



Introduction des produits biologiques dans les restaurants collectifs publics de la Région Languedoc-Roussillon

Bruno ALARCON

Giulia PALMA

Martine PADILLA (Dir)

Introduction	7
CONTEXTE DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE ET DE LA RESTAURATION COLLECTIVE EN FRANCE	8
I. L'AGRICULTURE BIO EN FRANCE.....	8
1.1. <i>Etat des lieux de l'agriculture biologique en France</i>	8
1.2. <i>L'agriculture biologique en France, un secteur en pleine expansion : chiffres clés</i>	8
1.3. <i>Expansion des superficies bio</i>	9
1.4. <i>Répartition de surface bio par région</i>	9
1.5. <i>Les productions végétales et les cheptels Bio</i>	11
II. STRUCTURE DE LA RESTAURATION COLLECTIVE EN FRANCE.....	12
2.1. <i>Les différents secteurs d'activités</i>	12
2.2. <i>Les différents modes de gestion de la restauration collective</i>	13
2.3. <i>Gestion directe / Gestion concédée : les chiffres clés</i>	14
III. CADRE LEGISLATIF DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE.....	15
3.1. <i>Règlementation européenne en matière d'agriculture biologique</i>	15
3.2. <i>Loi Grenelle de l'environnement</i>	16
IV. L'INTRODUCTION DE PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE.	17
4.1. <i>L'agriculture Bio au sein de la restauration collective en France</i>	18
4.2. <i>L'agriculture Bio dans la région Languedoc Roussillon</i>	19
4.3. <i>Direction régionale de l'alimentation de l'agriculture et de la forêt du Languedoc Roussillon : le projet Bio en RHD publique</i>	20
LE PROJET BIO RHD	21
V. OBJECTIFS DE L'ETUDE	21
VI. METHODOLOGIE D'ENQUETE – DEMARCHE EXPLORATOIRE	22
6.1. <i>Création du fichier de recensement des restaurants collectifs publics dans la région Languedoc-Roussillon</i>	22
a. <i>Socle de départ pour le recensement</i>	22
b. <i>Enrichissement du fichier</i>	23
6.2. <i>Création des outils d'enquête</i>	24
6.3. <i>Test du questionnaire</i>	25
6.4. <i>Phase de lancement des questionnaires</i>	26
6.5. <i>Discussion sur la taille de l'échantillon et sa représentativité</i>	27
RÉSULTATS DES ENQUÊTES	28
VII. PRESENTATION DE L'ECHANTILLON	28
7.1. <i>Caractéristiques de la population mère</i>	28
7.2. <i>Taux de retours/participation</i>	28
a. <i>Taux de participation par secteur d'activité</i>	28
b. <i>Caractéristiques de l'échantillon d'étude et représentativité</i>	29
c. <i>Représentativité géographique de l'échantillon d'étude</i>	29
d. <i>Représentativité sectorielle de notre échantillon</i>	30
e. <i>Représentativité quantitative de notre échantillon</i>	31
VIII PRESENTATION DES RESULTATS	32
8.1 <i>Données générales</i>	32
8.1.1 <i>Le mode de gestion des restaurants</i>	32
8.1.2 <i>Nombre de repas</i>	35
8.2 <i>Introduction des produits bio en restauration</i>	35
8.2.1 <i>Année d'introduction</i>	36
8.2.2 <i>Le bio dans les différents secteurs d'activité</i>	37
8.2.3 <i>Le bio en fonction du mode de gestion</i>	38

8.2.4	<i>Le bio et la taille du restaurant</i>	39
8.2.5	<i>Introduction des produits bio en fonction des départements étudiés</i>	39
8.2.6	<i>Types de formules et fréquences</i>	40
8.2.7	<i>Budget consacré à l'achat des produits biologiques</i>	42
8.2.8	<i>Les raisons de la non introduction des produits biologiques</i>	43
8.2.9	<i>L'intérêt pour les produits biologiques</i>	46
IX.	PRINCIPAUX PRODUITS BIOLOGIQUES ACHETES PAR LA RESTAURATION PUBLIQUE	46
9.1.	<i>Les gammes de produits biologiques</i>	46
9.2.	<i>Les catégories de produits biologiques achetés</i>	47
a.	Les produits frais	47
b.	Les produits surgelés	50
c.	Les conserves	50
d.	Les produits de 4 ^{ème} gamme	51
9.3.	<i>Focus sur les gammes de légumes bio utilisées régionalement</i>	51
9.4.	<i>Le poids de la restauration collective</i>	53
LES FOURNISSEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES ET L'ORIGINE DES PRODUITS		57
X.	LES FILIERES D'APPROVISIONNEMENT	57
10.1	<i>Approvisionnements en fruits frais bio</i>	58
10.2	<i>Approvisionnements en légumes frais bio</i>	60
10.3	<i>Approvisionnements en yaourts bio</i>	63
10.4	<i>Approvisionnements en fromage bio</i>	64
10.5	<i>Approvisionnements en desserts lactés bio</i>	65
10.6	<i>Approvisionnements en lait bio</i>	67
10.7	<i>Approvisionnements en pain bio</i>	69
10.8	<i>Approvisionnements en viande bio</i>	70
10.9	<i>Approvisionnements en féculents bio</i>	71
10.10	<i>Approvisionnements en viande et poisson surgelés</i>	73
10.11	<i>Approvisionnements en légumes surgelés</i>	74
10.12	<i>Produits bio et produits locaux</i>	75
XI.	FOCUS SUR LES FOURNISSEURS INTERVENANT DANS LA REGION	78
11.1	<i>L'entreprise Pro à Pro Distribution</i>	78
11.2	<i>L'entreprise Biofinesse</i>	79
11.3	<i>L'entreprise Naturdis</i>	80
11.4	<i>L'entreprise Distrisud</i>	80
11.5	<i>L'entreprise Uni-vert</i>	81
11.6	<i>L'entreprise Alterbio</i>	81
11.7	<i>L'entreprise Alazard et Roux</i>	81
11.8	<i>L'entreprise Biocoop restauration</i>	82
11.9	<i>L'entreprise Biocash</i>	82
11.10	<i>L'entreprise Sud primeur</i>	82
11.11	<i>Les centrales d'achat</i>	83
XII.	EXPLORATION D'UNE MERCURIALE DE PRODUITS BIOLOGIQUES	84
XII.	DISCUSSION METHODOLOGIQUE ET RECOMMANDATIONS POUR LE RENOUVELLEMENT DE CE TYPE D'ENQUETE	87
Conclusion		89
Bibliographie		91

TABLE DES ILLUSTRATIONS

LISTE DES FIGURES

Figure N°1 : Évolution du nombre d'exploitations et des surfaces en mode de production biologique

Figure N°2 : L'agriculture bio dans les régions : les écarts s'accroissent

Figure N°3 : Les différents secteurs d'activités de la restauration collective

Figure N°4 : Taux de participation en fonction du secteur d'activité

Figure N°5 : Représentativité de l'échantillon en fonction du département

Figure N°6 : Représentativité de l'échantillon en fonction du secteur d'activité

Figure N°7 : Représentativité de l'échantillon au sein de la catégorie « Enseignement »

Figure N°8 : Répartition des modes de gestion des restaurants

Figure N°9 : Gestion des restaurants en fonction du secteur d'activité

Figure N° 10 : Types de prestataires

Figure N°11 : Pourcentage d'établissements introduisant des produits biologiques

Figure N°12 : Part d'établissements ayant introduit des produits biologiques depuis 2000

Figure N°13 : Part des établissements ayant introduit du bio en fonction du secteur d'activité

