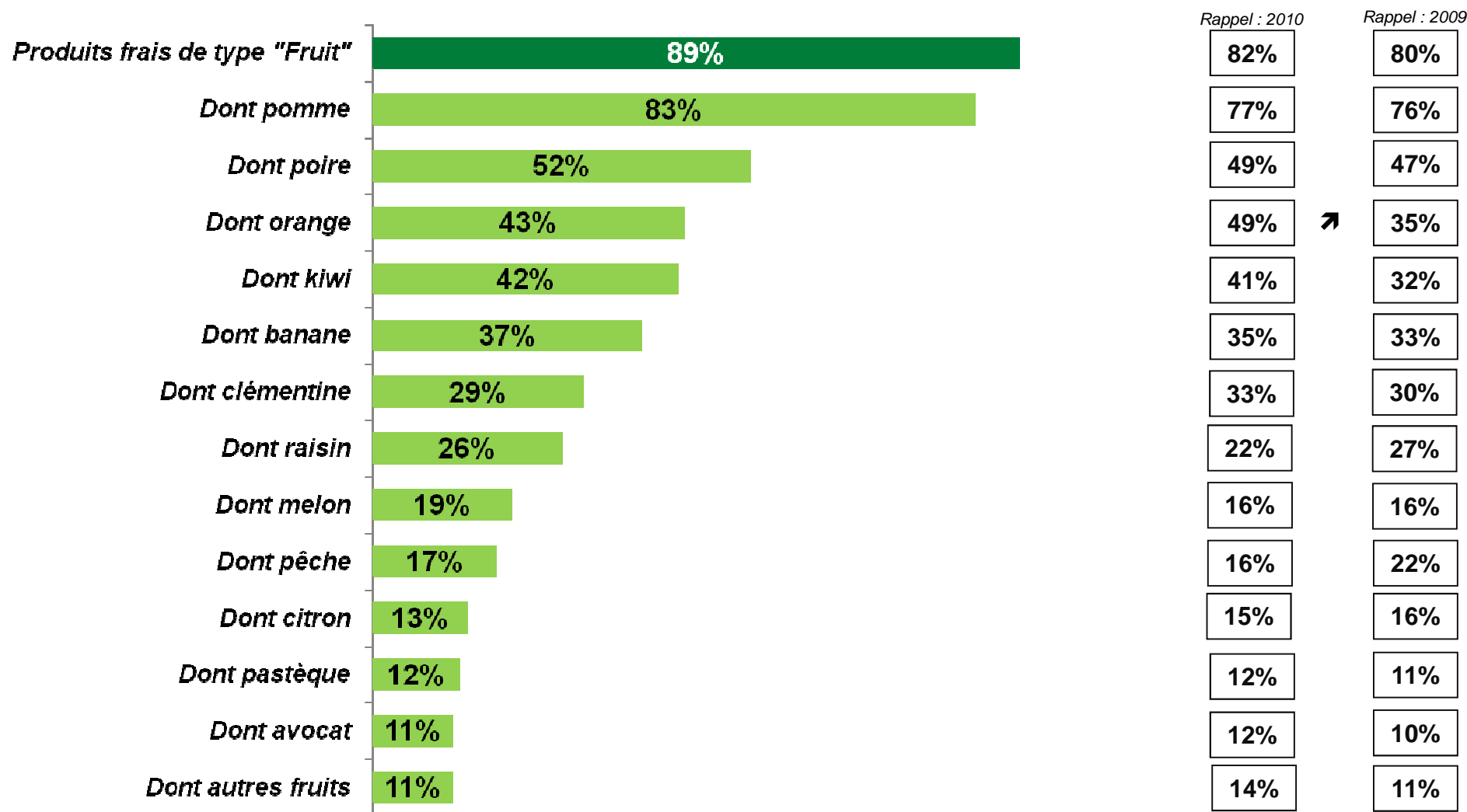
Nombre moyen de produits bio proposés: 5,2

Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)

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

→ Lecture : 83% des établissements proposant du bio achètent des pommes bio.

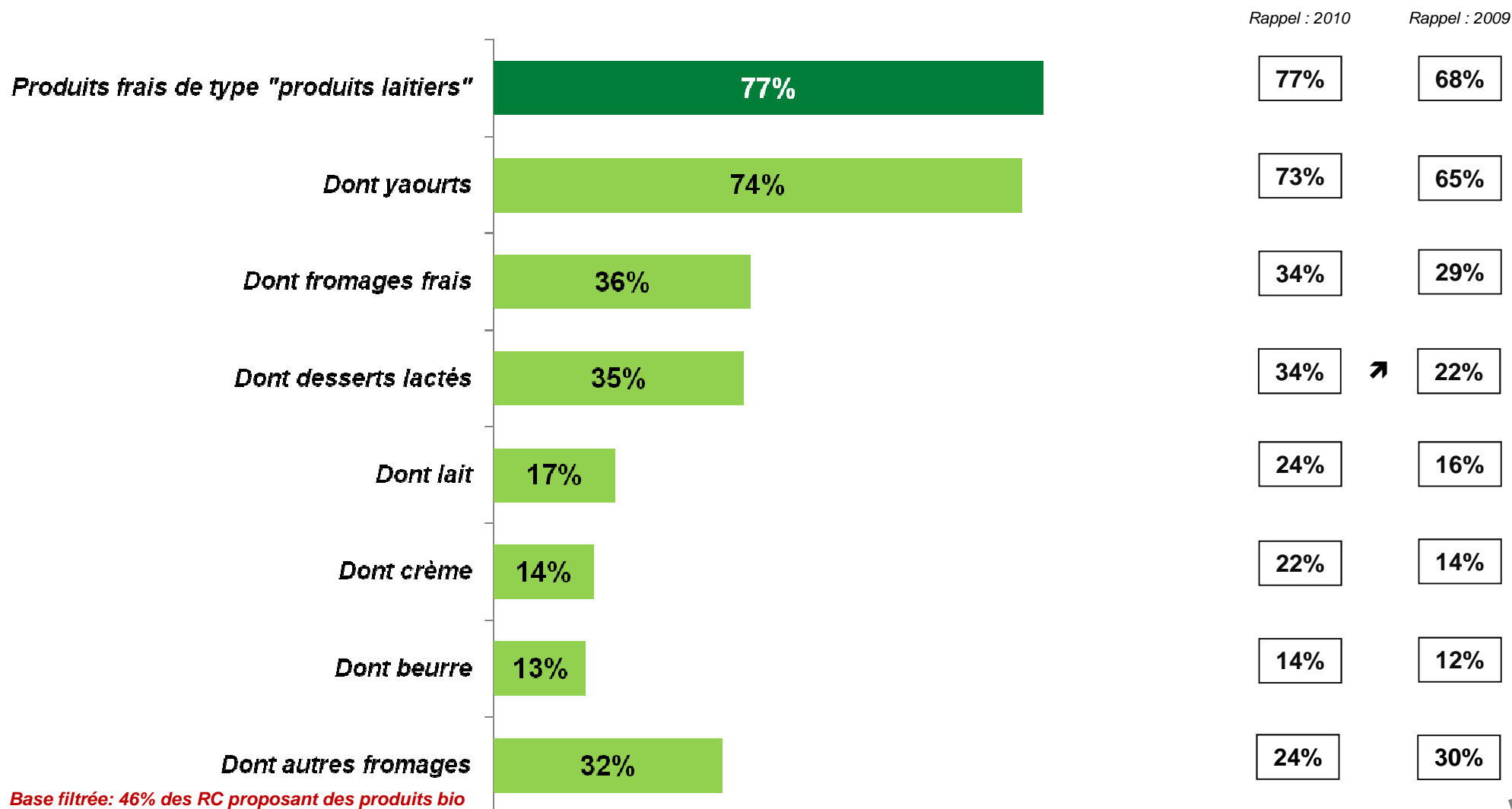


Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)

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

→ Lecture : 74% des établissements proposant du bio achètent des yaourts bio



Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)

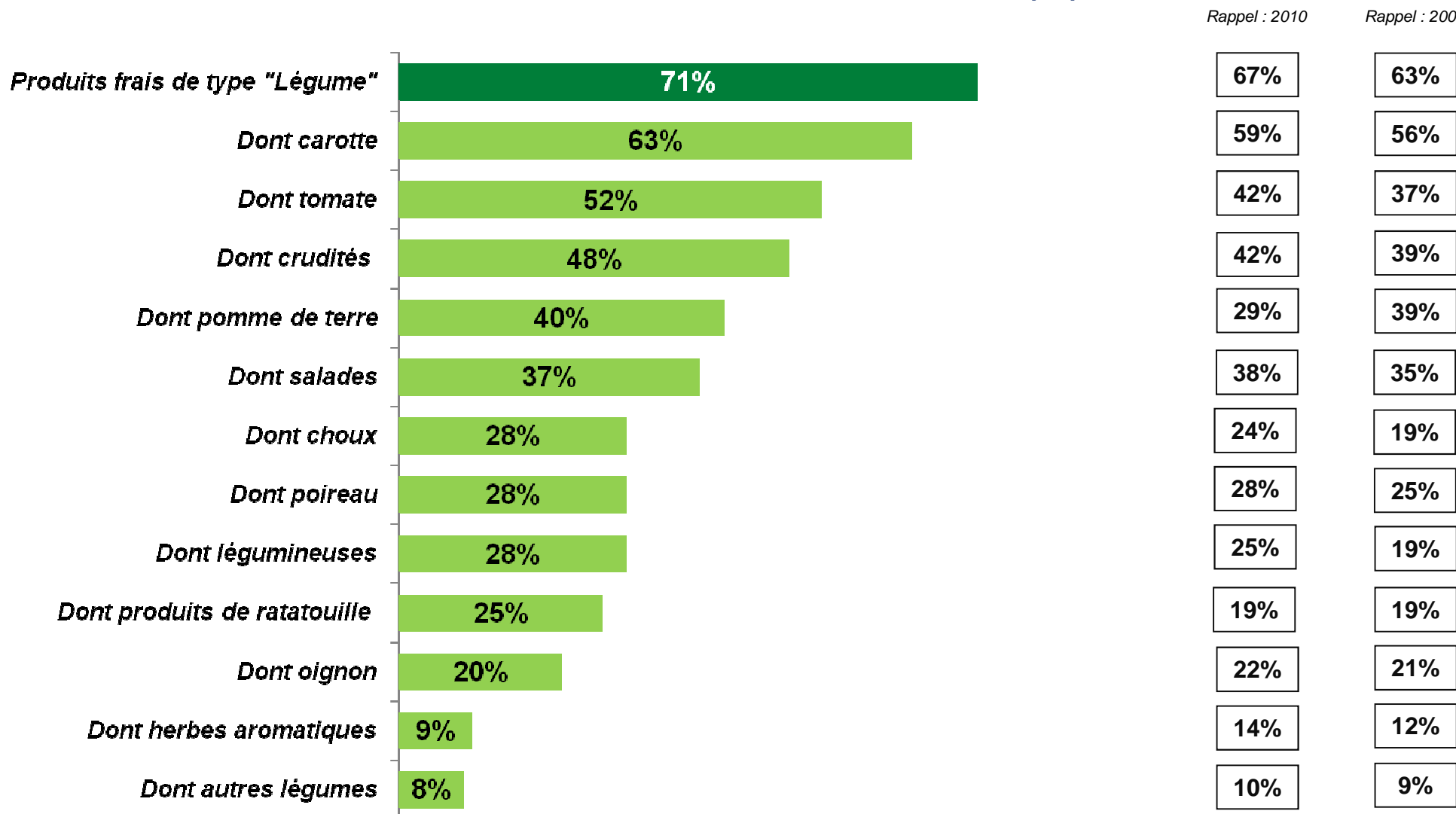


Détails des produits par famille

Produits frais: 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 : 63% des établissements proposant du bio achètent des carottes bio

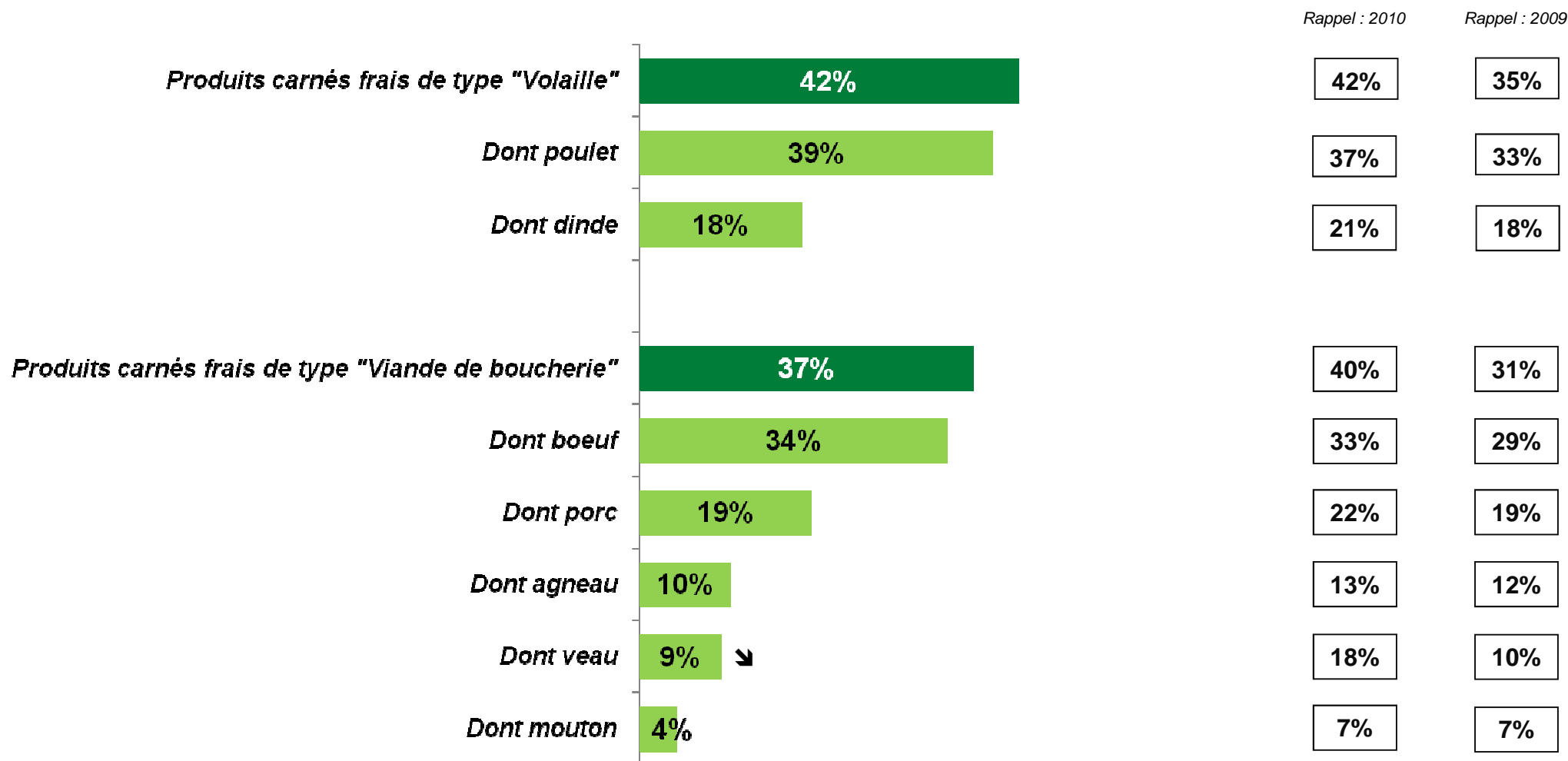


Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)