Figure N°14 : Part des établissements ayant introduit du bio en fonction du mode de gestion

Figure N°15 : Part des établissements ayant introduit du bio en fonction de leur taille

Figure N°16 : Part des établissements ayant introduit des produits bio par département

Figure N°17 : Part des établissements en fonction de la fréquence et du type de formule proposée

Figure N°18 : Les principaux fournisseurs en fruits frais bio

Figure N°19 : Fréquences d'introduction des fruits frais bio

Figure N°20 : Origine des fruits frais bio

Figure N°21 : Les principaux fruits bio utilisés

Figure N°22 : Les principaux fournisseurs de légumes frais bio

Figure N°23 : Fréquence d'introduction des légumes bio

Figure N°24 : Origine des légumes bio

Figure N°25 : Principaux légumes bio utilisés

Figure N°26 : Les principaux fournisseurs de yaourts

Figure N°27 : Fréquence d'introduction des yaourts bio

Figure N°28 : Origine des yaourts bio

Figure N°29 : Les principaux fournisseurs de fromage bio

Figure N°30 : Fréquence d'introduction des fromages bio

Figure N°31 : Origine des fromages bio

Figure N°32 : Les principaux fournisseurs de desserts lactés bio

Figure N°33 : Fréquence d'introduction des desserts lactés bio

Figure N°34 : Origine des desserts lactés bio

Figure N°35 : Les principaux fournisseurs de lait bio

Figure N°36 : Fréquence d'introduction du lait bio

Figure N°37 : Origine du lait bio

Figure N°38 : Les principaux fournisseurs de pain bio

Figure N°39 : Fréquence d'introduction du pain bio

Figure N°40 : Origine du pain bio

Figure N°41 : Les principaux fournisseurs de viande bio

Figure N°42 : Fréquence d'introduction de la viande bio

Figure N°43 : Origine de la viande bio

Figure N°44 : Les principaux fournisseurs de féculents bio

Figure N°45 : Fréquence d'introduction des féculents bio

Figure N°46 : Origine des féculents bio

Figure N°47 : Les principaux fournisseurs de viande et poisson surgelés

Figure N°48 : Fréquence d'introduction de la viande et du poisson surgelés bio

Figure N°49 : Origine de la viande et du poisson surgelés bio

Figure N°50 : Les principaux fournisseurs de légumes surgelés

Figure N°51 : Fréquence d'introduction des légumes bio surgelés

Figure N°52 : Les principaux légumes bio surgelés utilisés

Figure N°53 : Extrait des informations recueillies sur une mercuriale pour des produits laitiers bio

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N°1 : Principales Sociétés de restauration collective intervenant dans la région

Tableau N°2 : Répartition des établissements en fonction du nombre de repas/jour

Tableau N°3 : Comparaison du coût matière par repas en fonction de l'introduction des produits bio

Tableau N°4 : Premières raisons de non introduction du bio

Tableau N°5 : Deuxièmes raisons de non introduction du bio

Tableau N°6 : Les gammes de produits biologiques utilisés

Tableau N°7 : Les principaux produits laitiers bio

Tableau N°8 : Les principaux fruits bio

Tableau N°9 : Les principaux légumes bio

Tableau N°10 : Les viandes et poissons bio

Tableau N°11 : Principales conserves bio

Tableau N°12 : Principaux légumes 4^{ème} gamme bio

Tableau N°13 : Les différentes gammes de légumes bio

Tableau N°14 : Estimation des achats de produits conventionnels

Tableau N°15 : Estimations des achats biologiques

Tableau N°16 : Estimation de la proportion de produits bio achetés

Tableau N°17 : Estimation de la production régionale en Bio comparée à la demande

Tableau N°18 : Origine des approvisionnements

INTRODUCTION

Au sein des marchés alimentaires, l'agriculture biologique devient aujourd'hui un véritable îlot de croissance. Ce segment de marché fait l'objet de toutes les convoitises que ce soit chez les industriels ou les distributeurs et dans ce mouvement, la restauration collective représente un secteur de développement majeur. En effet, quinze millions de Français prennent chaque jour un repas hors de leur domicile, dont la moitié en restauration collective. C'est près de 73 000 structures de restauration collective publiques et privées qui distribuent ainsi 8 millions de repas chaque jour. Pour la seule restauration publique, c'est 386,5 millions de repas par an en France et 14,3 millions de repas en Languedoc-Roussillon en 2008 (Gira Foodservice, 2009).

C'est depuis les années 90 que les produits bio ont fait leur apparition dans la restauration collective mais leur introduction s'est considérablement accentuée depuis le Grenelle de l'environnement. En 2008, la parution d'une circulaire reprenant les objectifs du Grenelle a également vivement incité les restaurants d'administration à donner l'exemple en fixant le seuil de 15% de produits biologiques pour 2010 et 20% pour l'horizon 2012¹. Suite à ces préconisations, et dans le cadre du plan régional de l'alimentation, les acteurs de l'agriculture biologique régionale soutenus par la DRAAF du Languedoc-Roussillon souhaitent faire un premier diagnostic de la situation en région et mettre en place un observatoire de l'état d'introduction des produits bio au sein des restaurants collectifs publics tous secteurs d'activité confondus.

C'est dans ce cadre que le CIHEAM-IAMM a mené cet état des lieux.

La première partie sera consacrée au contexte de l'étude où sera présenté un panorama de l'agriculture biologique en France et en région puis l'on abordera l'organisation et la gestion de la restauration collective. Nous nous attacherons par la suite à la méthodologie employée avant de présenter les résultats des enquêtes auprès des restaurants collectifs et des acteurs de la filière.

Le présent rapport se décompose en deux volets. Le premier s'intéresse essentiellement à la quantification et la qualification de l'introduction des produits biologiques au sein des restaurants publics de la région. Cela permettra de connaître les principaux produits biologiques utilisés dans le cadre de la restauration collective ainsi que les volumes commandés par rapport à l'ensemble des denrées alimentaires.

Puis, nous nous attacherons aux différentes filières d'approvisionnement mises en place par les établissements de restauration et à leurs pratiques d'achats, tout en essayant d'identifier l'origine géographique des produits utilisés régionalement.

¹ Circulaire du 2 mai 2008 : Exemplarité de l'Etat en matière d'utilisation de produits issus de l'agriculture biologique dans la restauration collective.

CONTEXTE DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE ET DE LA RESTAURATION COLLECTIVE EN FRANCE

I. L'agriculture Bio en France

1.1 Etat de lieux de l'agriculture biologique en France

La France est l'un des pays agricoles les plus importants en Europe, représentant 22% de la SAU européenne totale. Le secteur de l'agriculture biologique s'est beaucoup développé en France pendant les dernières années. En 10 ans le nombre d'exploitations bio en France a pratiquement doublé ainsi que la superficie certifiée Bio et la superficie cultivée en cours de conversion. On observe une première augmentation des surfaces jusque dans les années 2003 avant une stagnation jusqu'en 2008, puis cela remonte progressivement. Cette reprise est le résultat d'un processus politique lié au Grenelle de l'environnement, mais aussi d'un contexte économique et social marqué par des crises historiques des filières de l'agriculture conventionnelle. Une description de cette évolution est régulièrement fournie par l'Agence Bio² à partir de laquelle, les chiffres officiels du développement ont été extraits.

1.2 L'agriculture biologique en France, un secteur en pleine expansion : chiffres clés

Fin 2010, 20 604 exploitations agricoles étaient engagées en agriculture biologique, soit une augmentation de 25% par rapport à 2009 et de 55% par rapport à 2008. Les exploitations en bio représentaient 4% des exploitations agricoles en France. La superficie en mode de production biologique était de 845 440 ha (+25% par rapport à 2009), dont 273 626 ha en conversion. Les surfaces conduites en bio représentaient 3 % de la surface agricole en France.

En 2010, les surfaces en conversion ont très fortement augmenté : + 80% par rapport à 2008. Au vu des surfaces en conversion, les surfaces certifiées bio augmenteront de plus de 15% en 2011, et plus encore en 2012. (Agence Bio 2011).

² L'Agence Bio est un groupement d'intérêt public dont la mission est de développer et de promouvoir l'agriculture biologique. Site www.agencebio.org

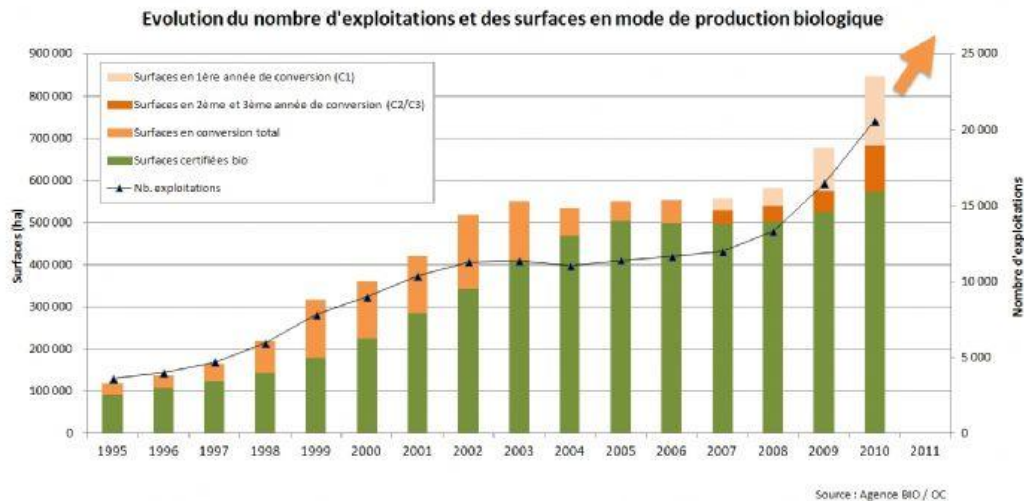


Figure n°1 - Évolution du nombre d'exploitation et des surfaces en mode de production biologique

1.3 Expansion des superficies bio

En 2010, la superficie totale en mode de production biologique était de 845 440 ha, avec une augmentation de 25% par rapport à 2009. Ces surfaces, conduites en respectant le cahier des charges de l'agriculture biologique, sont réparties en deux catégories :

- Les surfaces « certifiées bio », ou « AB » qui réunissent les parties dont la période de conversion est terminée, étaient de **571.814 ha en 2010** (+9% par rapport à 2009). Les productions issues de ces parcelles peuvent donc être commercialisées avec la mention « agriculture biologique ».
- Les surfaces « en conversion » sont des surfaces en phase transition du mode de production conventionnel vers le bio. La durée de conversion peut aller de 2 ans pour les cultures annuelles à 3 ans pour les cultures pérennes. Elles comprennent les surfaces en 1ère, 2ème et 3ème année de conversion (C1, C2, C3). La surface en conversion était en 2010 de **273.626 ha** (+ 80% par rapport à 2009).

En 2010, sur le total des surfaces cultivées en mode de production biologique, seulement 32% sont en conversion, contre 68% certifiées bio. Entre les années 2002 et 2008 les surfaces en mode de production biologique se sont peu développées en passant de 517.965 ha à 557.133 ha, tandis que, pendant les 3 dernières années, on assiste à la plus forte expansion avec une croissance de 45 % entre 2008 et 2010 (Agence Bio 2011).

1.4 Répartition des surfaces bio par région

En 2010, près de la moitié des surfaces bio était localisée dans 5 régions :

- Midi-Pyrénées,
- Pays-de-Loire,
- Rhône-Alpes,
- Languedoc-Roussillon,
- PACA.

Les régions qui ont dépassé le seuil des 2 000 d'exploitations bio, sont :

1. Rhône-Alpes : 2.290 exploitations et 75.786 ha de surface cultivée
2. Languedoc-Roussillon : 2.200 exploitations et 74.596 ha de surface cultivée
3. Midi-Pyrénées : 2.176 exploitations et 105.499 ha de surface cultivée

Sept régions, en ajoutant l'Aquitaine, PACA, Pays de la Loire et Bretagne aux précédentes, ont dépassé les 1.000 exploitations.

La part de l'agriculture biologique dans l'ensemble du territoire agricole varie fortement d'une région à l'autre. En 2010, les surfaces d'Agriculture Biologique de la région Provence-Alpes-Côte-D'azur ont dépassé 10% alors que, dans le même période, elles se situaient à 0,5% seulement en Picardie. Deux régions, Languedoc Roussillon et PACA avaient passé le seuil des 6% de leur SAU conduite en bio, 10 régions celui des 3%, 4 régions avaient encore une part de l'agriculture biologique inférieure à 1% : Champagne-Ardenne, Haute-Normandie, Nord-Pas-de-Calais et Picardie.

Région	Nombres d'exploitations		Surfaces certifiées bio (ha)	Surfaces en conversion (ha)	Surfaces totales 2010 (ha)	% conversion/ total bio	Evolution des surfaces 2010/2009	% de SAU en bio en 2010
	2010	2010/2009						
ALSACE	488	+14,3%	11 805	3 387	15 192	22,3%	+12,0%	4,54%
AQUITAINE	1 954	+38,5%	27 701	21 829	49 529	44,1%	+40,6%	3,58%
AUVERGNE	818	+21,4%	27 053	14 951	42 004	35,6%	+27,2%	2,80%
BASSE-NORMANDIE	739	+25,3%	25 974	10 175	36 150	28,1%	+13,8%	2,93%
BOURGOGNE	772	+23,7%	26 945	13 864	40 808	34,0%	+26,1%	2,31%
BRETAGNE	1 541	+19,3%	36 936	16 242	53 178	30,5%	+21,4%	3,22%
CENTRE	662	+24,4%	20 125	11 834	31 958	37,0%	+26,9%	1,37%
CHAMPAGNE-ARDENNE	313	+49,0%	7 457	7 285	14 742	49,4%	+67,2%	0,95%
CORSE	215	+18,1%	6 195	2 448	8 643	28,3%	+19,1%	5,59%
FRANCHE-COMTE	458	+18,3%	23 714	7 397	31 111	23,8%	+22,4%	4,70%
HAUTE-NORMANDIE	156	+44,4%	3 496	2 526	6 022	41,9%	+31,9%	0,77%
ILE DE FRANCE	172	+43,3%	4 546	2 211	6 758	32,7%	+32,7%	1,18%
LANGUEDOC-ROUSSILLON	2 200	+23,2%	48 316	26 280	74 596	35,2%	+23,1%	7,91%
LIMOUSIN	431	+22,8%	15 421	5 926	21 348	27,8%	+15,9%	2,52%
LORRAINE	373	+31,8%	19 180	9 820	29 000	33,9%	+36,7%	2,58%
MIDI-PYRENEES	2 176	+34,5%	66 454	39 046	105 499	37,0%	+36,3%	4,61%
NORD-PAS-DE-CALAIS	237	+33,9%	4 325	1 684	6 009	28,0%	+37,0%	0,74%
OUTRE-MER	141	+16,5%	2 020	252	2 271	11,1%	-6,8%	1,83%
PAYS DE LA LOIRE	1 703	+18,5%	63 107	24 640	87 747	28,1%	+16,7%	4,10%
PICARDIE	174	+22,5%	4 927	1 737	6 664	26,1%	+12,3%	0,50%
POITOU-CHARENTES	673	+25,6%	21 900	9 428	31 327	30,1%	+25,6%	1,81%
PACA	1 917	+26,1%	51 763	17 333	69 096	25,1%	+19,7%	10,54%
RHÔNE-ALPES	2 290	+19,3%	52 454	23 332	75 786	30,8%	+22,1%	5,20%
France	20 604	+25,3%	571 814	273 626	845 440	32,4%	+25,0%	3,09%