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

→ Lecture : 39% des établissements proposant du bio achètent du poulet bio



Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

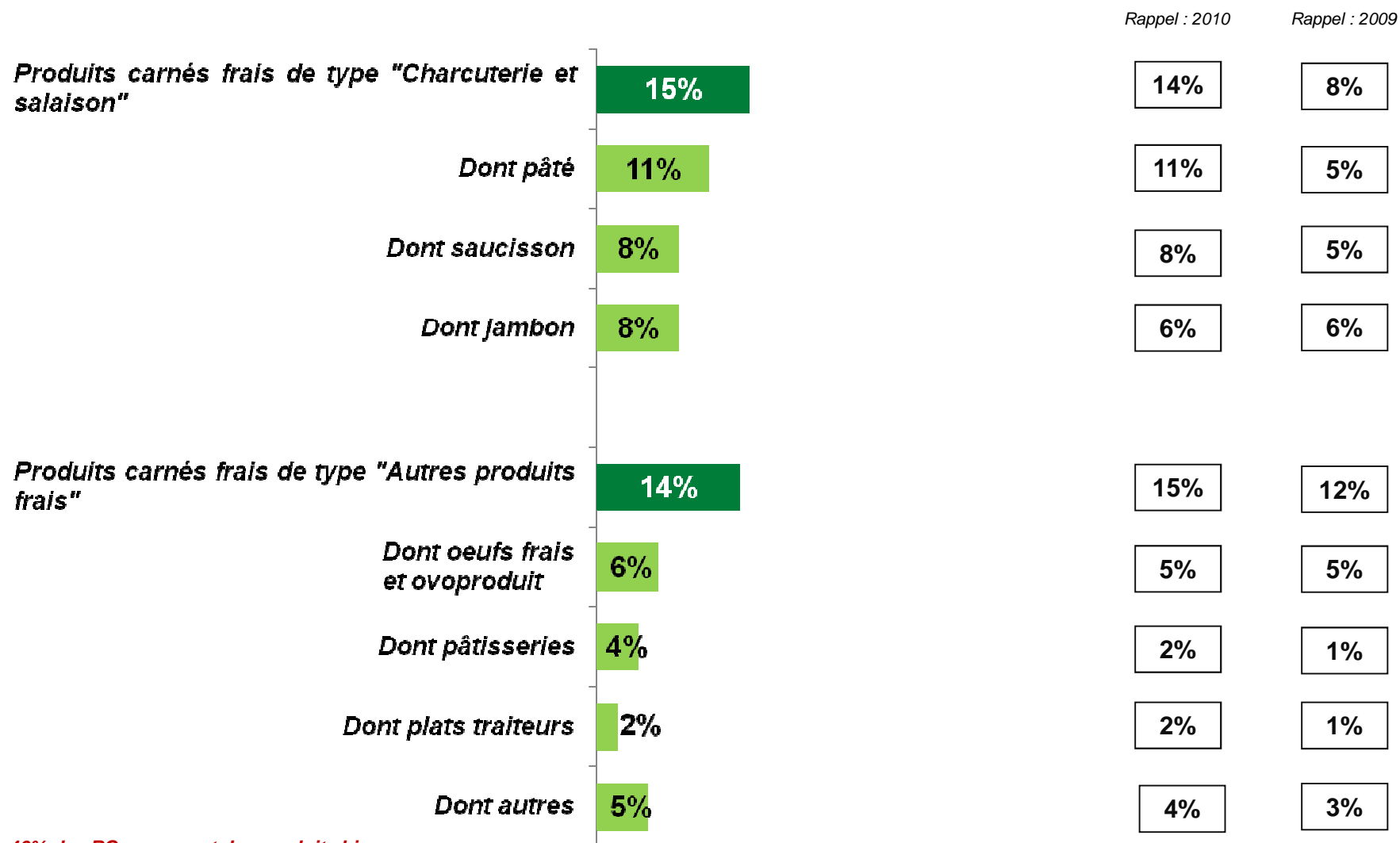
Base propose des produits bio (n=188)



Produits carnés frais 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 : 6% des établissements proposant du bio achètent des œufs ou ovo-produits**



Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)

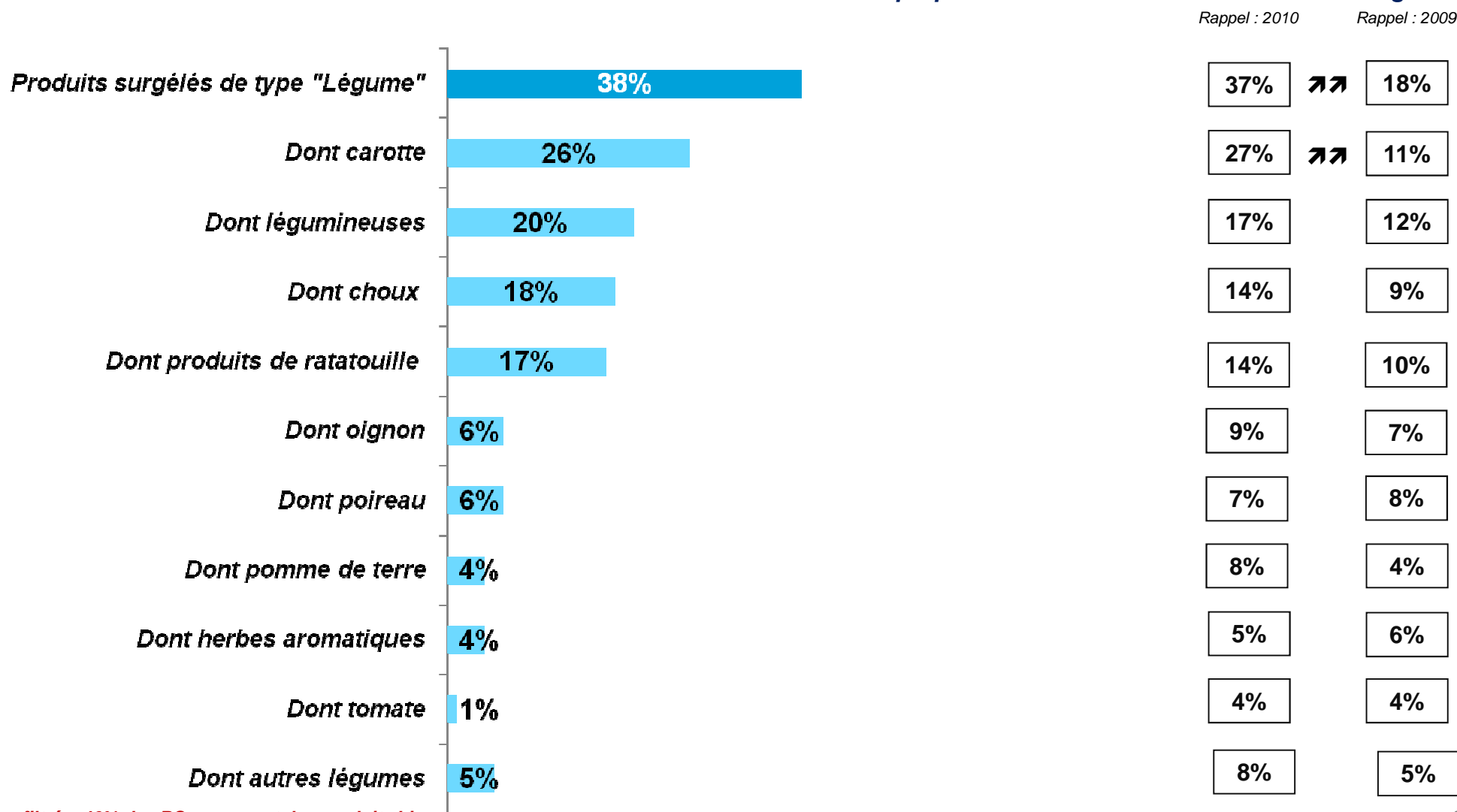


Détails des produits par famille

Produits surgelés : 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 : 26% des établissements proposant du bio achètent des carottes surgelées bio

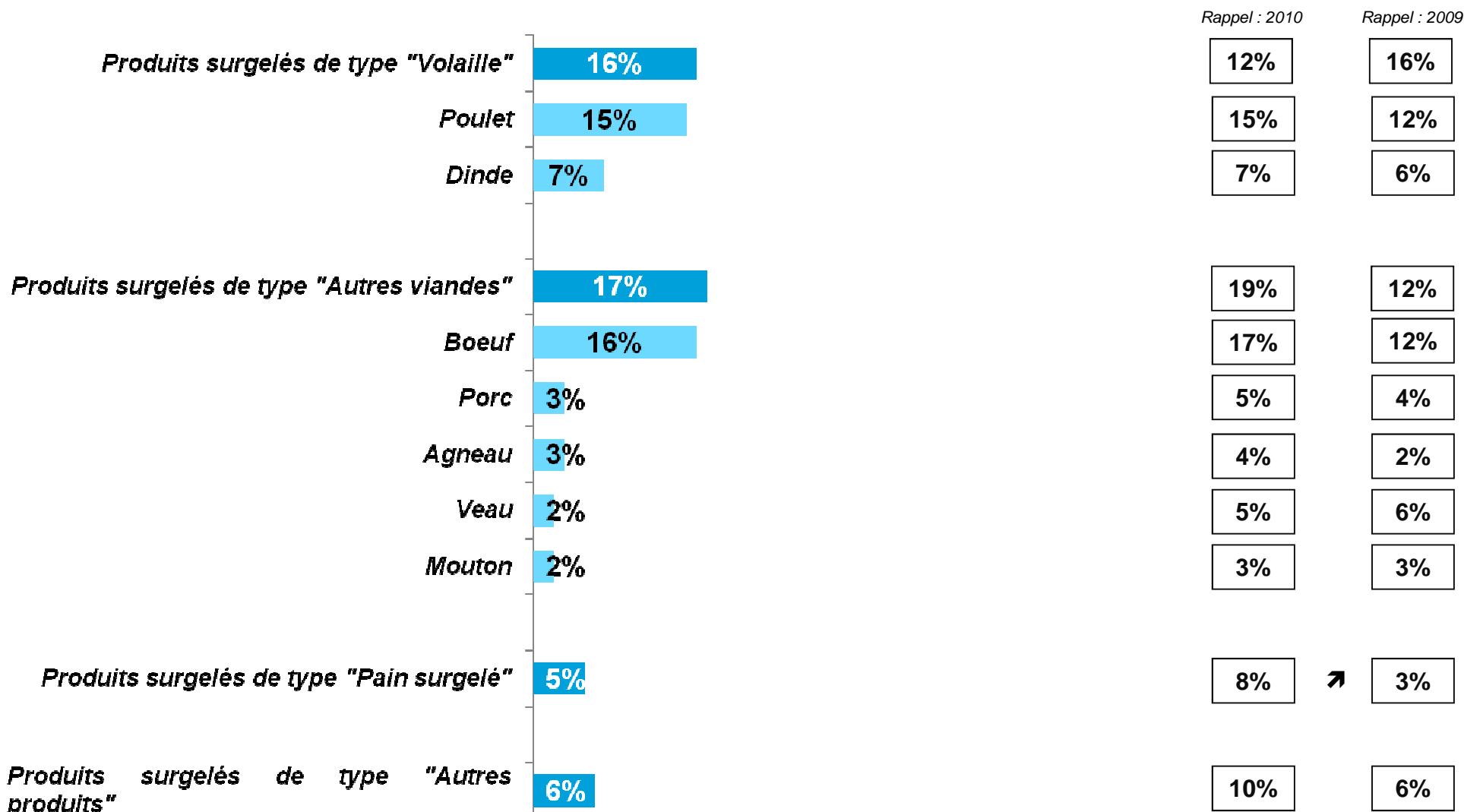


Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)

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

→ Lecture : 15% des établissements proposant du bio achètent du poulet surgelé bio



Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)

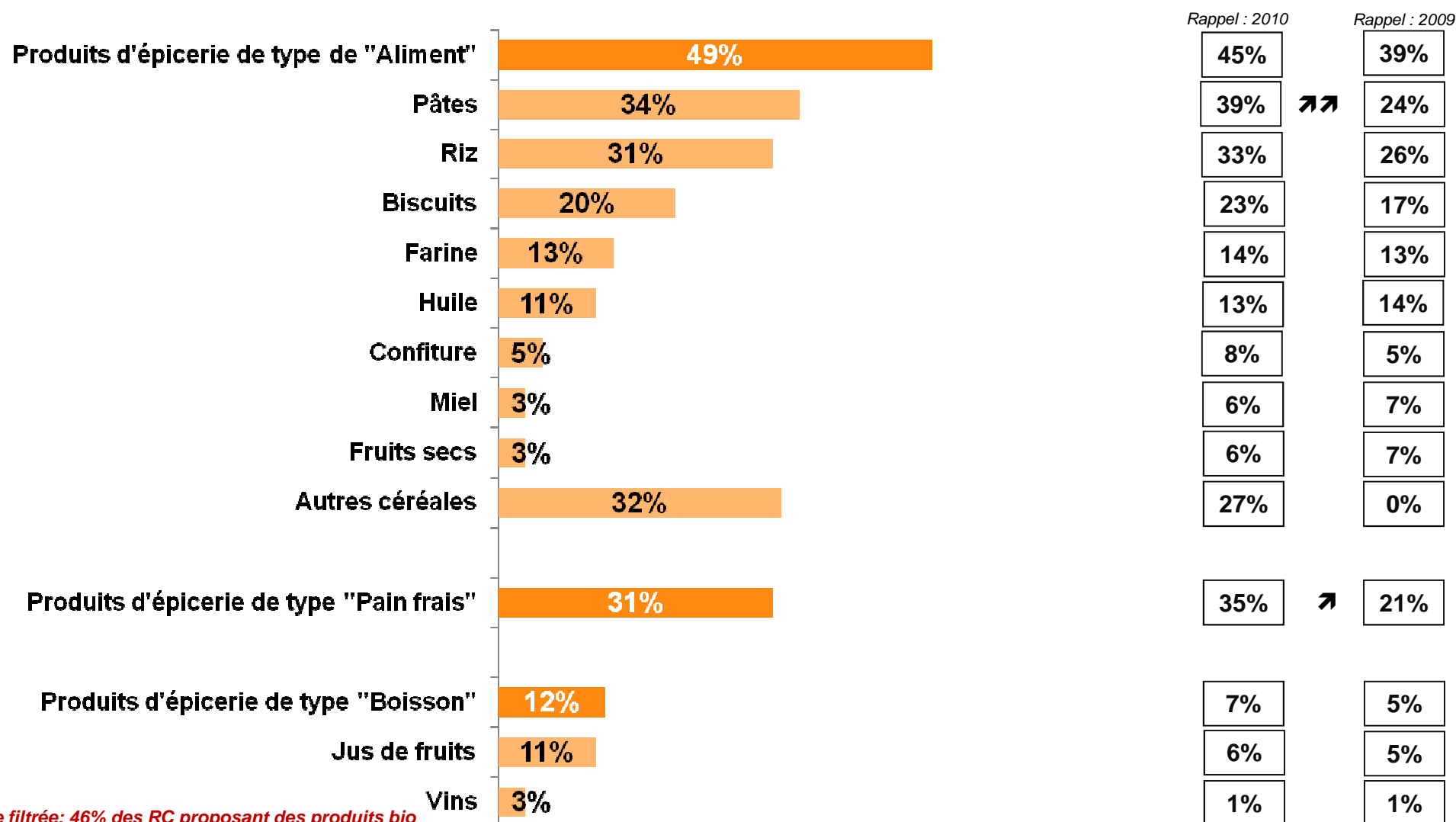


Détails des produits par famille

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 ?

→ Lecture : 34% des établissements proposant du bio achètent des pâtes bio



Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)



La part des produits bio dans le montant des achats

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 (HT) ?

Q2B. (si Q0=1) Quelle est la part (le pourcentage) sur l'ensemble de l'année (2010) des produits biologiques dans le montant total des achats Hors Taxes de produits alimentaires ?

Q2C1bis. Sur l'ensemble de l'année (2010), quelle a été la part en valeur (le pourcentage) des pommes issues de l'agriculture biologique dans le montant total de vos achats de pommes (HT)?

Q2C1bis. Sur l'ensemble de l'année (2010), quelle a été la part en valeur (le pourcentage) des yaourts issus de l'agriculture biologique dans le montant total de vos achats de yaourts (HT)?

➔ **Lecture: au global, les produits bio représentent 11% du montant total des achats en 2011**

	Vague 1	Vague 2	Vague 3	
	2009	2010	2011	
<i>Total brut - acheteurs de la catégorie de produit</i>				
Produits carnés frais : volailles	7%	14%	10%	base 2011 : 79
Produits carnés frais : autres viandes (hors volailles)	9%	8%	12%	base 2011 : 70
Produits frais : charcuterie et salaisons	2%	24%	16%	base 2011 : 29 *
Produits frais : fruits	7%	14%	14%	base 2011 : 167
<i>dont pommes</i>			17%	base 2011 : 156
Produits frais : légumes	9%	15%	14%	base 2011 : 134
Produits frais : produits laitiers	7%	12%	12%	base 2011 : 146
<i>dont yaourts</i>			14%	base 2011 : 141
Produits frais : Autres produits frais	3%	4%	19%	base 2011 : 26 *
Produits carnés surgelés : volailles	5%	10%	12%	base 2011 : 31 *
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors volailles)	4%	6%	15%	base 2011 : 32 *
Produits surgelés : légumes	8%	10%	13%	base 2011 : 72
Produits surgelés : pain	10%	16%	9%	base 2011 : 9 *
Autres produits surgelés	2%	4%	4%	base 2011 : 11 *
Produits d'épicerie : Aliments	6%	9%	11%	base 2011 : 93
Produits d'épicerie : Boissons	6%	3%	18%	base 2011 : 22 *
Produits d'épicerie : Pain	17%	21%	19%	base 2011 : 59
Part globale de l'ensemble des produits bio dans le montant total des achats	5%	10%	11%	base 2011 : 188

Public (n=131) 11%
Privé (n=57) 10%

Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

Base propose des produits bio (n=188)

*Base faible (n<40)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691– avril 2011

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 ?

➔ **Lecture: pour les établissements proposant du bio, le pain bio représente en moyenne 19% du montant total des achats de pain**

2011	Total	Produits carnés frais : volailles	Produits carnés frais : autres viandes	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	188	79	70	29*	167	134	146	26*
% d'acheteurs (sur l'ensemble)	46%	19%	17%	7%	41%	33%	36%	6%
Part moyenne dans le montant total des achats de cette famille de produits	11%	10%	12%	16%	14%	14%	12%	19%
1 à 5 %	41%	51%	45%	38%	43%	41%	37%	31%
Plus de 5 à 10 %	19%	15%	10%	14%	12%	14%	21%	19%
Plus de 10 à 19 %	7%	3%	3%	3%	3%	4%	4%	-
Plus de 20%	15%	14%	16%	21%	19%	21%	16%	11%
Dont 100%	-	3%	3%	4%	2%	2%	2%	8%
Ne sait pas	18%	18%	26%	25%	22%	20%	22%	39%

2011	Produits carnés surgelés : volailles	Produits carnés surgelés : autres viandes	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	31*	32*	72	9*	11*	93	22*	59
% d'acheteurs (sur l'ensemble)	8%	8%	18%	2%	3%	23%	5%	14%
Part moyenne dans le montant total des achats de cette famille de produits	12%	15%	13%	9%	4%	11%	18%	19%
1 à 5 %	55%	50%	41%	56%	46%	52%	60%	36%
Plus de 5 à 10 %	6%	6%	11%	21%	-	11%	-	14%
Plus de 10 à 19 %	6%	-	4%	-	-	3%	-	2%
Plus de 20%	18%	15%	15%	11%	9%	14%	22%	20%
Dont 100%	3%	6%	3%	-	-	3%	9%	7%
Ne sait pas	15%	29%	29%	11%	45%	21%	18%	29%

Base filtrée: 46% des RC proposant des produits bio

*Base faible (n<40)

Base propose des produits bio (n=188)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691– avril 2011

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 ?