Figure n°2 - L'agriculture bio dans les régions (Source Agence Bio chiffres clés 2011)

1.5 Les productions végétales et les cheptels Bio

L'année 2010 a été marquée par une hausse des surfaces totales bio pour les différentes productions. Sur les 845 440 ha cultivés selon le mode de production biologique,

- 61% étaient en herbe ou en cultures fourragères
- 20% étaient des grandes cultures
- 8% des cultures pérennes (vigne et arbres fruitiers)

Un fort taux de croissance (+72%), de production bio, a été enregistré dans Midi-Pyrénées (+1 350 ha), en Pays de la Loire et en région Centre, à cause de la plantation de féveroles et de protéagineux.

Le secteur des fruits frais a vu des augmentations de surfaces, principalement en Aquitaine (+941 ha de noyers et +304 ha de pruniers), Limousin (+150 ha de noyers), Haute-Normandie (+150 ha de pommiers à cidre). Enfin, les surfaces de plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM) étaient également en importante augmentation, principalement en PACA, en Rhône-Alpes et Pays de la Loire.

Les légumes bio sont cultivés sur plus de 12.000 ha et dans plus de 4 000 exploitations. La vigne bio est cultivée sur 40.000 ha dans plus de 3.000 exploitations

Le développement du bio a donc touché toutes les catégories de cultures :

- 6 ha bio sur 10 sont toujours en herbe ou couverts de cultures fourragères,
- 2 ha bio sur 10 sont cultivés avec des céréales et oléo-protéagineux,
- 1 ha sur 10 est couvert de vignes, vergers, maraîchage et PPAM.

L'agriculture biologique s'est distinguée en 2010 par une augmentation des surfaces fourragères en raison de leur importance dans la rotation des cultures et pour l'alimentation des élevages de ruminants bio. En 2010, on constate une progression dans le nombre des cheptels bio. L'élevage bovin bio a augmenté de 6% par rapport à 2009.

La production avicole, de poulets de chair et de poules pondeuses a augmenté de 16%. Cette évolution se situe principalement en Bretagne et Auvergne pour ce qui est des poules pondeuses, et en Pays de la Loire, Aquitaine et Auvergne pour ce qui est des poulets de chair. Le secteur porcin présente une nette reprise: les effectifs bio ont augmenté de plus de 30% en 2010 passant de 4 865 à 6 348 truies élevées selon le cahier des charges bio en 2010.

Le secteur ovin reprend aussi son développement surtout dans les élevages laitiers. L'apiculture biologique continue son développement avec une augmentation de 29% du nombre de ruches en 2010 par rapport à 2009 (+27% entre 2008 et 2009), principalement en région PACA et Languedoc-Roussillon où l'évolution est la plus marquée.

II. Structure de la restauration collective en France

2.1 Les différents secteurs d'activités

« La restauration hors domicile (RHD) se compose de la **restauration commerciale** et de la **restauration collective (RC)**. Cette dernière se différencie par sa fonction sociale. Elle est destinée aux personnels et aux usagers des collectivités privées et publiques, afin qu'ils puissent déjeuner sur place ». (Agence Bio 2009). D'après le Syndicat National de la Restauration Collective (SNRC)³, « la restauration collective recouvre toutes les activités consistant à préparer et à fournir des repas aux personnes travaillant et/ou vivant dans les collectivités telles que les entreprises publiques ou privées, les collectivités locales et administrations, les crèches et les établissements scolaires publics ou privés, les hôpitaux ainsi que les établissements sociaux et médico-sociaux accueillant les personnes âgées ou handicapées, et tous les autres organismes publics et privés assurant l'alimentation de leurs ressortissants: les forces armées, le monde carcéral, l'éducation surveillée et les communautés religieuses. La restauration collective s'adresse aux membres d'une collectivité: enfants, salariés, malades. Le repas est servi quotidiennement et dans les locaux appartenant à l'entreprise ou à la collectivité. Le prix d'un repas en restauration collective est obligatoirement inférieur à celui pratiqué par les restaurants similaires ouverts au public. Bénéficier de repas sur le lieu d'activité à un prix réduit représente un avantage social pour les membres des collectivités et constitue un élément important de la politique sociale de celles-ci. » (SNRC 2012).

Selon la nomenclature du GIRA Foodservice, (institut d'études d'informations, pour l'analyse du fonctionnement des marchés) la restauration collective se compose de quatre secteurs répartis en 18 segments:

Restauration du travail

- Entreprises privées et administrations publiques
- Restaurants municipaux
- Centres de formation pour adultes
- Résidences sociales pour travailleurs

Restauration scolaire

- Écoles primaires publiques
- Lycées et collèges publics
- Groupes scolaires privés
- Écoles agricoles
- Universités
- Écoles supérieures

Restauration du secteur santé et social

- Hôpitaux publics
- Cliniques privées

³ SNRC Le Syndicat national de la restauration collective regroupe 31 sociétés de restauration collective (SRC) qui exercent leur activité dans le cadre de la sous-traitance.

- Établissements accueillant des personnes du 3ème âge
- Établissements sociaux

Autres collectivités

- Structures collectives de loisirs
- Armées
- Prisons
- Autres diverses collectivités

2.2 Les différents modes de gestion de la restauration collective

Il existe plusieurs modes de gestion pour le service public de restauration précisément cadré de façon juridique pour optimiser l'achat public et permettre aux collectivités de gérer le service en fonction de leurs moyens économiques, matériels et humains, ou en fonction de leur volonté.

➤ Régie directe

Un restaurant collectif en gestion directe achète, cuisine ses produits, veille à la gestion, à l'hygiène et au goût. Cette définition du CCC⁴ montre bien que dans le cas de l'autogestion ou régie directe, l'établissement organisateur gère l'ensemble du service public de restauration collective.

➤ Délégation de service public

La collectivité organisatrice d'un service public de restauration collective, peut en déléguer la gestion par contrat à un prestataire extérieur. La nature de la délégation de service public dépendra de la nature des besoins à satisfaire, étant entendu que dans tous les cas de figure, la collectivité doit transférer les risques et la responsabilité de l'exploitation au prestataire.

S'agissant du transfert des risques financiers d'exploitation, la loi n°2001-1168 du 11 décembre 2001, portant mesures urgentes de réformes à caractère économique et financier (loi MURCEF), définit la délégation de service public comme un contrat « ... dont la rémunération est substantiellement liée aux résultats de l'exploitation du service ».

Il faut souligner en matière de restauration collective, que :

- La rémunération du délégataire sera fonction du nombre de repas produits pour les usagers.
- L'encaissement des tarifs de repas auprès des usagers est réalisé par le délégataire.
- Le caractère administratif et social reconnu à la restauration se traduit par le versement par la collectivité de subventions au délégataire destinées à compenser un niveau de tarif encaissé auprès des usagers inférieur au coût contractuel de revient de la prestation.