Produits frais	Viandes et volailles (en cumul)	Charcuterie	Fruits et légumes (en cumul)	Produits laitiers	Autres produits frais
Achat en M€ de la famille (source 2008 - Gira)	650	250	400	650	640
% acheteurs bio	46%	46%	46%	46%	46%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio	41%	15%	89%	77%	14%
soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	19%	7%	41%	36%	6%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	123	18	165	232	40
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	11%	16%	14%	12%	19%
Achat bio de la famille (en M€)	13,6	2,9	23,0	27,6	7,6

Produits surgelés	Viandes et volailles (en cumul)	Légumes	Crèmes glacées et autres produits surgelés (hors pain)
Achat en M€ de la famille (source 2008 - Gira)	500	250	1100
% acheteurs bio	46%	46%	46%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio	17%	38%	6%
soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	8%	18%	3%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	40	44	28
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	13%	13%	4%
Achat bio de la famille (en M€)	5,4	5,5	1,2

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 ?

Epicerie	Aliments	Boissons
Achat en M€ de la famille (source 2008 - Gira)	1550	550
% acheteurs bio	46%	46%
% acheteurs bio famille parmi les acheteurs bio	49%	12%
soit % acheteurs bio de la famille sur ensemble restauration	23%	5%
Achat en M€ de la famille parmi les acheteurs bio de la famille	354	30
% achat bio de la famille sur les achats de la famille	11%	18%
Achat bio de la famille (en M€)	38,5	5,2

Total	
Achat alimentaires des collectivités en M€	7 000
% acheteurs bio	46%
Achat bio (en M€)	130,6



II. Acheteurs de produits biologiques

Le bilan



Bilan des acheteurs de produits biologiques : à retenir

Plus de la moitié des établissements de restauration ayant introduit du bio proposent des menus ou des plats incluant des produits bio au moins une fois par mois. Ils sont même 37% à en proposer au moins une fois par semaine et 10% tous les jours. En revanche, les plats entièrement bio et les menus entièrement bio sont quant à eux moins souvent proposés (respectivement proposé au moins une fois par mois dans 35% et 15% des cas).

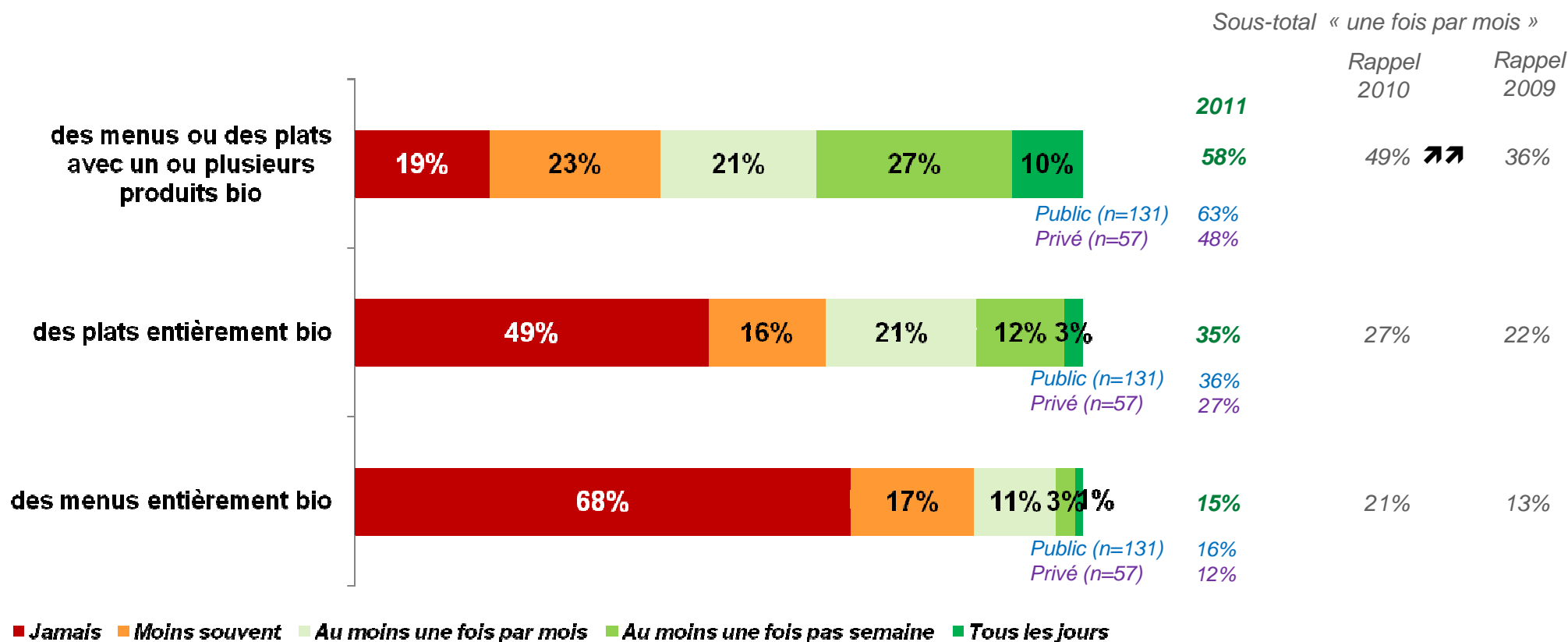
Comme en 2010, 9 établissements sur 10 font état d'un surcoût lié à l'introduction du bio :

- *Ce surcoût est particulièrement ressenti pour les plats et les menus entièrement bio, même si de façon générale, quel que soit l'élément concerné, les surcoûts se situent entre 25% et 31%.*
- *Comme l'année précédente, le surcoût lié à l'introduction des produits bio est supporté de différentes manières : lissé sur l'ensemble des repas, prise en charge par le donneur d'ordre ou l'ensemble des convives.*
- *Cependant, dans les 2/3 des cas les établissements de restauration ont cherché à limiter ce surcoût, notamment en mettant en concurrence les fournisseurs (75%), en limitant le gaspillage (75%) ou en groupant les achats (60%) (taux stables par rapport à la précédente édition).
Pour 58% des restaurants collectifs ayant cherché à limiter les surcoûts engendrés par l'introduction des produits bio, ces actions n'ont cependant eut que des conséquences limitées.*

Globalement, on peut constater un apport positif du bio dans les établissements de restauration collective. Ainsi, ces derniers considèrent majoritairement que l'introduction de produits biologiques a eu un impact positif à la fois sur le personnel (66%) et sur les convives (64%). Des chiffres qui sont stables par rapport à l'an dernier (respectivement 65% et 68%).

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

→ **Lecture: 15% des établissements de restauration collective achetant du bio proposent des menus entièrement bio au moins une fois par mois**



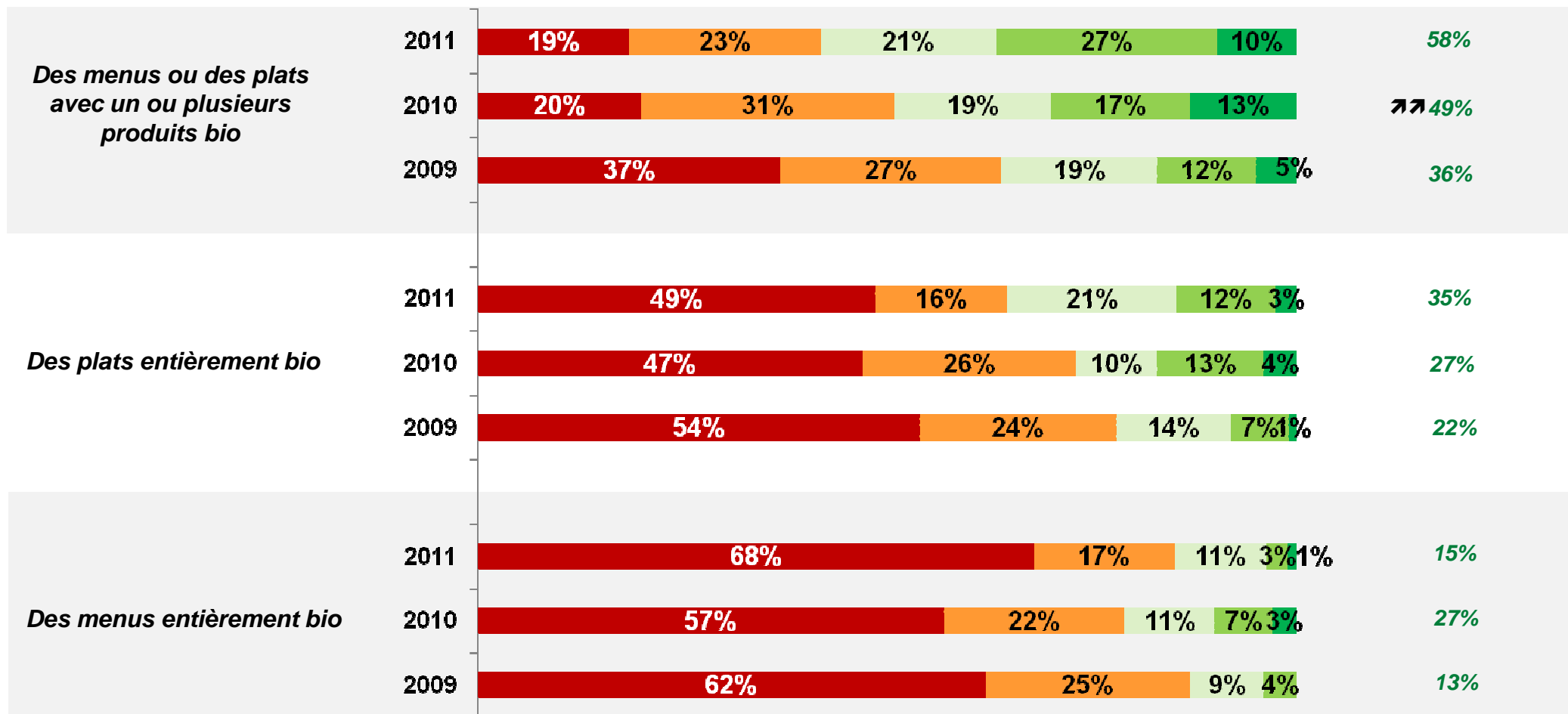


Acheteurs de produits biologiques

Modes d'introduction et fréquences proposés

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

Sous-total
« une fois par mois »



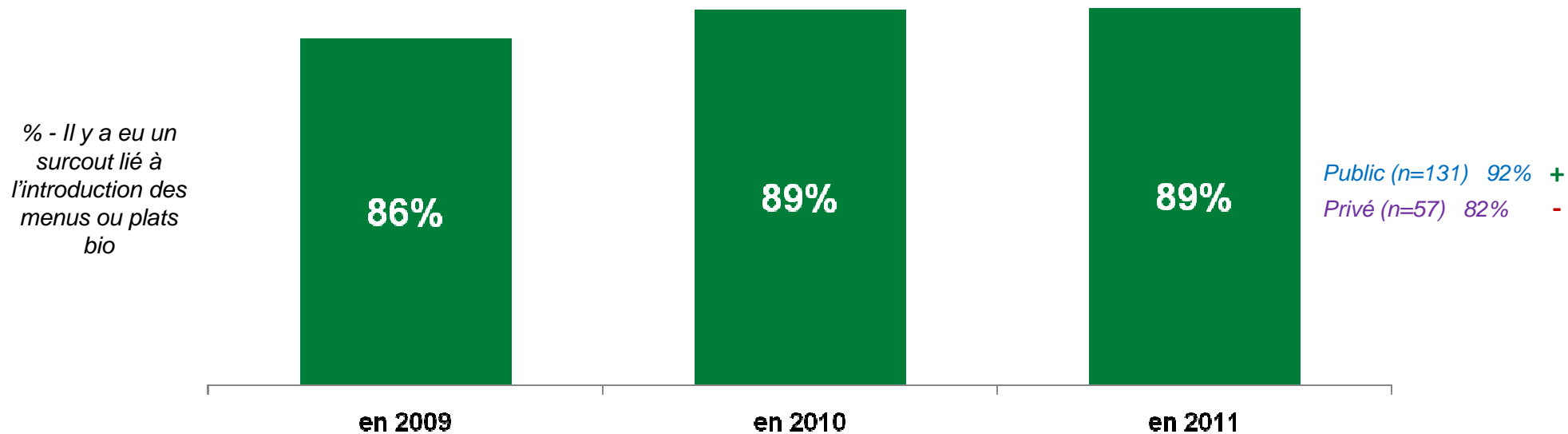
■ Jamais ■ Moins souvent ■ Au moins une fois par mois ■ Au moins une fois pas semaine ■ Tous les jours

Base propose des produits bio (n=188)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011

Q12b. Y a-t-il un surcoût des menus ou des plats liés à l'introduction des produits bio ?

➔ **Lecture: 89% des établissements proposant des bio estiment que leur introduction a provoqué un surcoût des menus ou des plats**



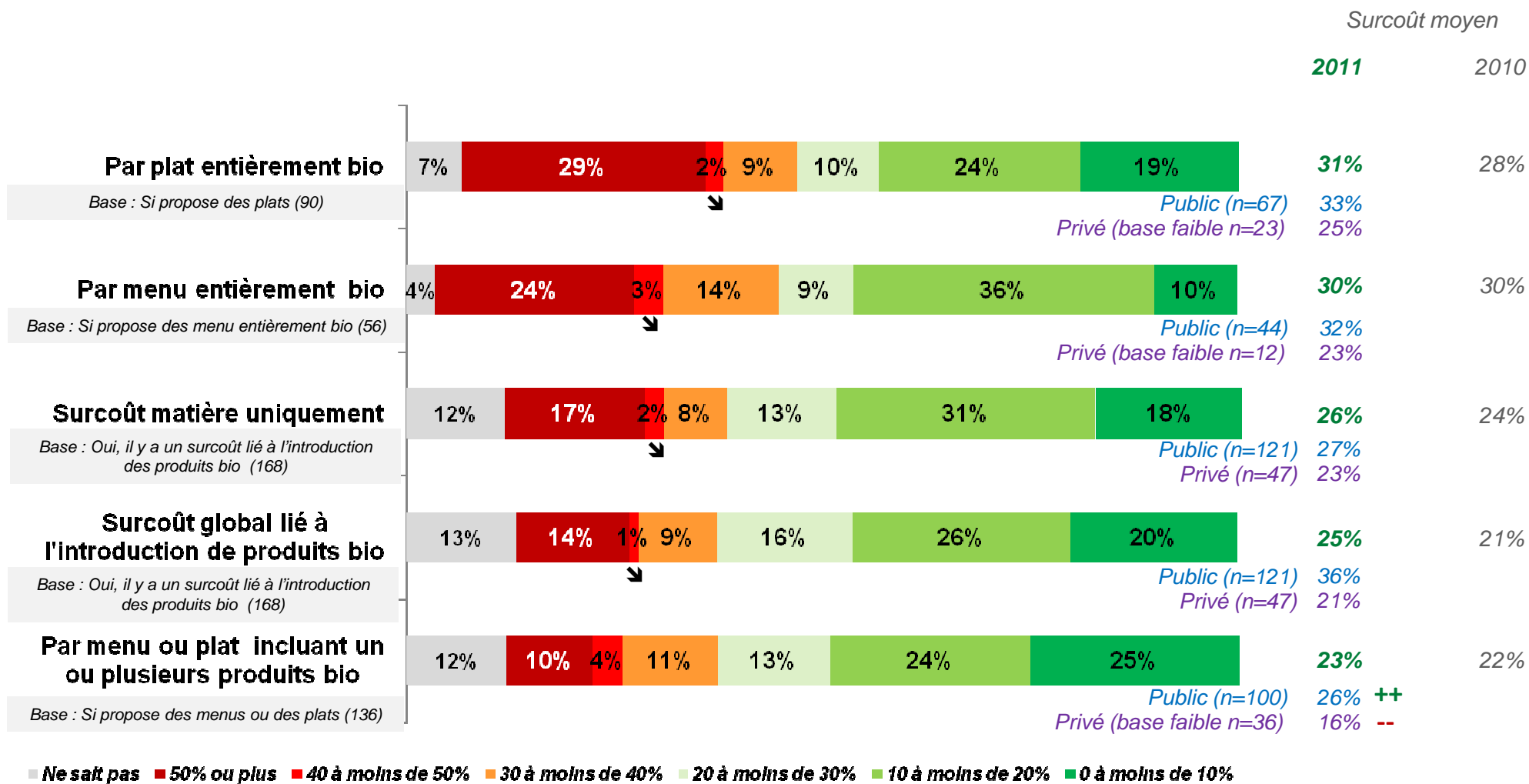


Le surcoût lié à l'introduction du bio

Les surcoût moyen par type de menus ou plats

Q12c. Pour chacun des éléments suivants, à combien estimez-vous ce surcoût ?