La délégation du service public de restauration collective consiste donc à déplacer tout ou partie de la responsabilité de l'organisation du repas vers un prestataire extérieur. Il faut noter que le mode de rémunération du prestataire est lié au nombre de repas servis, que l'encaissement du prix des repas est fait par le prestataire et que si le prix perçu auprès des convives est inférieur au coût défini dans le contrat, une subvention compensatoire sera versée par la collectivité.

⁴ Le CCC (Comité de Coordination des Collectivités) est une association reconnue par les services de l'état comme le représentant officiel du secteur professionnel de la restauration collective en gestion directe.

➤ Les différents contrats possibles

Pour déléguer la gestion de ce service, la collectivité peut utiliser différents contrats lui permettant généralement de :

- déplacer la responsabilité de l'organisation du service ;
- déplacer la responsabilité civile et pénale ;
- répartir les coûts d'investissement et d'entretien de l'outil de production ;
- trouver du personnel compétent.

Le guide des contrats publics de restauration collective définit tous ces contrats :

- Marché public de travaux de service

Le délégataire sera chargé du financement et de la réalisation des installations du service, et de l'exploitation de ce dernier sur une durée suffisamment longue pour permettre l'amortissement des investissements.

- La régie intéressée

Dans cette hypothèse, la collectivité recourt à un prestataire qui sera chargé de gérer en son nom et pour son compte (régie) ou pour son compte (gérance), le service de restauration.

- Concession de service public

Le délégataire sera chargé de l'exploitation du service public, sans pour autant devoir investir, ni avoir besoin de disposer d'installations propres ; c'est le cas en restauration scolaire avec livraison de repas produits dans une cuisine centrale du prestataire.

- Affermage de service public

Le délégataire sera chargé de l'exploitation du service public, dans des installations financées et réalisées par la collectivité. Le fermier règlera une redevance d'affermage en contrepartie de l'utilisation des installations mises à sa disposition. Le délégataire sera rémunéré par des redevances perçues auprès des usagers du service délégué, ces redevances étant fixées selon le tarif arrêté par la collectivité délégante. Ces redevances généralement d'un niveau inférieur au coût contractuel de revient du service délégué, donneront lieu à subvention versée par la collectivité.

La base taxable à la TVA sera constituée du total des redevances et subventions. La TVA est applicable au taux réduit pour les services délégués de restauration scolaire et éventuellement médico-sociaux. En l'état actuel des textes fiscaux, la TVA est applicable au taux normal pour les services délégués de restauration de personnels civils ou militaires.

2.3 Gestion directe / Gestion concédée : les chiffres clés

En 2009, le mode de gestion directe représentait 63,8 % du marché (en % des repas) de la restauration collective en France et 36,2% pour la gestion concédée avec 2,4 milliards d'€ d'achats alimentaires. La gestion concédée concerne majoritairement la restauration du travail. L'activité des SRC est très dépendante de la restauration d'entreprises qui représente près de la moitié de leur chiffre d'affaires.

En moyenne, 61% des établissements de restauration collective fonctionnent en gestion directe et 39% en gestion concédée à des sociétés spécialisées.

Près de 73 000 structures de restauration collective, publiques ou privées, distribuent environ 3 milliards de repas par an dans les secteurs suivants :

- l'enseignement (restauration scolaire et universitaire)
- la santé et le social (restauration hospitalière, cliniques, maisons de retraite)
- le travail (restauration d'entreprises et d'administrations)
- les autres collectivités (centres de vacances, armées, établissements pénitentiaires)

Trois milliards de repas sont servis en majorité dans le secteur de l'enseignement, qui concentre 47% des cantines, suivi par celui de la santé et du social, qui détiennent 25% des restaurants collectifs, par celui des entreprises et administrations (16 %), et les autres collectivités qui pèsent 12% du marché. L'ensemble de ces secteurs totalise plus de 7 milliards d'euros HT d'achats alimentaires, répartis entre produits frais, produits surgelés et produits d'épicerie (Observatoire 2011 Agence Bio).

III. Cadre législatif de l'agriculture biologique

3.1 Règlementation européenne en matière d'agriculture biologique

À partir des années 1920, un nouveau courant de pensée, fondé sur l'éthique et l'écologie, a donné origine à un mode alternatif de production : l'Agriculture Biologique. À partir de 1972, cette agriculture a été reconnue à l'échelle mondiale pour être accueillie comme un signe avant-coureur de l'Agriculture durable. L'Agriculture Biologique est définie comme un mode de production agricole qui exclut l'usage d'engrais et de pesticides de synthèse ainsi que les organismes génétiquement modifiés (OGM).

C'est un mode de gestion agricole précis et de production alimentaire qui associe les meilleures pratiques environnementales pour la préservation des ressources naturelles, une production avec un haut degré de biodiversité et des produits obtenus grâce à des substances et des procédés naturels. L'agriculture biologique est soumise à une réglementation spécifique européenne applicable par tous les États membres et complétée par des dispositions nationales supplémentaires. La réglementation européenne spécifique existante est exprimée à travers les deux règlements suivants : le Règlement 834/2007 du Conseil, relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et le Règlement 889/2008 de la Commission.

Le Règlement 834/2007 donne une définition précise de la production biologique, formulé comme suit :

«...un système global de gestion agricole et de production alimentaire qui allie les meilleures pratiques environnementales, un haut degré de biodiversité, la préservation des ressources naturelles, l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et une méthode de production respectant la préférence de certains consommateurs à l'égard de produits obtenus grâce à des substances et à des procédés naturels. (...) Les organismes génétiquement modifiés (OGM) et les produits obtenus à partir d'OGM ou par des OGM sont incompatibles avec le concept de production biologique et avec la perception qu'ont les consommateurs des produits biologiques. Ils ne devraient

donc être utilisés ni dans l'agriculture biologique ni dans la transformation des produits biologiques (...) Le mode de production biologique joue ainsi un double rôle sociétal: d'une part, il approvisionne un marché spécifique répondant à la demande de produits biologiques émanant des consommateurs et, d'autre part, il fournit des biens publics contribuant à la protection de l'environnement et du bien-être animal ainsi qu'au développement rural ».

Il est en outre indiqué comme suit :

«...l'agriculture biologique devrait surtout s'appuyer sur des ressources renouvelables dans le cadre de systèmes agricoles organisés à l'échelle locale. La production végétale biologique devrait contribuer au maintien et à l'amélioration de la fertilité des sols ainsi qu'à prévenir l'érosion des sols. Les principaux éléments du système de gestion de la production végétale biologique sont les suivants: gestion de la fertilité des sols, choix des espèces et des variétés, rotation pluriannuelle des cultures, recyclage des matières organiques et techniques culturales. Étant donné que l'élevage biologique est une activité liée au sol, les animaux devraient, aussi souvent que possible, pouvoir accéder à des espaces de plein air ou à des pâturages ». (Règlement CE n°834/2007)

Les bases de l'agriculture biologique ont été donc traduites en des réglementations précises:

- normes de production, de transformation et d'importation,
- définition des pratiques par type d'élevage,
- listes positives de produits utilisables,
- principes de contrôle, de certification, de sanction et d'étiquetage.

Le sigle AB est un des signes officiels de qualité reconnus par le Ministère de l'Agriculture française, de même que le logo européen de l'Agriculture Biologique. Les opérateurs de la filière biologique, agriculteurs, transformateurs, importateurs et distributeurs sont aussi sujets aux contrôles annuels et réguliers d'organismes certificateurs indépendants approuvés par le Ministère de l'Agriculture.

À partir du 1er janvier 2009, c'est le règlement européen 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 qui s'applique. En outre, en France, l'introduction des produits biologiques dans la restauration collective, constitue un des axes d'actions de lois "Grenelle 1" et "Grenelle 2" visant aussi à favoriser le développement de l'agriculture biologique. Le gouvernement français en créant le Grenelle II, a défini l'objectif d'atteindre, **6% de surface agricole biologique et 20% de produits biologiques introduits dans les restaurants collectifs de l'État pour 2012.**

3.2 Loi Grenelle de l'environnement

La loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement dite "loi Grenelle 1" a été promulguée le 3 août 2009. Elle propose, à travers 57 articles, des mesures touchant les secteurs de l'énergie et du bâtiment, des transports, de la biodiversité et des milieux naturels, de la gouvernance et enfin des risques pour l'environnement et la santé. Elle entend favoriser la prise en compte de ces nouveaux défis par tous les acteurs, afin de garantir à la société et à l'économie un fonctionnement durable. La loi de référence est la LOI n° 2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement.

L'article premier stipule comme suit:

« La présente loi, avec la volonté et l'ambition de répondre au constat partagé et préoccupant d'une urgence écologique, fixe les objectifs et, à ce titre, définit le cadre d'action, organise la gouvernance à long terme et énonce les instruments de la politique mise en œuvre pour lutter contre le changement climatique et s'y adapter, préserver la biodiversité ainsi que les services qui y sont associés, contribuer à un environnement respectueux de la santé, préserver et mettre en valeur les paysages. Elle assure un nouveau modèle de développement durable qui respecte l'environnement et se combine avec une diminution des consommations en énergie, en eau et autres ressources naturelles. Elle assure une croissance durable sans compromettre les besoins des générations futures. (...) Les politiques publiques doivent promouvoir un développement durable. À cet effet, elles concilient la protection et la mise en valeur de l'environnement, le développement économique et le progrès social

La deuxième loi de programmation relative au Grenelle de l'environnement est la loi Grenelle 2. Promulguée le 12 juillet 2010, la loi portant "engagement national pour l'environnement" correspond à la mise en application d'une partie des engagements du Grenelle Environnement. Les 248 articles qui composent cet important texte de loi déclinent des mesures dans six chantiers majeurs :

- Bâtiments et urbanisme,
- Transports,
- Énergie,
- Biodiversité,
- Risques, santé, déchets,
- Gouvernance.

Le texte de la loi est très complexe et varié, offrant un aperçu complet des objectifs en faveur de la préservation de l'environnement. Parmi les nombreux objectifs fixés par les lois "Grenelle 1" et "Grenelle 2", les plus importants, à propos de notre sujet d'étude, concernent la stratégie mise en place pour la favorisation du développement de l'agriculture biologique et notamment pour l'introduction des produits biologiques dans la restauration collective. À travers le Grenelle 2, le gouvernement français a en fait défini l'objectif d'atteindre pour l'année 2012, 6% de surface agricole biologique et 20% de produits biologiques introduits dans les restaurants collectifs de l'État.

IV. L'introduction de produits bio en restauration collective

Les initiatives avancées en France pour supporter la distribution de produits biologiques dans la restauration collective sont toujours plus nombreuses. L'introduction des produits biologiques dans la restauration hors domicile à caractère social, constitue un des axes d'actions de la loi "Grenelle 1" visant à favoriser le développement de l'agriculture biologique (Observatoire 2011 des produits biologiques en restauration collective. Agence Bio).

L'objectif fixé par l'État pour 2012 est d'attendre 20% de produits biologiques dans les commandes de la restauration collective administrative.

Selon l'étude conduite par le Cabinet Gressard en partenariat avec CSA de 2009 à 2011, bien qu'il manque pour le moment un schéma d'unité et de cohérence territoriale pour développer une connaissance intégrale et une information commune aux différentes actions des entreprises, le marché bio dans le secteur de la restauration collective s'est beaucoup développé de 2008 à 2011. Il est encore modeste mais est en train de se développer fortement.

4.1 L'agriculture Bio au sein de la restauration collective en France

En 2011, 4 180 opérateurs dont 2000 producteurs, 1490 transformateurs et 690 distributeurs, ont alimenté la restauration collective avec leurs produits bio, avec une augmentation de 34% par rapport à 2010. Au début 2011, 46% des établissements de restauration ont donc déclaré utiliser des produits biologiques pour leurs repas, c'est-à-dire près d'un établissement sur deux, alors qu'ils n'étaient que 4% avant 2006.

L'introduction de produits bio est plus significative dans le secteur public avec 57% des établissements par rapport au secteur privé avec 32% des établissements. En 2011 61% d'établissements dans le secteur de l'enseignement (contre 51% en 2010) déclarent proposer des produits bio, suivi du secteur du travail, avec 44% d'établissements (égal en 2010) puis du secteur de la santé et du social avec 23% des établissements (contre 11% en 2010).

L'Observatoire national des produits biologiques en restauration collective a été lancé par l'Agence Bio en 2008. Une étude sur le niveau d'introduction des produits biologiques en restauration collective a été confiée au Cabinet Gressard en partenariat avec CSA de 2009 à 2011. La plupart des produits bio sont introduits par les restaurants du secteur public de l'enseignement et par les grosses structures (plus l'établissement est de taille importante, plus il propose des produits bio : 67% des structures de plus de 500 repas proposent du bio).

Toutefois, dans le contexte global de la restauration collective, restaurateurs et producteurs se connaissent peu. La difficulté majeure citée par le restaurateur concerne en fait la disponibilité d'une offre en produits locaux régulière, calibrée en quantité suffisante. Les freins au développement d'un approvisionnement significatif sont multiples : méconnaissance des circuits de distribution et des intermédiaires, la multiplicité des acteurs de la restauration collective, peu de connaissance des réseaux existants et l'adaptation de l'organisation de la restauration collective aux pratiques de l'agriculture biologique.

Selon le 7ème Baromètre Consommation et perception des produits biologiques, élaboré par l'Agence BIO, les français confirment leur attention pour les produits bio et manifestent un intérêt croissant pour l'introduction de tels produits en restauration hors domicile.

Les professionnels renforcent donc leurs actions :

- 35% de nouveaux restaurants collectifs ont l'intention d'introduire des produits bio d'ici 2012 dont la moitié de manière certaine.

- 71% des restaurants collectifs devraient donc proposer des produits bio à leurs convives d'ici 2012

Mais seulement 1 établissement sur 2 est conscient des objectifs du Grenelle de l'Environnement : 20% de Bio d'ici 2012.

En ce qui concerne le Bio dans les restaurants scolaires, les parents déclarent qu'un 1/3 des élèves (de 3 à 18 ans) fréquentant les restaurants scolaires ont déjà pris un repas avec des produits bio et 78 % des parents sont demandeurs.

Concernant le Bio dans les restaurants d'entreprises : 41% des actifs sont demandeurs en souhaitant manger des produits bio dans leur restaurant d'entreprise (contre 38% en 2008), et 37% en souhaitent dans les distributeurs automatiques sur leur lieu de travail (contre 32%).

Nous avons en France une forte demande pour les produits locaux et nationaux et nous faisons le constat qu'environ 30% des produits biologiques consommés en France sont importés. Il y a donc des marges de croissance de la demande bio locale importantes.

4.2 L'agriculture Bio dans la région Languedoc Roussillon

Les données suivantes ont été extrapolées à partir des chiffres fournis par l'Agence Bio après la 2ème conférence régionale de la bio, qui s'est tenue en Février 2011 et à travers le bulletin d'information sur l'offre alimentaire de la Direction Régionale de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Forêt. La région Languedoc Roussillon montre un grand dynamisme en raison de la progression de 77 % en 5 ans de ses surfaces agricoles utiles (SAU) cultivées en mode biologique. Avec 8 % de SAU bio, elle dépasse largement l'objectif fixé de 6 % par le Grenelle de l'Environnement et la moyenne nationale de 3 %.