➔ **Lecture: 46% des établissements ont un surcoût global inférieur à 20%**



■ Ne sait pas ■ 50% ou plus ■ 40 à moins de 50% ■ 30 à moins de 40% ■ 20 à moins de 30% ■ 10 à moins de 20% ■ 0 à moins de 10%

Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=168)



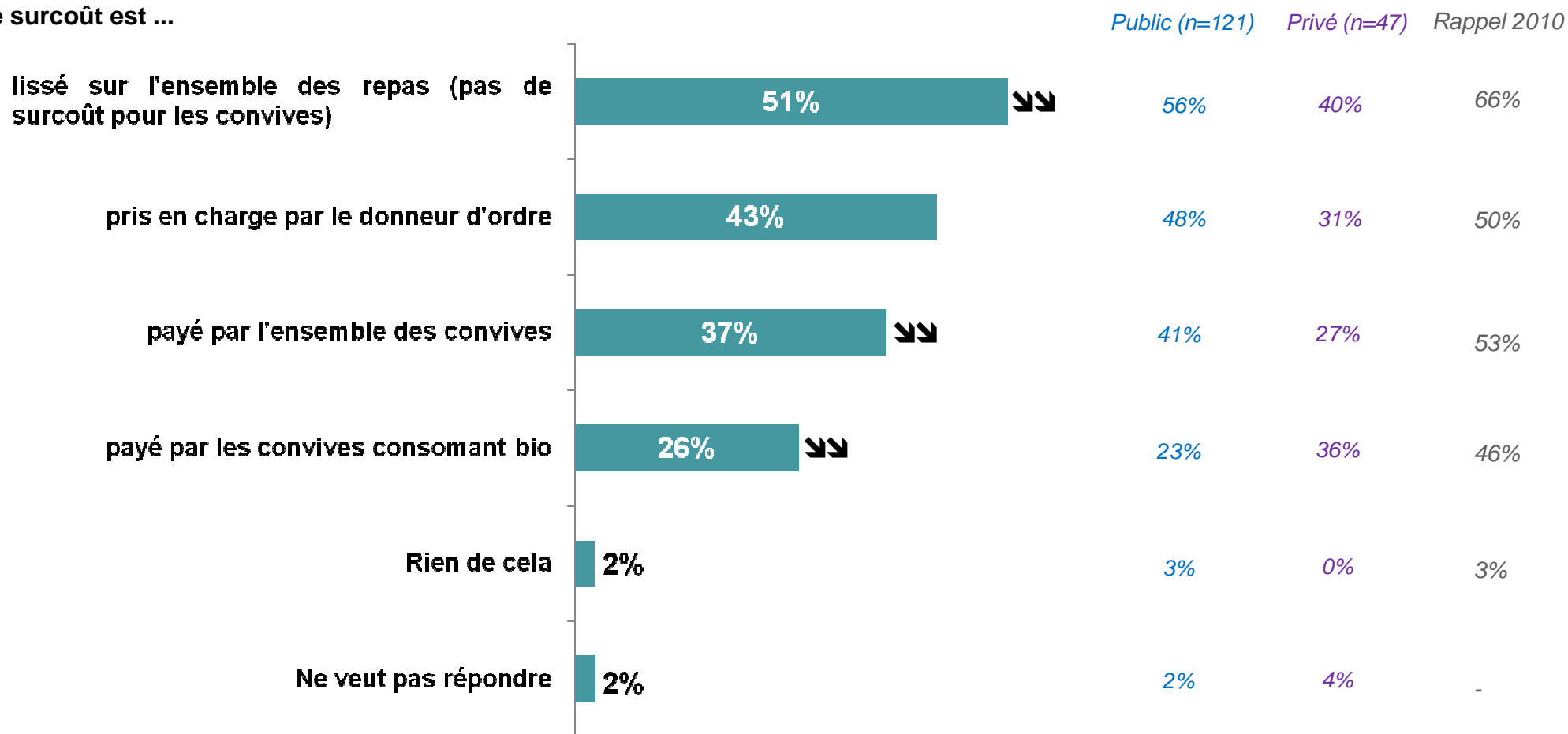
Le surcoût lié à l'introduction du bio

La prise en charge du surcoût

Q12C. Le surcoût lié à l'introduction des produits bio est-il : (plusieurs réponses possibles)

→ **Lecture: pour 51% des établissements déclarant un surcoût lié à l'introduction du bio, ce surcoût est lissé sur l'ensemble des repas**

Le surcoût est ...



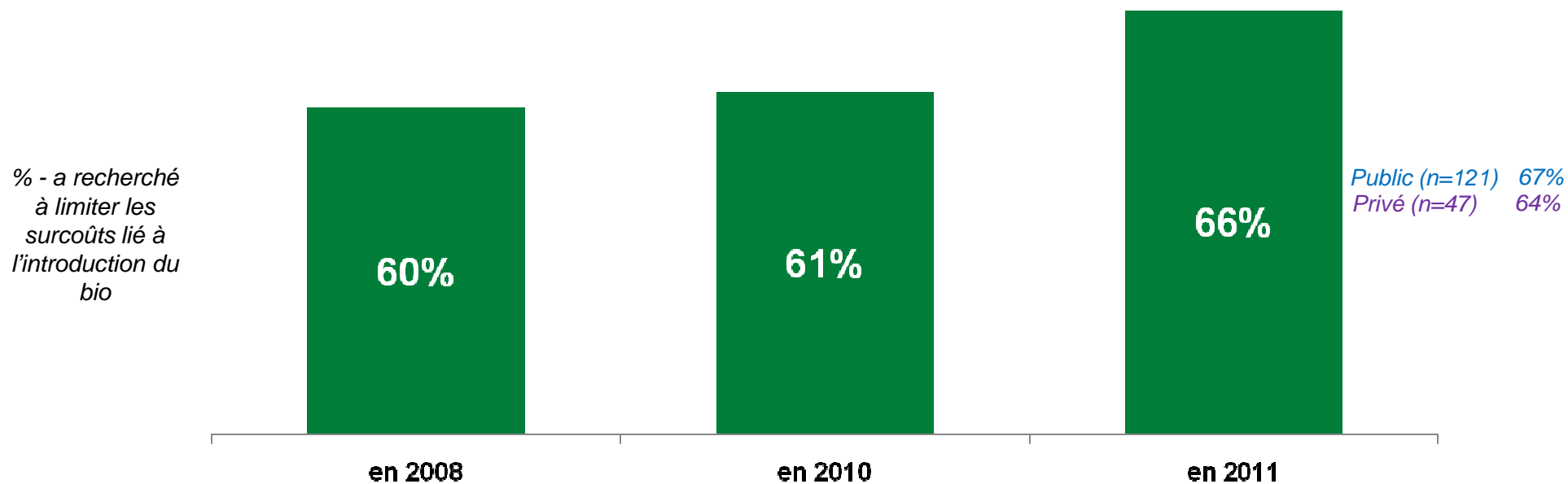
Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=168)



Le surcoût lié à l'introduction du bio La mise en place d'une limitation de ce surcoût

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

→ Lecture: 66% des établissements ayant subi un surcoût lié à l'introduction du bio ont cherché à le limiter



Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=168)



Le surcoût lié à l'introduction du bio

La mise en place d'une limitation de ce surcoût

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

→ Lecture: 71% des établissements ayant introduit du bio en 2008 ou avant et ayant subi un surcoût lié à cette introduction du bio ont cherché à le limiter

	Ensemble	Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus ?			
		2008 et avant	2009	2010-2011	Nsp et ne produisant pas de produits Bio
Total brut	168	56	58	47	7*
oui	66%	71%	69%	57%	71%
non	31%	25%	31%	38%	29%
NSP	2%	3%	-	4%	-

Base : Oui, il y a un surcoût lié à l'introduction des produits bio (si oui, en Q12b) (n=168)

*Base faible (n<40)

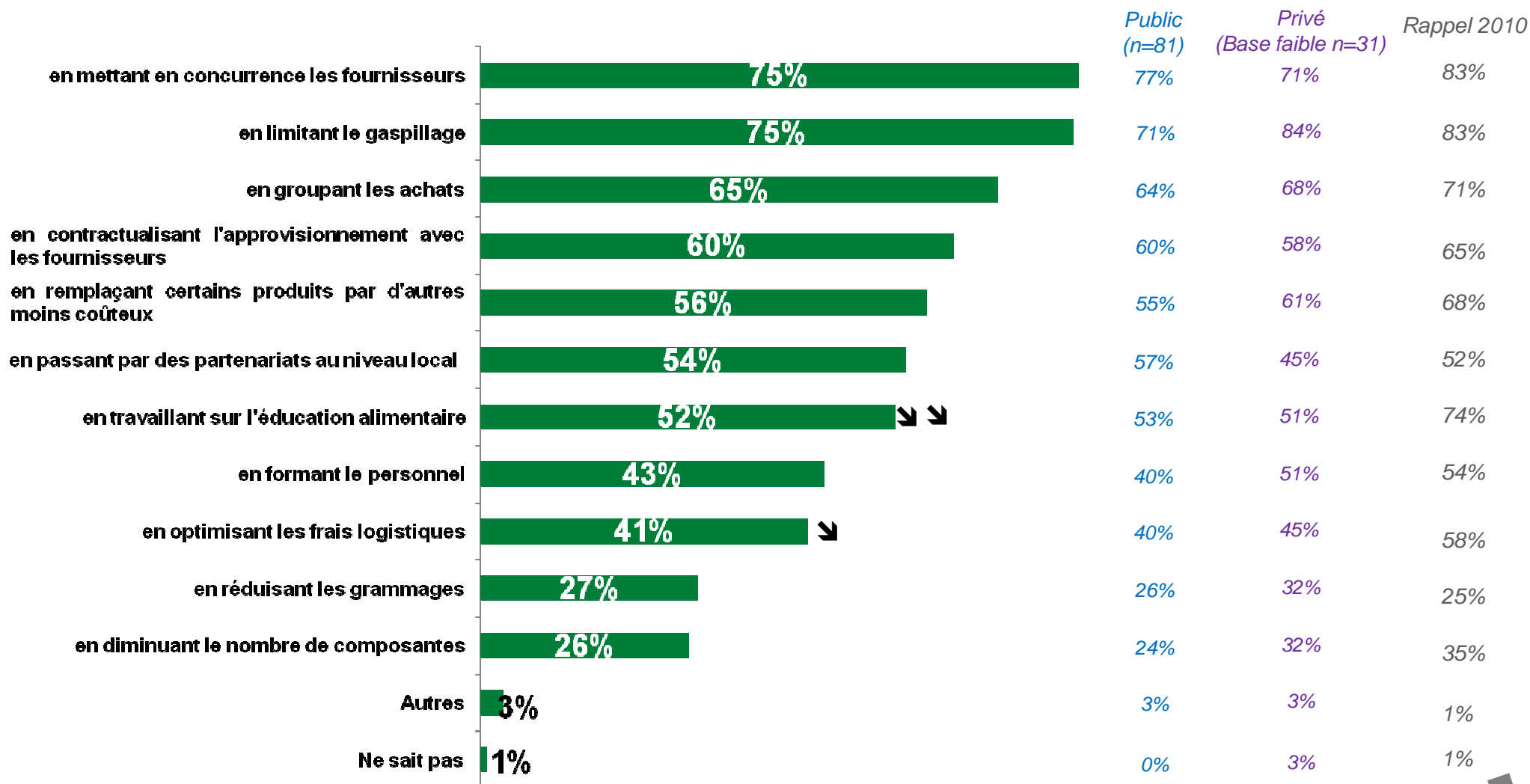
Enquête de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011

Le surcoût lié à l'introduction du bio

Les moyens mis en œuvre pour limiter ce surcoût

Q12. De quelle manière ? Plusieurs réponses possibles

→ Lecture: 75% des établissements qui ont cherché à limiter le surcoût lié à l'introduction du bio l'ont fait en mettant en concurrence les fournisseurs



Base : a cherché à limiter le surcoût (n=112)



Le surcoût lié à l'introduction du bio

Les moyens mis en œuvre pour limiter ce surcoût

Q12. De quelle manière ? Plusieurs réponses possibles

→ Lecture: 65% des établissements ayant introduit du bio depuis 2010 et qui ont cherché à limiter le surcoût lié à cette introduction l'ont fait en limitant le gaspillage

	Ensemble	Depuis quelle année proposez-vous des produits biologiques dans vos menus ?			
		2008 et avant	2009	2010-2011	Nsp et ne produisant pas de produits Bio
Total brut	112	40	40	27*	5*
en mettant en concurrence les fournisseurs	75%	81%	68%	82%	63%
en limitant le gaspillage	75%	79%	82%	65%	44%
en groupant les achats	65%	60%	71%	62%	82%
en contractualisant l'approvisionnement avec les fournisseurs	60%	68%	61%	55%	20%
en remplaçant certains produits par d'autres moins coûteux	56%	55%	63%	48%	63%
en passant par des partenariats au niveau local	54%	56%	60%	48%	20%
en travaillant sur l'éducation alimentaire	52%	61%	60%	36%	20%
en formant le personnel	43%	43%	47%	35%	63%
en optimisant les frais logistiques	41%	45%	43%	39%	19%
en réduisant les grammages	27%	31%	29%	18%	43%
en diminuant le nombre de composantes	26%	32%	32%	11%	20%
Autres	3%	3%	3%	4%	-
NSP	1%	-	-	-	18%

*Base faible (n<40)

Base : a cherché à limiter le surcoût (n=112)

ure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691– avril 2011

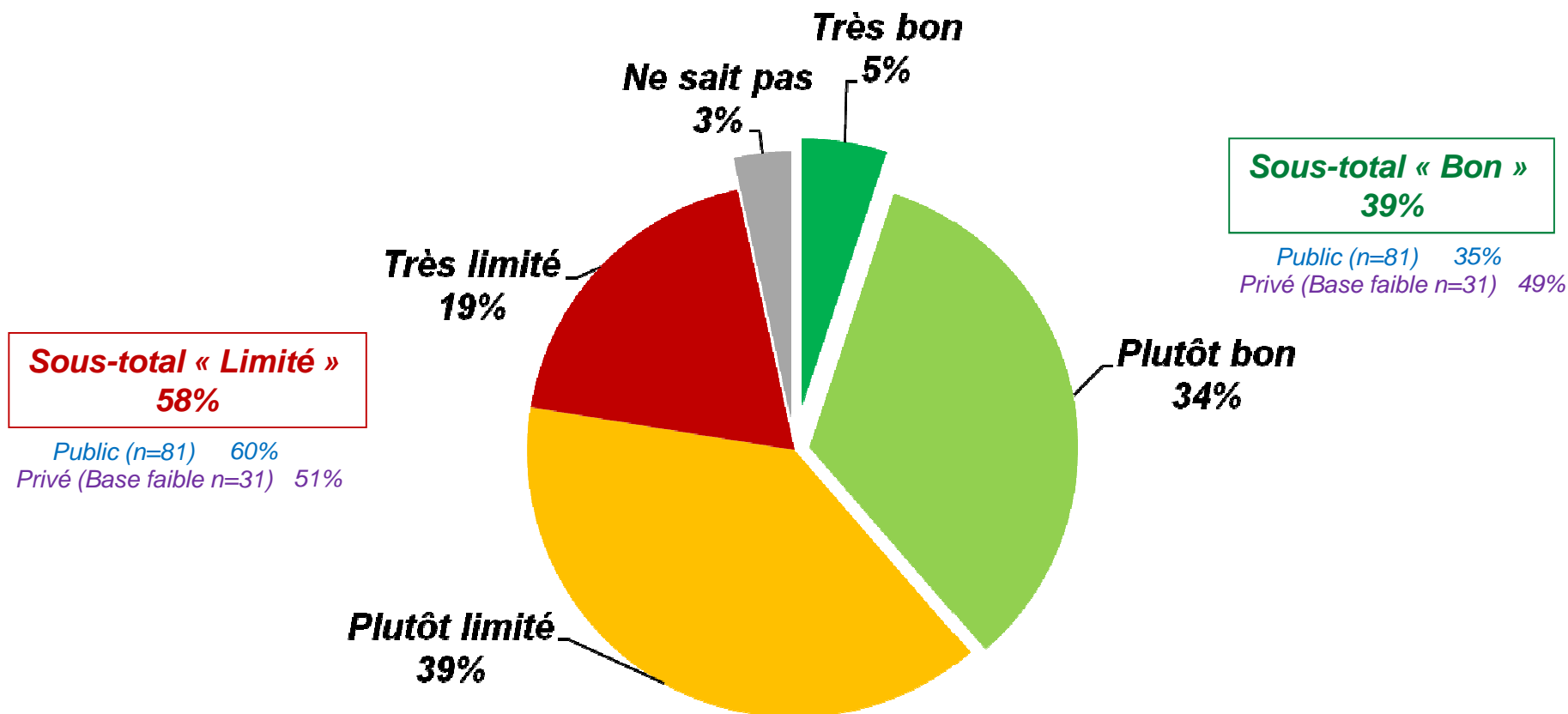
Le surcoût lié à l'introduction du bio

L'impact des actions mises en œuvre

Q13 si oui à Q11 Selon vous, quel est l'impact des actions mises en place pour limiter ce surcoût ?

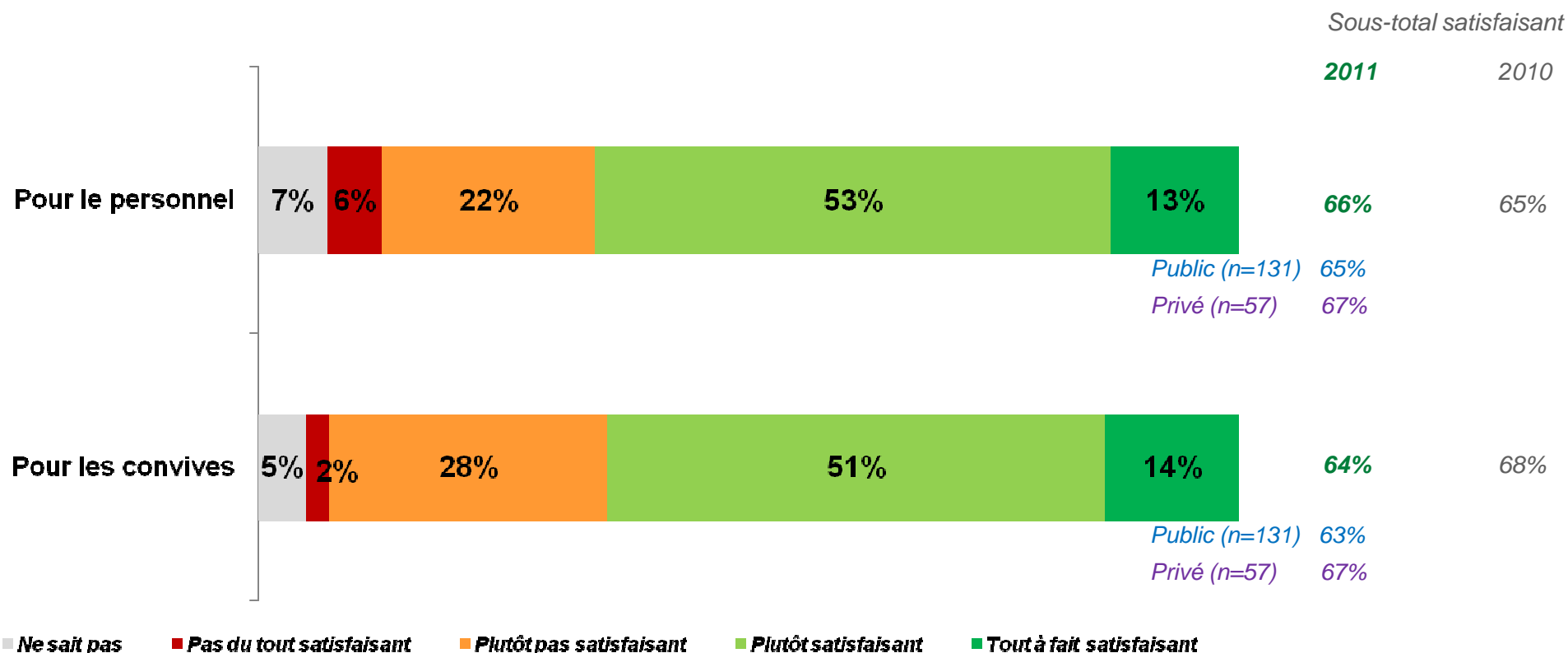
Nouvelle question

→ Lecture: 19% des établissements qui ont cherché à limiter le surcoût lié à l'introduction du bio estiment que les actions mises en place ont eu un impact très limité



Q30. Comment caractériseriez-vous le bilan de l'introduction des produits biologiques pour les convives / pour le personnel, est il :

→ **Lecture: 64% des établissements proposant du bio estiment que l'introduction du bio est satisfaisante pour leurs convives**





III. Projection du marché du bio en 2012

La perspective d'introduction de produits bio en restauration collective reste importante. En effet, si on additionne les acheteurs actuels et les acheteurs potentiels, 81% des établissements déclarent qu'ils proposeront des produits bio en 2012, 59% de façon « certaine ».

Si l'on souhaite approfondir, le secteur « santé et social » apparaît comme un secteur encore peu sensibilisé au bio avec d'un côté peu d'établissements de restauration proposant du bio (25%) et de l'autre des parts importantes de potentiels acheteurs (55%) mais aussi de réfractaires (25%). Par ailleurs, on notera que les restaurants servant moins de 200 repas par jour et ceux ayant un prix moyen élevé (plus 3 de euros) sont également des cibles prometteuses.

Au final, les projections mettent en avant que les produits bio devraient plus introduits dans:

- ... les restaurants du public : 86% d'entre eux*
- ... les restaurants de la zone ouest : 87% des RC du nord-ouest et 85% des RC du sud-ouest*
- ... les restaurants scolaire : 87% d'entre eux*
- ... les restaurants avec un panier moyen à plus de 3 euros : 86% d'entre eux*
- ... les restaurants servant plus de 500 repas par jour : 89% d'entre eux*

Quant aux familles de produits les plus sollicitées pour être introduites d'ici à 2012, on retrouve :

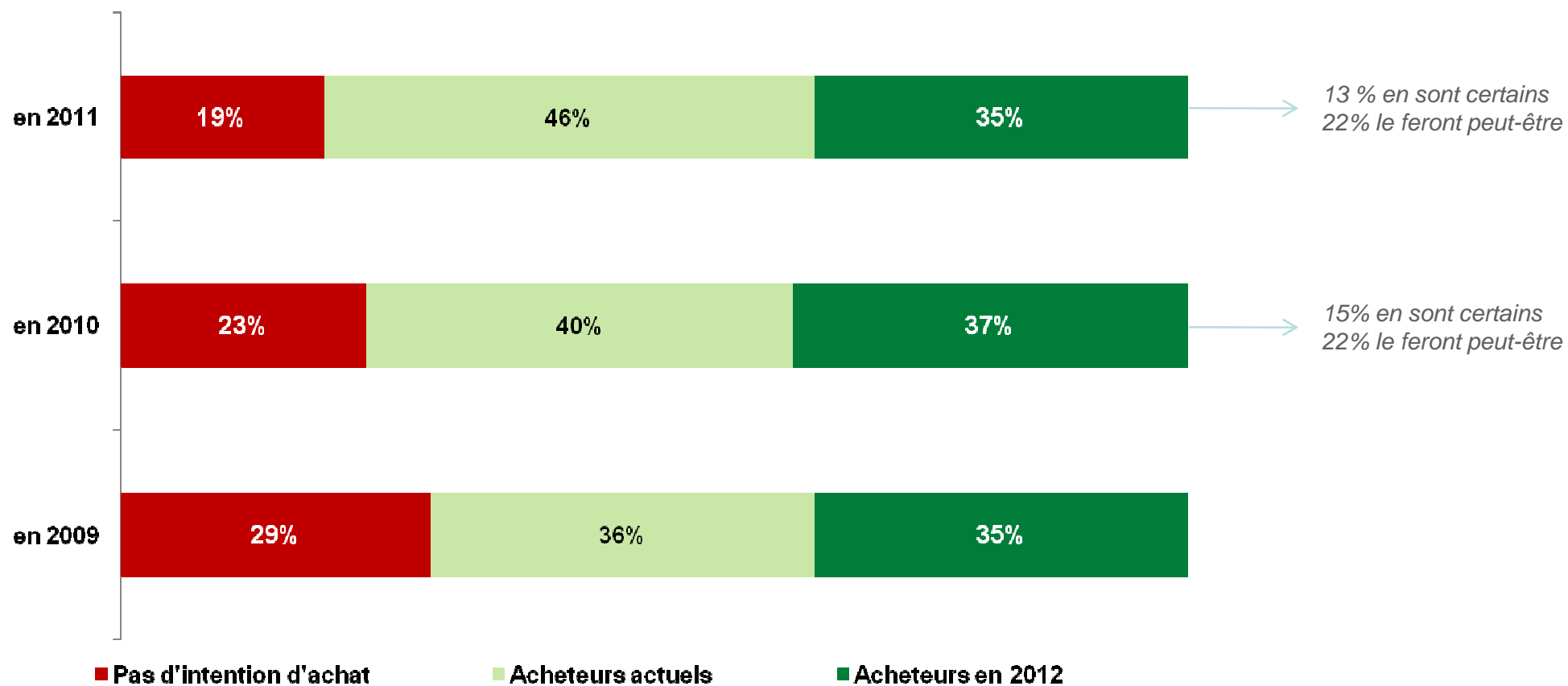
- Les fruits qui pourraient être présents dans 7 restaurants sur 10*
- Les légumes qui pourraient être présents dans 7 restaurants sur 10*
- Les produits laitiers qui pourraient être présents dans 6 restaurants sur 10*

On notera d'ailleurs, que parmi les acheteurs actuels de produits bio, ce sont également ces 3 familles qui vont connaître la plus forte augmentation d'achat de bio d'ici à 2012. En effet, parmi les établissements de restauration collective proposant du bio:

- 59% pensent augmenter leurs achats de fruits bio*
- 58% pensent augmenter leurs achats de légumes bio*
- 48% pensent augmenter leurs achats de produits laitiers bio.*

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

→ Lecture: en 2011, 35% des établissements projettent d'introduire du bio dans leur restaurant d'ici à 2012

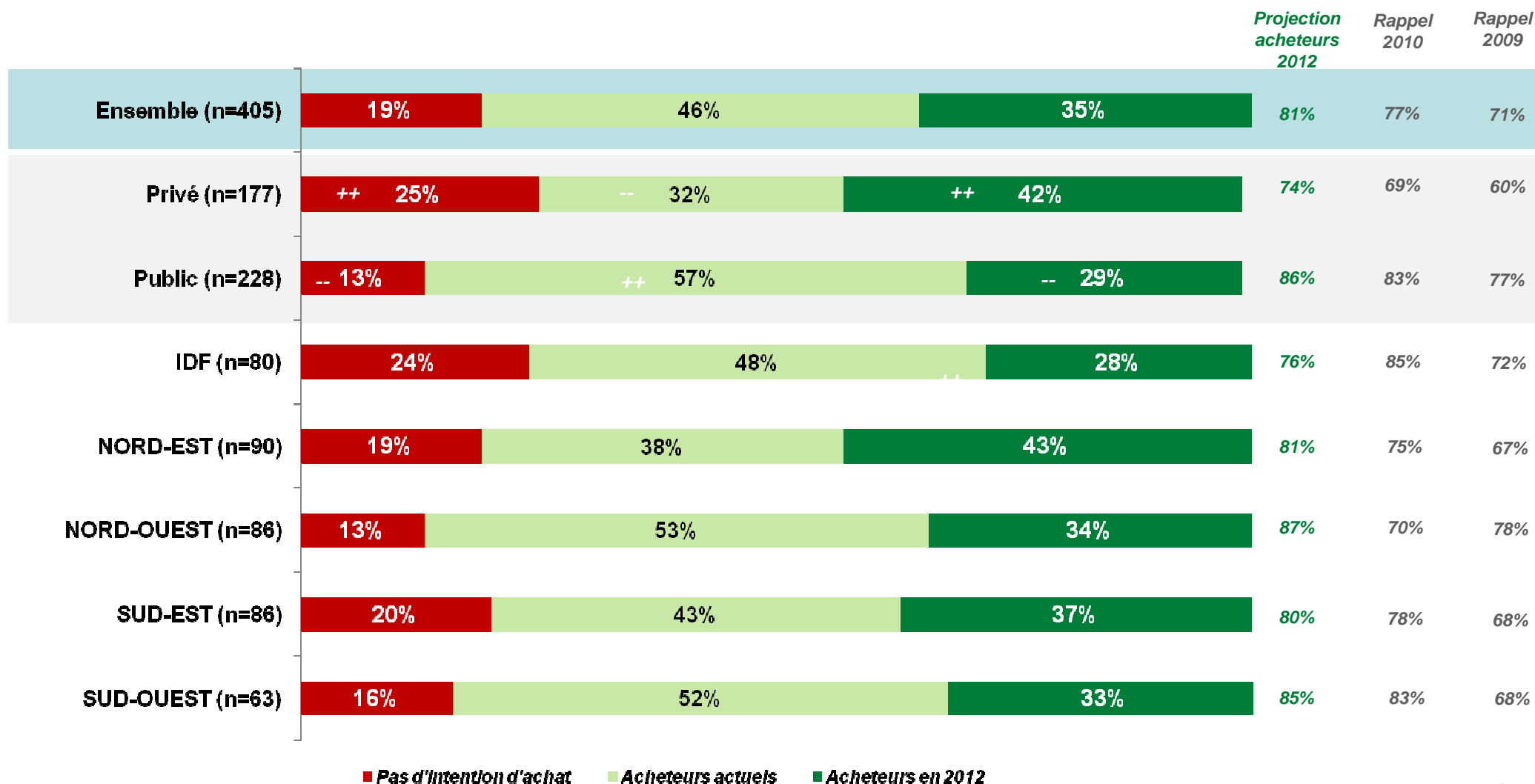


Les achats de produits bio dans le futur

Selon le cibles (1/2)

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

→ Lecture: 42% des établissements du privé projettent d'introduire du bio dans leur restaurant d'ici à 2012



Base : ensemble (n=405)

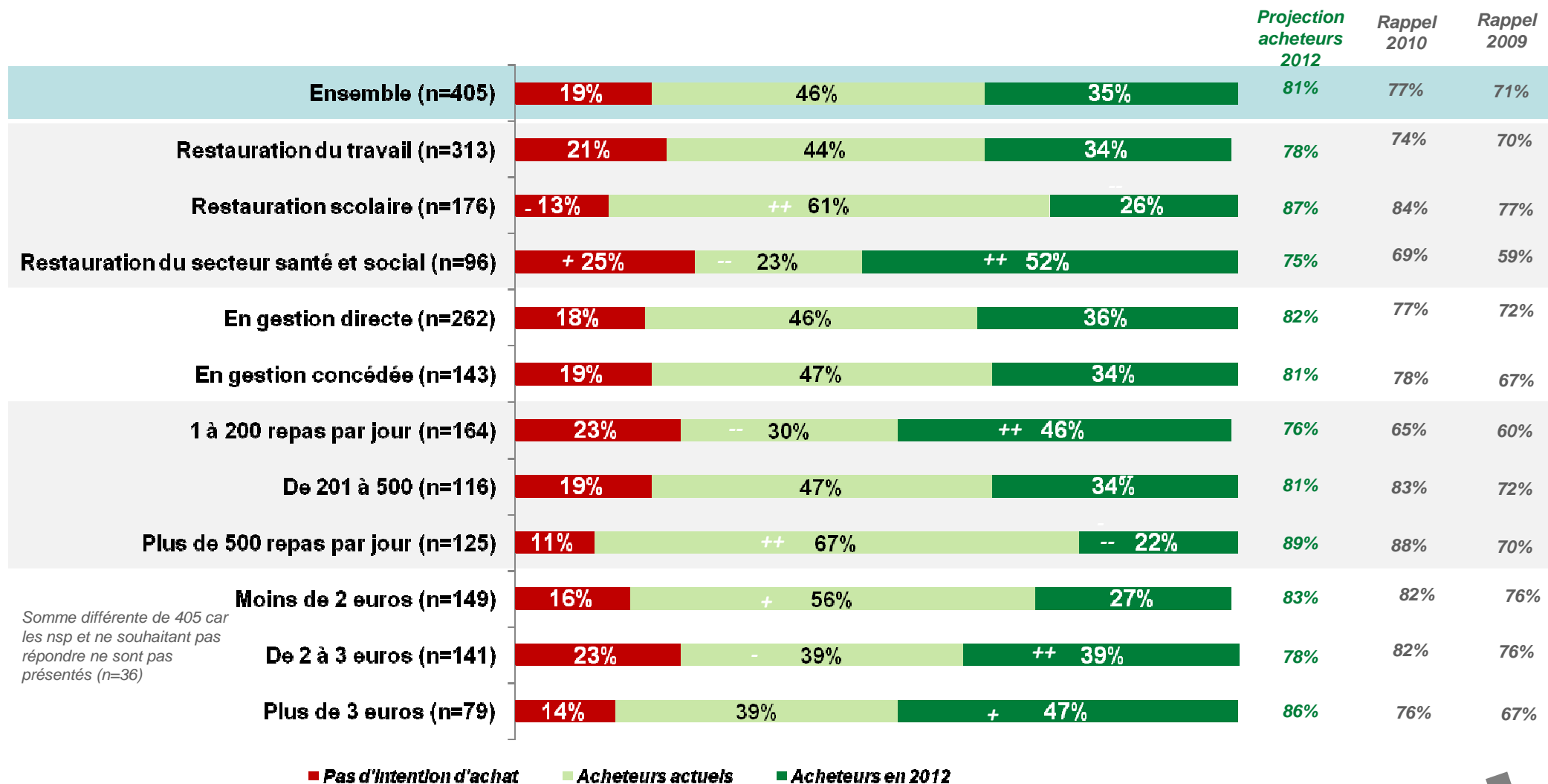
* Base faible (n<40)
 Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011



Les achats de produits bio dans le futur Selon le cibles (2/2)