Le Languedoc-Roussillon possède le 1er vignoble biologique et le 1er verger de fruits à noyaux français et est troisième pour l'importance du verger de fruits et des cultures de légumes bio. Les élevages ovins et caprins lait ont une importance nationale, le cheptel régional représentant 15 % du cheptel national bio en ovins lait et 10 % en caprins.

L'aval est également bien représenté, avec plus de 470 préparateurs certifiés biologiques en 2011⁵. 7,9 % de la superficie agricole utilisée régionale est cultivée selon le mode biologique avec :

⁵ Bulletin d'information Offre Alimentaire 2012

- 200 exploitations cultivent 74 596 ha en AB ou conversion AB.
- 442 transformateurs de produits issus de l'AB.
- Plusieurs départements de la région sont dans le top 6 français :
 - concernant le nombre de producteurs bio, le Gard est 2^{ème} avec 641 producteurs et l'Hérault 4^{ème}
 - concernant la part de SAU, les Pyrénées Orientales sont 2^{ème} avec 12 %
 - concernant la surface cultivée, l'Aude est 6^{ème} avec 19932 ha

La région Languedoc Roussillon est donc bien placée du côté de l'offre des produits biologiques en comparaison avec les autres régions de France.

4.3 Direction régionale de l'alimentation de l'agriculture et de la forêt du Languedoc Roussillon : encourager la Bio en restauration collective publique

Dans le domaine de l'alimentation, la DRAAF est chargée de coordonner la déclinaison régionale de la politique publique de l'alimentation. En effet, la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche de Juillet 2010 a inscrit dans le code rural une politique publique de l'alimentation, réaffirmant ainsi le lien fort entre l'alimentation de tous les citoyens et les productions agricoles. Cette politique a donné lieu à un programme opérationnel interministériel : le « Programme National pour l'Alimentation » (PNA). Ce programme, qui vise à donner à chacun les moyens de connaître, apprécier et accéder à la richesse de l'alimentation, est décliné en interministériel dans toutes les régions.

En Languedoc-Roussillon, la DRAAF travaille pour cela avec les nombreux acteurs de l'alimentation en région, réunis périodiquement lors du Comité Régional de l'Alimentation (CRALIM). La valorisation d'une alimentation de qualité, au moyen des produits biologiques, figure parmi les priorités.

C'est dans ce cadre que l'IAMM, soutenu par la DRAAF, a collaboré avec l'association interprofessionnelle Sud et Bio pour conduire un projet d'observatoire de la consommation en produits issus de l'agriculture biologique dans la restauration collective publique régionale.

Le projet Bio RHD

V. Objectifs de l'étude

Objectif général

L'objectif principal de l'étude est de réaliser un observatoire régional sur l'état d'introduction des produits biologiques dans le domaine de la restauration collective publique. Cet observatoire a pour principal objectif de faire état aux pouvoirs publics et aux professionnels de l'agriculture de l'introduction des produits issus de l'Agriculture Biologiques dans le cadre de la restauration collective publique. En effet, suite aux préconisations du Grenelle de l'environnement et depuis la publication de la circulaire de « Etat exemplaire » du 2 mai 2008⁶, qui donne comme objectif d'introduire 20% de produits issus de l'Agriculture Biologiques dans la restauration collective d'Etat d'ici l'horizon 2012, la région Languedoc-Roussillon souhaite faire un premier diagnostic de la situation en région.

Objectifs spécifiques

L'étude doit pouvoir répondre à trois objectifs clairement définis:

- a) La réalisation d'un état des lieux sur la restauration collective publique en Languedoc-Roussillon en quantifiant l'introduction des produits issus de l'Agriculture Biologique
- b) L'identification des filières d'approvisionnements et de l'origine des produits biologiques utilisés régionalement
- c) L'analyse du choix des consommateurs dans le cadre de la restauration collective. Voir dans quelle mesure l'information apportée au consommateur sur le produit biologique, peut influencer ses choix.

Champ d'observation de l'étude

L'étude porte sur toute la restauration hors-domicile publique dans sa globalité et tous secteurs confondus, à savoir⁷ :

- **la restauration du travail** (restaurants administratifs et inter administratifs publics, restaurants municipaux, centres de formation pour adultes, résidences sociales pour travailleurs...)
- **la restauration scolaire** (écoles primaire, collèges, lycées publics, universités et écoles supérieures publiques...)
- **la restauration du secteur santé et social** (hôpitaux, maisons de retraite, établissements sociaux publics...)
- la restauration des autres collectivités : **structures collectives de loisirs, l'armée, les pénitenciers** et les diverses collectivités publiques.

⁶ La circulaire et son annexe sont accessibles depuis le site <http://www.legifrance.gouv.fr>

⁷ Selon la nomenclature de GIRA FOODSERVICE reprise par l'étude du Cabinet Gressard pour l'Agence Bio

VI. Méthodologie d'enquête – démarche exploratoire

La réalisation de cette étude a nécessité de mettre autour de la table les acteurs clés pouvant apporter des informations pertinentes à la fois dans le domaine de la restauration collective mais aussi sur la filière et les marchés des produits bio. C'est pour cela qu'il est paru tout de suite évident de constituer un comité d'orientation composé d'acteurs complémentaires vis-à-vis de ces domaines.

Il a donc été décidé d'inclure :

- la DRAAF,
- le service du conseil régional qui est en charge de la répartition des crédits affectés à l'animation de la filière bio au niveau régional,
- l'interprofession Sud et Bio qui a pour principal mission le développement de la filière bio dans la région,
- les services des conseils généraux dédiés à la restauration scolaire du Gard et de l'Hérault qui sont des acteurs incontournables et,
- l'association « Un plus Bio », association qui a pour vocation d'accompagner et de former les professionnels impliqués dans la restauration collective à l'introduction du bio dans leurs cantines.

6.1 Création du fichier de recensement des restaurants collectifs publics dans la région Languedoc-Roussillon

Le premier objectif de l'étude a été de constituer un fichier recensant les restaurants collectifs publics de la région Languedoc-Roussillon. Ce fichier constituera une base de travail pour notre étude afin de réaliser nos enquêtes. Il faut savoir que dans la région aucune structure ou entité ne possède une vision globale et exhaustive sur la restauration collective publique. Une source aurait pu éventuellement nous aider dans l'établissement de ce fichier, il s'agit du cabinet d'étude GIRA Foodservices⁸ qui possède une base de données sur les restaurants de collectivités. Cette dernière est d'ailleurs régulièrement actualisée et contient des données et indicateurs pertinents sur la restauration qui aurait pu nous être fort utiles. Malheureusement il n'a pas été possible de se procurer cette base de données puisque ce type de cabinet travaille pour les ministères et vend ces services. Il a donc fallu trouver une autre manière de construire ce fichier.

a. Socle de départ pour le recensement

Pour débiter ce recensement gigantesque, nous ne sommes pas malgré tout partis de rien. En effet, la DRAAF nous a fourni dans un premier temps un listing sous format excel de structures publiques et privées pouvant potentiellement accueillir en son sein un restaurant et/ou une cuisine collectif. Ce fichier comportant plus de 4000 références d'établissements avec leurs adresses postales et les numéros de téléphones a été élaboré par l'association LRIA (Languedoc Roussillon des Industries Agro-alimentaires).