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

→ Lecture: 21% des restauration du travail ne projettent pas d'introduire du bio dans leur restaurant d'ici à 2012



Somme différente de 405 car les nsp et ne souhaitant pas répondre ne sont pas présentés (n=36)

Base : ensemble (n=405)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011

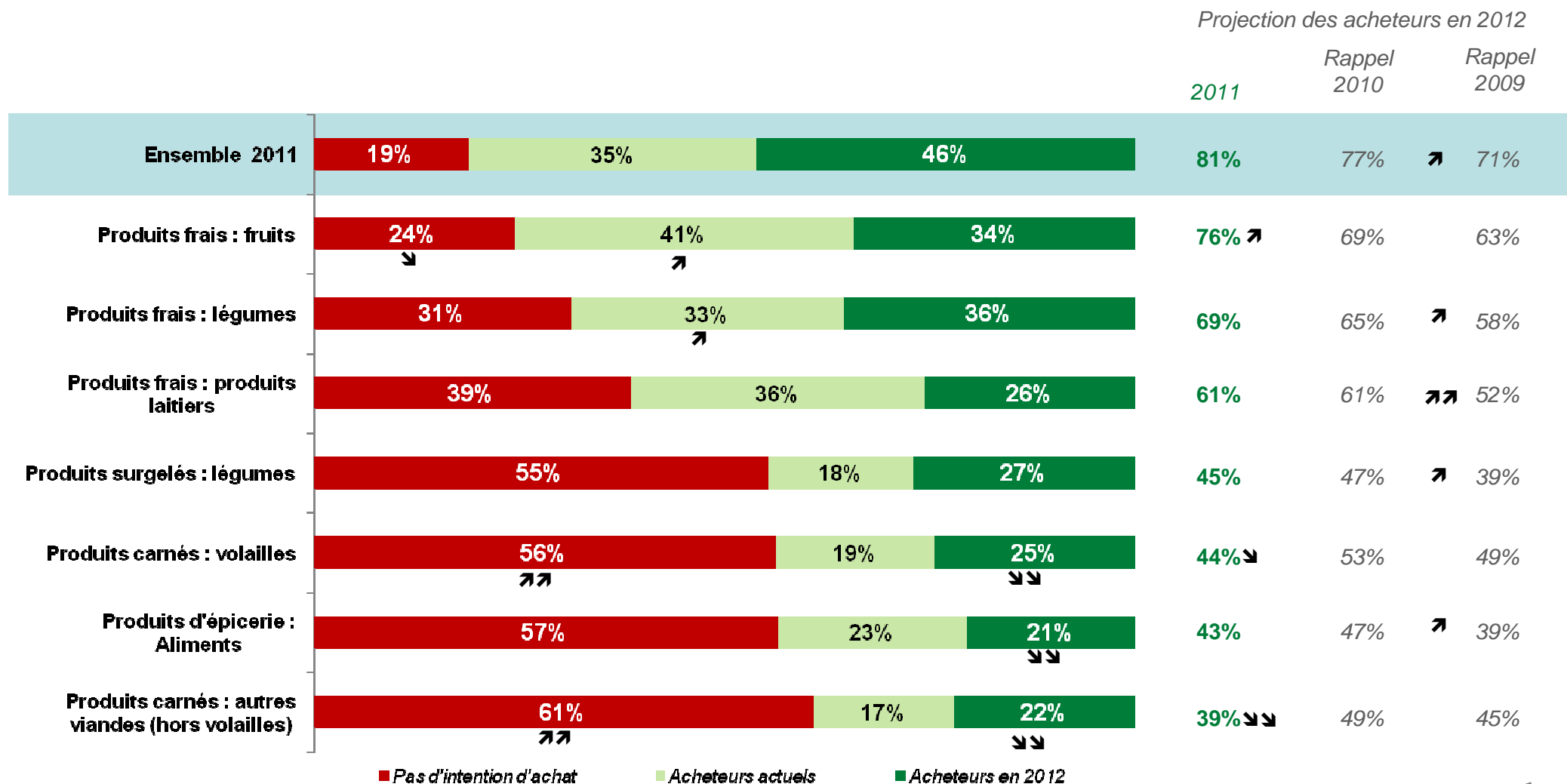


Les achats de produits bio dans le futur

Selon les produits (1/2)

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

→ Lecture: 34% des établissements projettent d'introduire des fruits frais bio dans leur restaurant d'ici à 2012



Base : ensemble (n=405)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011

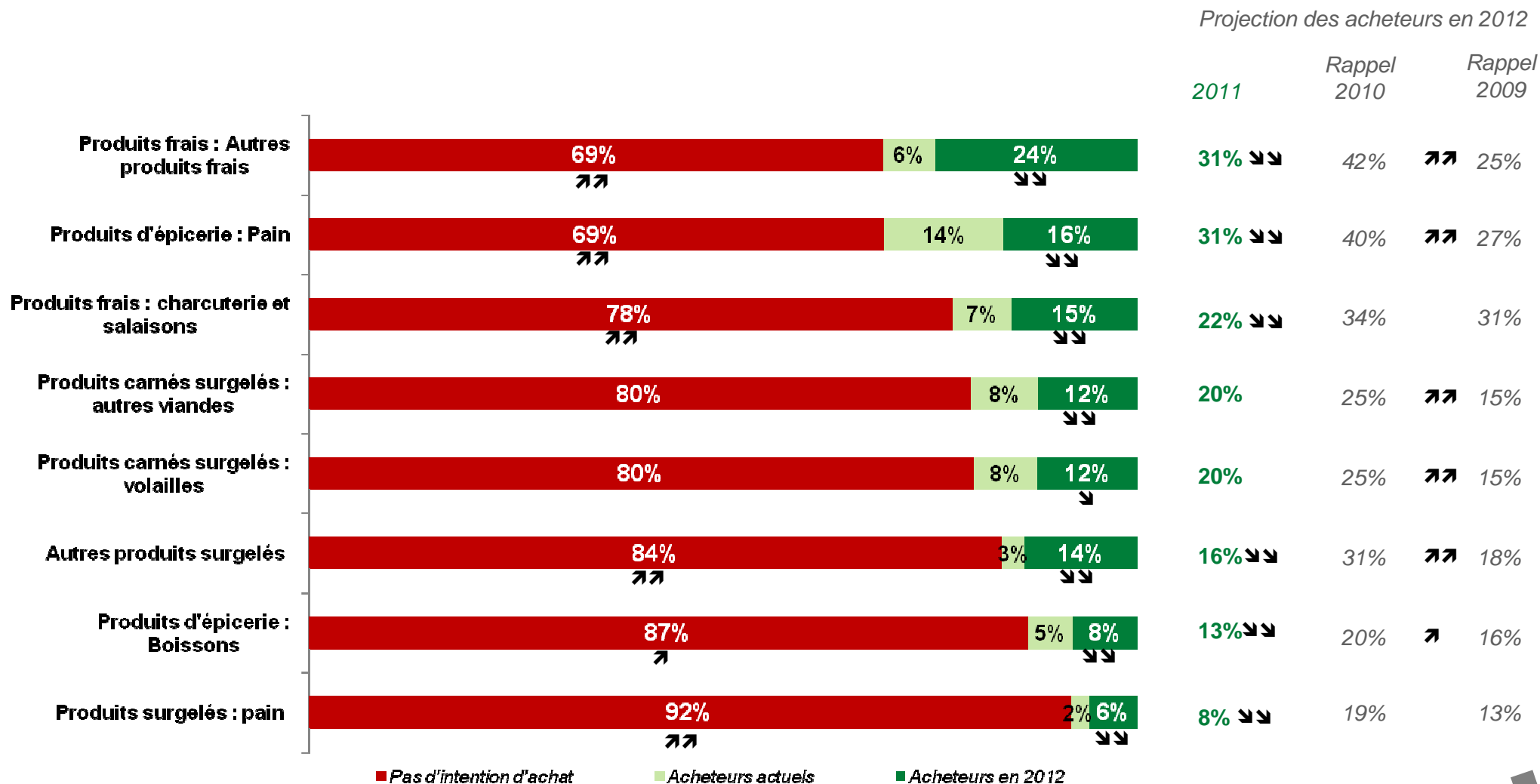


Les achats de produits bio dans le futur

Selon les produits (2/2)

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

→ Lecture: 69% des établissements ne projettent pas d'introduire du pain bio dans leur restaurant d'ici à 2012



Base : ensemble (n=405)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011



Les achats de produits bio dans le futur

Projection : part des achat de produits bio d'ici 2012

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 ?

→ Lecture: les établissements achetant actuellement du bio estiment à 15% la part des achats de produits bio en 2012

Part des produits bio cachats de produits bio en 2012

	Acheteurs actuels	Acheteurs actuels	Acheteurs actuels
	2009	2010	2011
Base brute	147	158	188
Produits carnés frais : volailles	11%	13%	11%
Produits carnés frais : autres viandes (hors	10%	13%	12%
Produits frais : charcuterie et salaisons	7%	9%	6%
Produits frais : fruits	18%	18%	19%
Produits frais : légumes	18%	18%	17%
Produits frais : produits laitiers	15%	16%	15%
Produits frais : Autres produits frais	11%	13%	10%
Produits carnés surgelés : volailles	8%	7%	8%
Produits carnés surgelés : autres viandes (hors	7%	8%	8%
Produits surgelés : légumes	10%	11%	10%
Produits surgelés : pain	6%	4%	3%
Autres produits surgelés	7%	7%	7%
Produits d'épicerie : Aliments	10%	11%	12%
Produits d'épicerie : Boissons	6%	4%	6%
Produits d'épicerie : Pain	12%	13%	13%

Part des produits bio dans le montant total des achats en 2012

	Acheteurs potentiels	Acheteurs potentiels	Acheteurs potentiels
	2009	2010	2011
	145	153	143
	13%	10%	18% ↗
	13%	12%	20% ↗
	11%	9%	19%
	17%	12%	24% ↗↗
	17%	14%	24% ↗↗
	14%	13%	22% ↗
	12%	11%	20%
	9%	12%	23% ↗
	9%	11%	23% ↗↗
	16%	14%	31% ↗↗
	21%	5%	44%
	20%	9%	41%
	14%	9%	21% ↗↗
	14%	8%	32%
	19%	15%	54% ↗↗

PART GLOBALE			15%
---------------------	--	--	------------

Public (n=131) 15%
Privé (n=57) 15%

19%	18%	17%
------------	------------	------------

Public (n=131) 16%
Privé (n=57) 19%

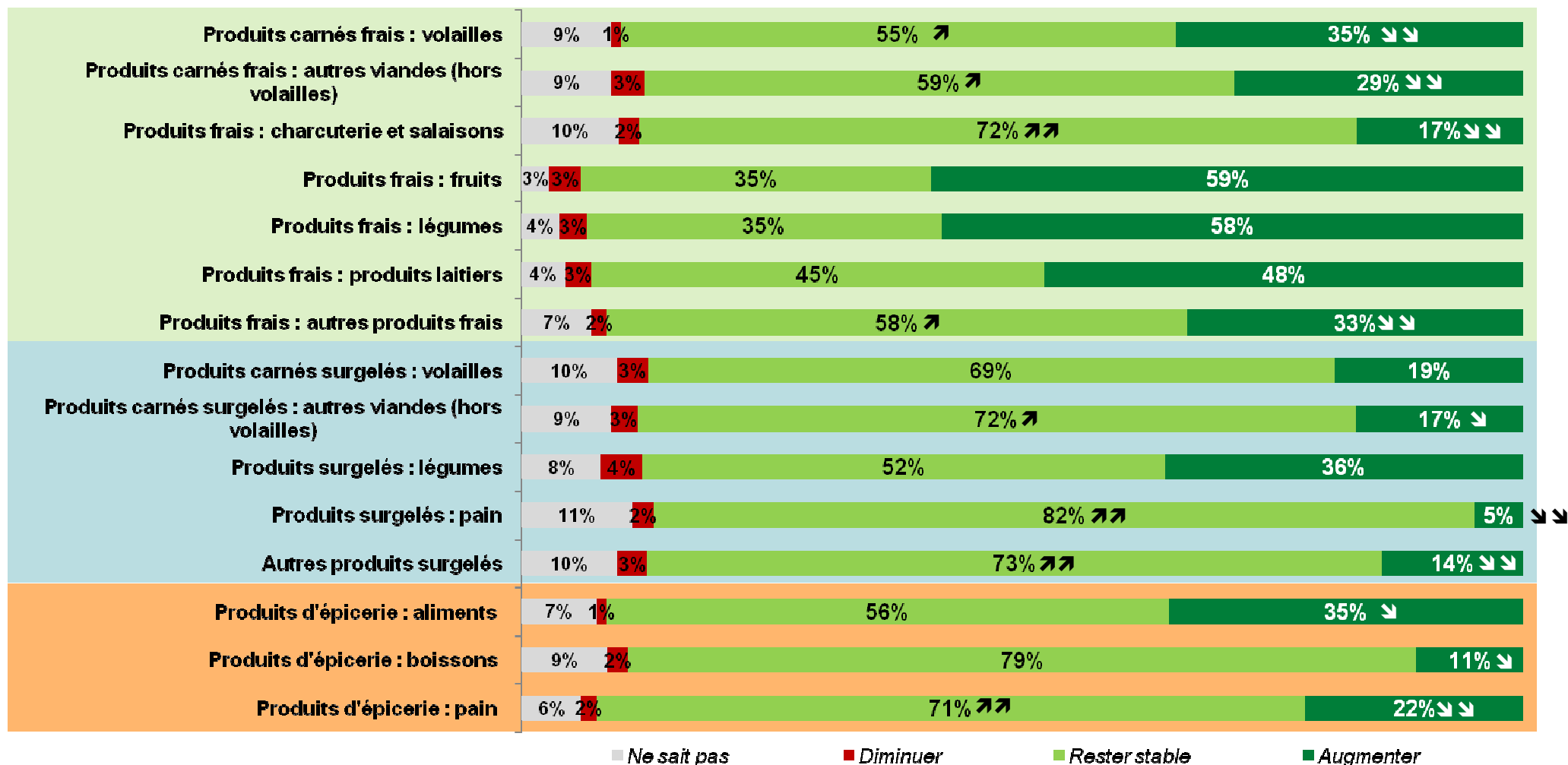


Les achats de produits bio dans le futur

Projection : Evolution des achats d'ici 2012 chez les acheteurs de bio

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

➔ **Lecture: pour 35% des établissements proposant du bio, leurs achats en volaille fraîche vont augmenter d'ici 2012**



Base propose des produits bio (n=188)



**Focus sur les non-acheteurs de
produits bio
Perspectives 2012**

35% des établissements de restauration interrogés projettent d'introduire des produits bio dans leurs menus d'ici à 2012:

- Dont 13% en sont certains
- Dont 22% le feront peut-être

Par segment, on trouve plus de futurs acheteurs de produits bio dans :

- Le social : 55%
- Les établissements proposant des repas à plus de 3€ : 47% (avec une hausse par rapport à 2010 : 47% vs 40%)
- Les établissements servant moins de 200 repas par jour : 46%
- Le privé : 42%

Par rapport à la vague précédente, on constate une baisse de futurs acheteurs dans l'enseignement (24% vs 32%), en IDF (28% vs 35%), en restauration scolaire (26% vs 33%), dans les établissements servant entre 201 et 500 repas par jour (34% vs 46%) et dans les établissements proposant des repas à moins de 2€ (27% vs 39%); une partie d'entre eux étant déjà passée au bio entre temps.

Les fruits et légumes frais ainsi que les produits laitiers sont les familles de produits bio qui sont le plus sollicitées pour être introduite d'ici à 2012:

- 32% des établissements de restauration projettent d'introduire des fruits frais bio d'ici à 2012
- 30% des établissements de restauration projettent d'introduire des légumes frais bio d'ici à 2012
- 22% des établissements de restauration projettent d'introduire des produits laitiers bio d'ici à 2012

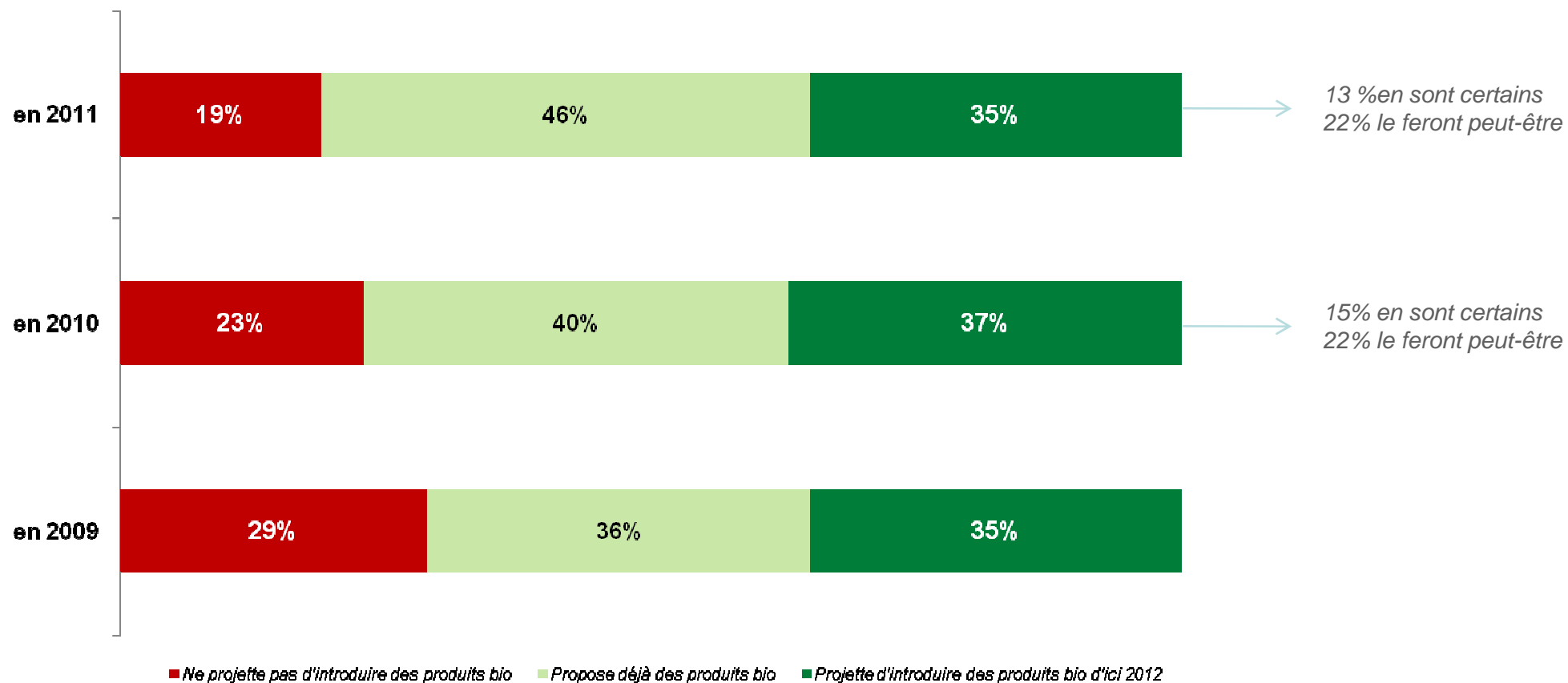
Ce sont également les seuls à ne pas connaître de baisse significative par rapport aux résultats de 2010, avec un retour au niveau des estimations d'introduction du bio en 2012 réalisées en 2009.

Non-acheteurs de produits bio

L'évolution des 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



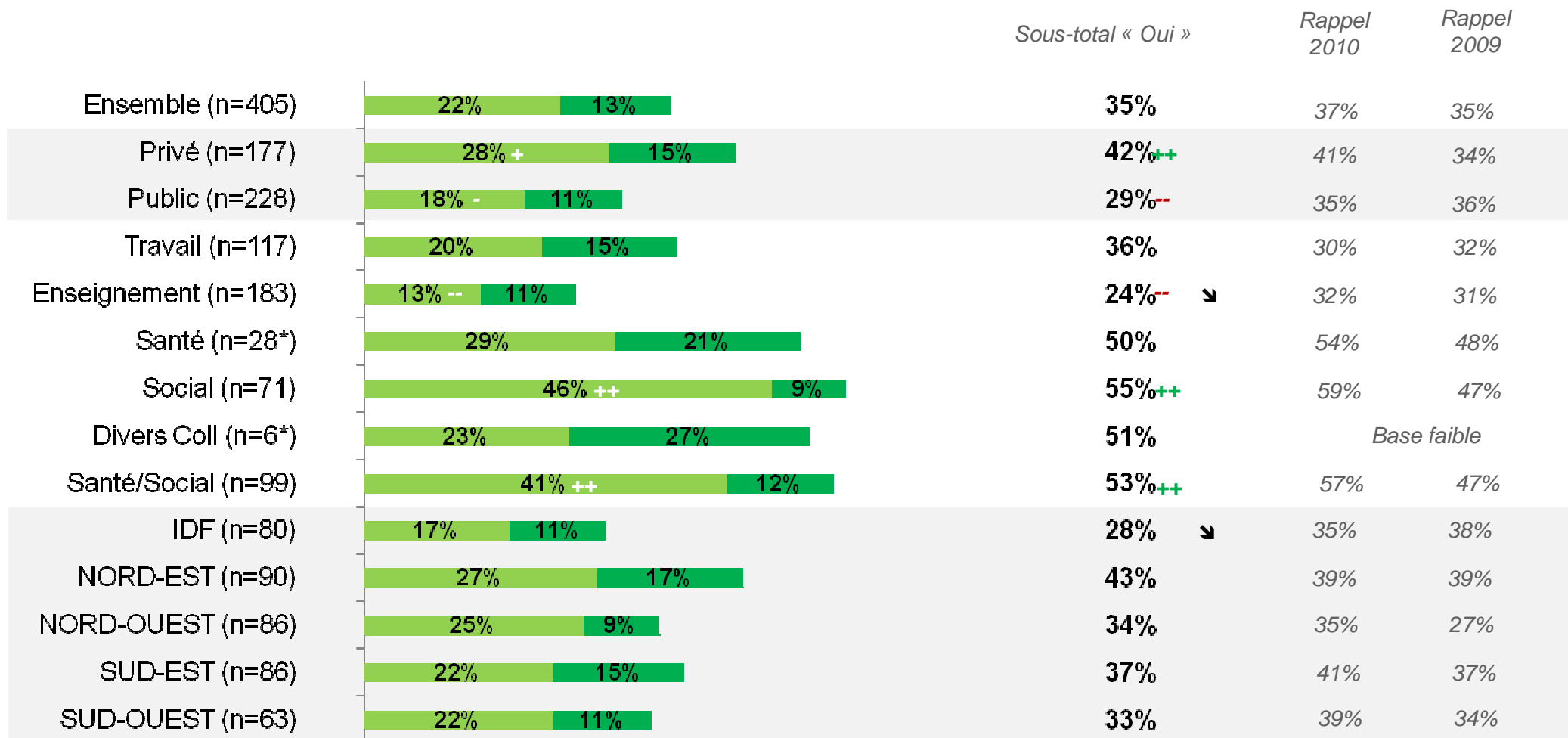


Non-acheteurs de produits bio

Les intentions d'achat de produits bio selon les cibles (1/2)

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

➔ **Lecture: 15% des établissements du privé sont certains d'introduire du bio d'ici à 2012**



■ Oui, peut-être ■ Oui, certainement

* Base faible (n<40)

Base : ensemble (n=405)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011

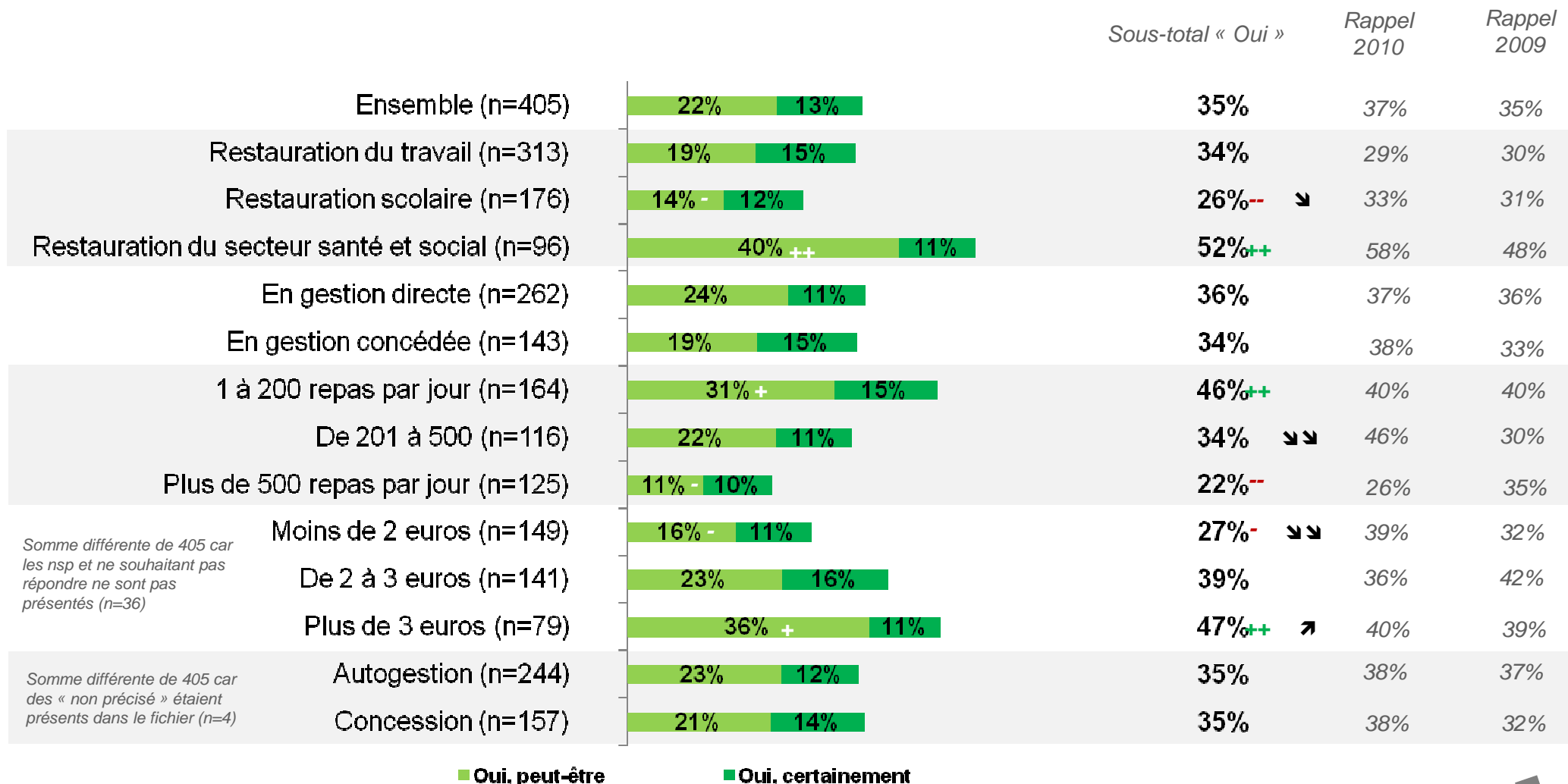


Non-acheteurs de produits bio

Les intentions d'achat de produits bio selon les cibles (2/2)

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

→ Lecture: 15% des restaurants du travail sont certains d'introduire du bio d'ici à 2012



Somme différente de 405 car les nsp et ne souhaitant pas répondre ne sont pas présentés (n=36)

Somme différente de 405 car des « non précisé » étaient présents dans le fichier (n=4)

Base : ensemble (n=405)

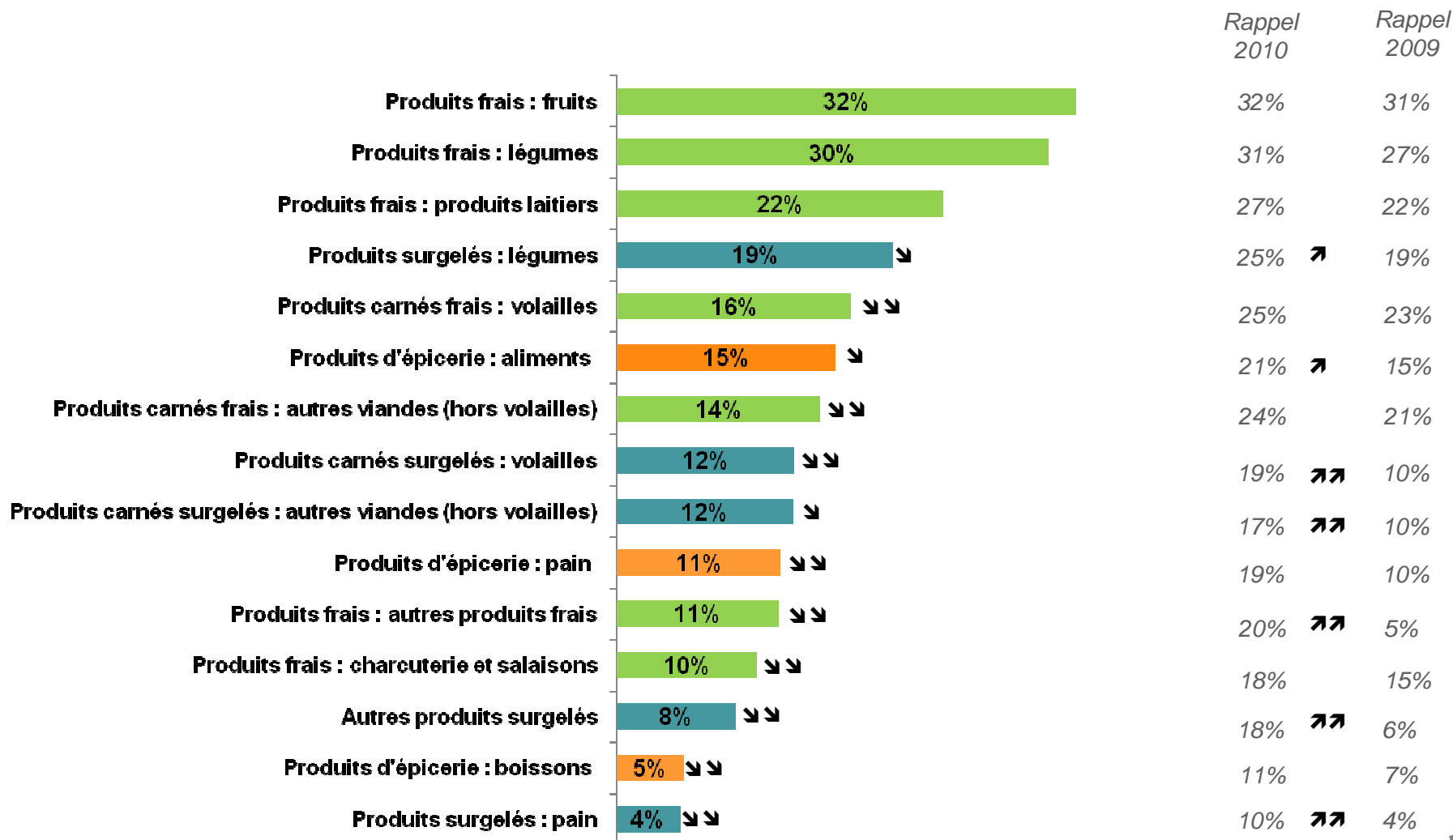
Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691– avril 2011



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: 32% des établissements pensent introduire des fruits frais bio dans leur restaurant**



Base : ensemble (n=405)

Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011



IV. Les besoins en information/communication



Les besoins en information/communication: à retenir

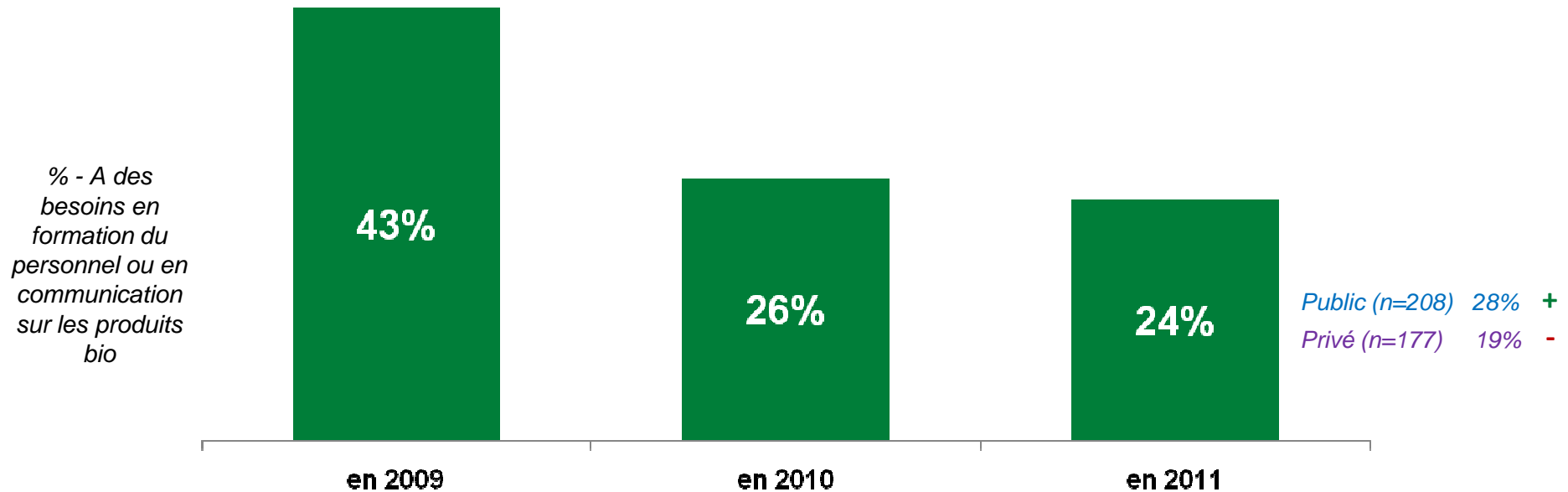
Preuve du développement du bio, les restaurants collectifs sont de moins en moins dans le besoin d'information : près d'un quart des établissements (24%) estiment avoir des besoins en matière de formation et de communication sur les produits bio contre 43% en 2009.

Toutefois comme les précédentes années, les besoins exprimés par les restaurants collectifs concernent en premier lieu une demande d'information (59%), puis des besoins en formation (40%) et en communication (25%).

- La demande d'informations supplémentaires se concentre sur deux thèmes principaux : une meilleure connaissance des produits (36%) et une demande d'information sur les filières d'approvisionnement (26%). Dans le détail, une meilleure information sur les produits bio (21%) ainsi que sur les méthodes, le mode de fonctionnement du bio (17%) sont les axes d'information les plus demandés.*
- Concernant la demande de formation, c'est la formation du personnel de cuisine qui est la plus réclamée (27%), notamment via les méthodes de préparation des produits bio (19%). A un degré moindre, la formation des responsables d'achat est également souhaitée (14%).*
- Enfin, le thème de la communication est principalement constitué d'un « plus de communication » (9%).*

Q18. Avez-vous des besoins en formation du personnel ou en communication sur les produits bio ?

→ **Lecture: 24% des établissements estiment avoir des besoins de formation du personnel ou en communication sur les produits bio**





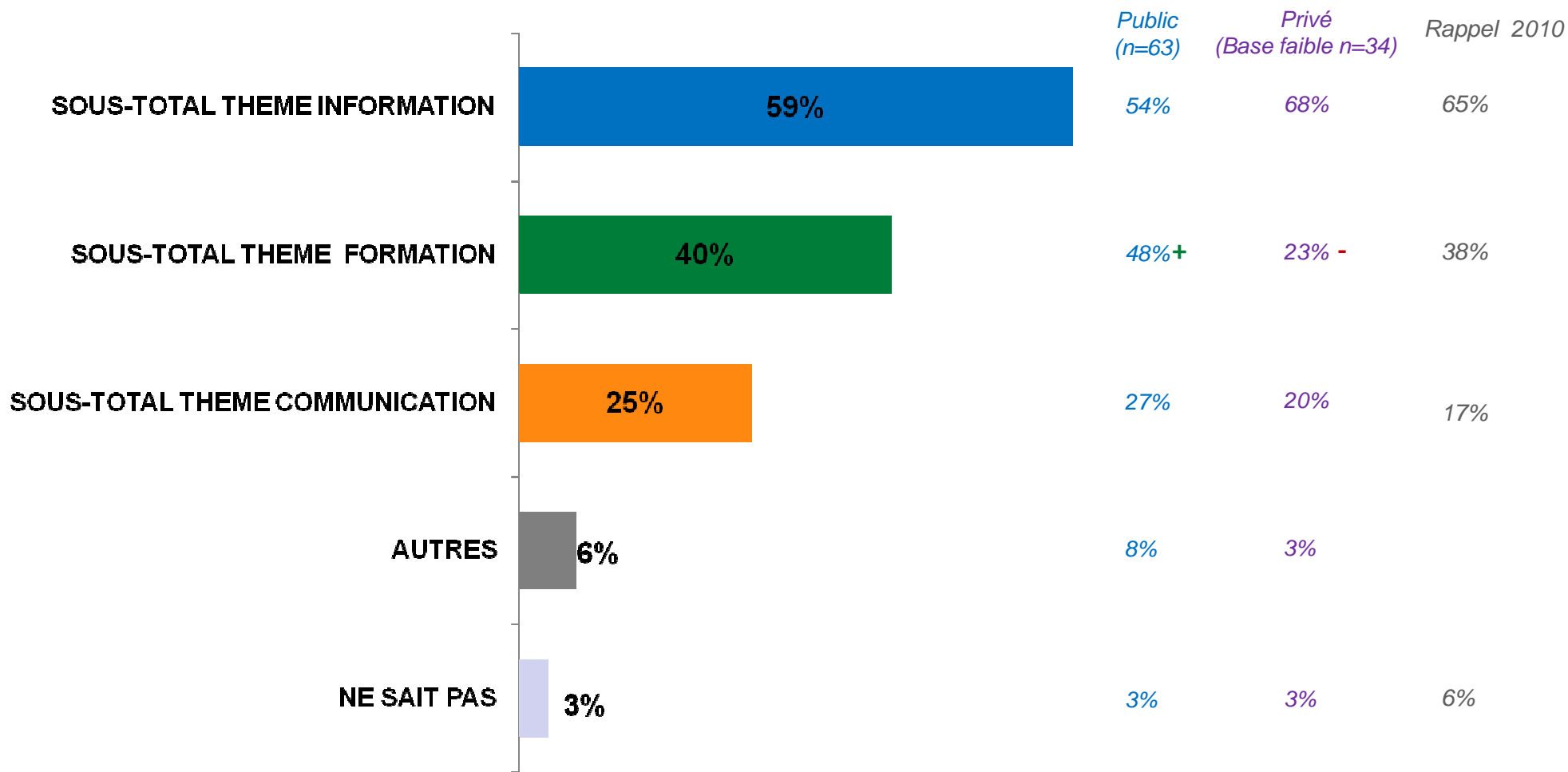
Besoins en formation/communication sur les produits bio

Hierarchisation des besoins

Q18. Avez-vous des besoins en formation du personnel ou en communication sur les produits bio ?

Q19. Lesquels?

→ Lecture: 59% des besoins déclarés en formation/communication se portent sur l'information



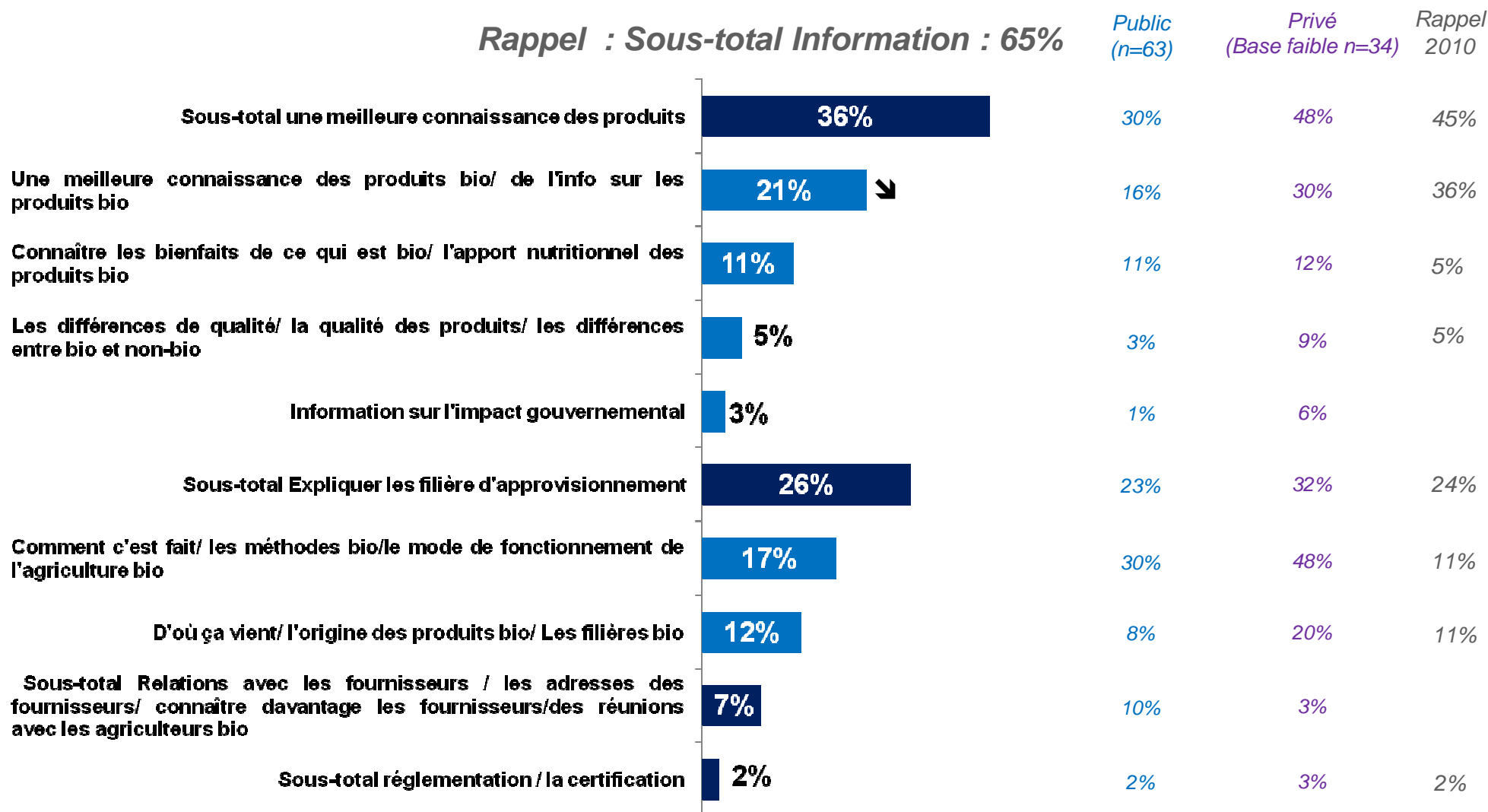
Base : si oui en Q18, a des besoins en formation/communication (n=97)

produits bio en restauration collective – étude n°1001691 – avril 2011

Q19. Lesquels ?

→ Lecture: 36% des besoins d'information concernent une meilleure connaissance des produits

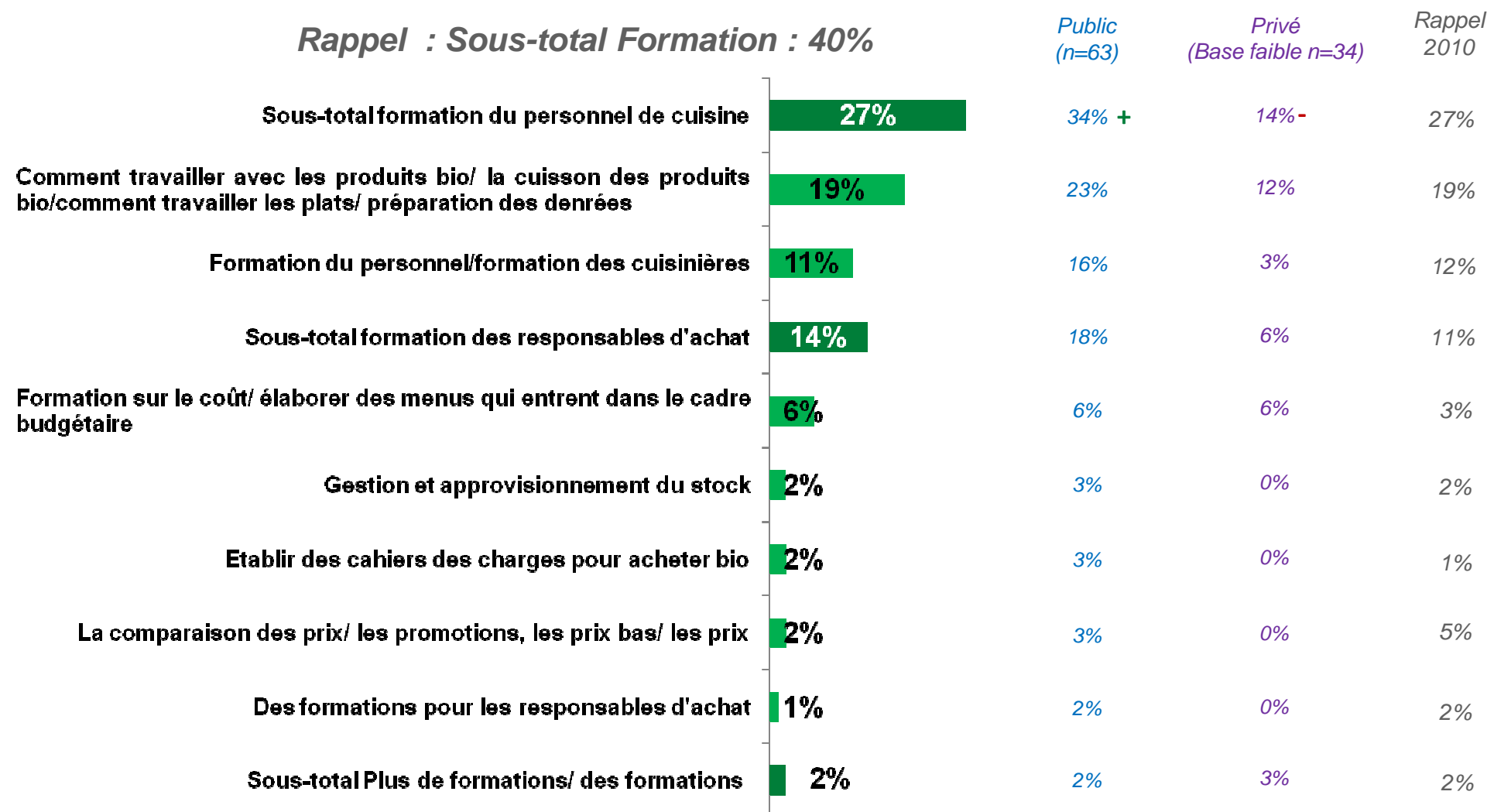
Rappel : Sous-total Information : 65%



Base : si oui en Q18, a des besoins en formation/communication (n=97)

Hiérarchisation des besoins en formation du personnel

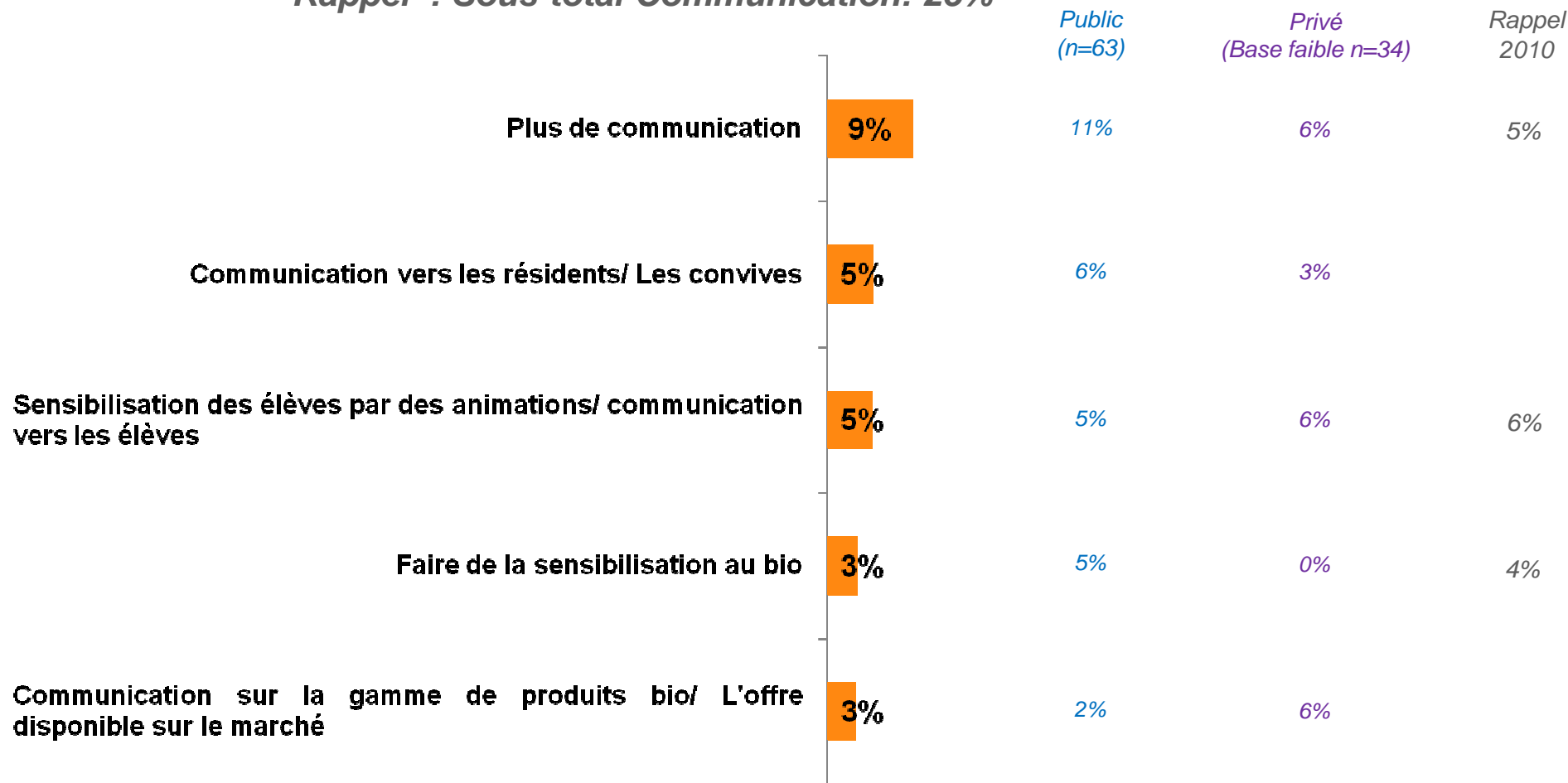
→ Lecture: 27% des besoins de formation concernent la formation du personnel de cuisine



Q19. Lesquels ?

→ **Lecture: 9% des besoins de communication concernent une communication plus importante**

Rappel : Sous-total Communication: 25%





Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective

2, rue de Choiseul • CS 70215 • 75086 Paris Cedex 02

Tél. : (33) 01 44 94 40 00 • Fax : (33) 01 44 94 40 01

www.csa.eu

SA au capital de 1 571 600 € • Siren 308 293 430 • RCS Paris : 308 293 430 • APE 741 E
TVA intracommunautaire FR 46 308 293 430