⁸ Gira Foodservice est un institut d'études créé en 1970. Il propose des études sur le marché de la restauration hors domicile, du consommateur aux sociétés de restauration, en passant par les fournisseurs et distributeurs. Il dispose et alimente également une base de données qualitative sur les sociétés du marché food service.

Ce listing fut d'ailleurs repris, complété et réactualisé par l'INRA en 2009 dans le cadre du projet d'étude « COXINEL » du programme PSDR « Pour et Sur le Développement Régional ». Ce fichier devait nous être livré au début du projet afin de pouvoir organiser et commencer nos enquêtes au plus vite mais malheureusement ce dernier nous a été envoyé tardivement ce qui a retardé le lancement des enquêtes.

Cette base de données construite à partir du fichier d'origine de LRIA était beaucoup plus pertinente puisque, premièrement, elle était plus complète notamment avec la présence des contacts de toutes les mairies et surtout puisqu'elle avait aussi l'énorme avantage d'avoir les adresses e-mail de la plupart des structures référencées. Ce qui est, indiscutablement, plus pratique pour lancer une enquête de cette envergure. C'est donc à partir de ce fichier que nous avons élaboré une troisième base de données qui devait recenser tous les restaurants collectifs publics de la région Languedoc-Roussillon.

La première étape a donc été de compiler ces deux fichiers en supprimant toutes les redondances et compléter les structures manquantes à l'appel. Il a fallu également supprimer les structures privées qui ne faisaient pas partie du champ d'observation de notre étude. Par ailleurs et pour compléter ce premier listing, la DRAAF nous a également fourni une base de données émanant des Services Vétérinaires. C'est le fichier dont ils se servent pour réaliser leurs contrôles sanitaires. Cette base est censée contenir l'ensemble des restaurants collectifs publics et privés de la région, mais n'était que partiellement exploitable et présentait de nombreuses erreurs.

Tout d'abord il n'était pas possible de trier les établissements en fonction de leur statut juridique et donc de faire la distinction entre les restaurants publics et ceux du privé. De plus, les informations contenues dans cette base ne sont pas toujours très pertinentes pour l'objet de l'étude, ni uniformément renseignées du fait que le fichier est ancien et a été complété par de nombreuses personnes différentes.

Nous avons donc décidé de nous appuyer sur cette base seulement pour le secteur de la restauration du travail. Nous avons donc extrait de ce fichier la liste des établissements qui nous intéressaient.

b. Enrichissement du fichier

En concertation avec le comité de pilotage, nous avons décidé de solliciter les institutions responsables pour chacun des secteurs manquants ou incomplets afin qu'ils nous fournissent les listes d'établissements dont ils ont la gestion. Nous avons fait cette démarche pour le domaine de la santé, du scolaire (pour les collèges et lycées), pour les structures de loisirs et l'armée.

Pour les établissements médico-sociaux, nous nous sommes rapprochés de l'Agence Régionale de la Santé, qui nous a fourni une liste exhaustive des structures de soins en région. Pour le scolaire, les cinq conseils généraux et le conseil régional nous ont transmis les listes des collèges et lycées avec pour chacun le mode de fonctionnement de leur restauration (gestion directe ou concédée), ce qui nous a permis d'orienter plus facilement notre enquête par la suite.

Pour l'armée, nous avons contacté directement les CIRFA (Centre d'Information et de Recrutement des Forces Armées) qui ont pu nous renseigner sur l'organisation de la restauration au sein des Forces Armées et nous fournir une liste des différents points de restauration. Il faut savoir que les militaires et autres personnels rattachés à l'Armée se restaurent au sein de structures appelées cercles et mess. Ce sont des établissements publics à caractère administratif placés sous la tutelle du ministère de la défense. Ils ont une vocation sociale et culturelle et offrent une solution pratique d'hébergement et de restauration pour les Forces Armées.

Nous avons également pris contact avec les DDCS (Direction Départementale de la Cohésion Sociale) et ou les DDPP (Direction Départementale de la Protection des Populations) pour toucher tout ce qui est accueil de loisirs. Chaque DDCS/DDPP nous a fourni une liste des organisateurs des accueils de loisirs avec hébergements et sans hébergements. La plupart de ces organisateurs sont des mairies ou des collectivités telles que les communautés de communes. Malheureusement d'après les DDCS ces listes sont incomplètes, ne sont pas réactualisées et présentent de nombreuses erreurs.

Pour finir et être le plus exhaustif possible, nous avons inclus dans notre échantillon toutes les intercommunalités présentes dans la base BANATIC⁹ afin de toucher un spectre le plus large possible pour ce qui concerne la restauration scolaire. En effet, comme nous avons pu voir dans la première partie, la compétence de la restauration scolaire du 1^{er} degré est à la charge des municipalités, mais bon nombre d'entre elles ont mutualisé leurs moyens et ont délégué ce service aux communautés de communes ou aux syndicats intercommunaux.

Au final, le fichier qui a été constitué contenait plus de 3 000 structures potentiellement intéressées par notre enquête.

6.2 Création des outils d'enquêtes

Pour la réalisation des questionnaires, nous avons cherché à être le plus pragmatique possible en réduisant au maximum le nombre de questions pour aller à l'essentiel. Il fallait rendre le questionnaire le plus attrayant et digeste possible pour les répondants.

Après avoir étudié les différents observatoires existants dans les autres régions françaises, nous avons sélectionné, en concertation avec le comité de pilotage, les indicateurs cibles de notre étude.

On s'intéressera donc essentiellement

- ❖ pour l'ensemble des établissements :
 - au nombre de repas servis (par jour et par an)
 - au bilan des achats de produits conventionnels pour chaque famille alimentaire
- ❖ pour les établissements qui proposent des produits biologiques :
 - l'année d'introduction des produits bio

⁹ Base NATIONALE sur l'InterCommunalité. Cette base émane du Ministère de l'Intérieur. Elle contient les coordonnées des mairies, communautés de communes et de toutes les intercommunalités (Communauté Urbaine, Communauté d'Agglomération, Communauté de Communes, Syndicat d'Agglomération, Syndicat Intercommunal à Vocation Unique, Syndication Intercommunal à Vocation Multiple, Syndicat Mixte Fermé, Syndicat Mixte Ouvert, les Pays).

- le type de repas bio proposé et la fréquence (un produit bio / plusieurs produits bio / des plats entièrement bio / des menu 100% bio)
- les catégories, les quantités, la fréquence, l'origine et les fournisseurs de produits bio
- le budget consacré aux produits bio par rapport à l'ensemble des commandes réalisé par le restaurant
- le coût matière d'un repas
- ❖ pour les établissements ne travaillant pas avec des produits biologiques :
 - les raisons pour lesquelles ils ne commandent pas de produits bio
 - si ils sont intéressés pour en acheter de temps en temps
 - quels types de produits et en quelle quantité

L'enquête a porté sur les données de l'année 2011.

6.3 Test du questionnaire

Une phase test a été réalisée pour valider le questionnaire et juger si ce dernier était adapté aux différentes situations et cas de figures possibles pour la restauration collective.

Le test a été réalisé sur une vingtaine d'établissements et structures de restauration collective tous secteurs confondus. A la suite du test, certaines questions se sont posées. Tout d'abord, il semblait y avoir une incohérence dans la structure du questionnaire qui nous avait échappé lors de la phase de création. La partie sur le bilan des achats conventionnels était positionnée juste après la question : Proposez-vous des produits bio ? Ceci portait à confusion et les répondants renseignaient le bilan des achats bio à la place du bilan des achats conventionnels. Nous avons donc rectifié ce détail et rendu plus logique l'ordre et l'enchaînement des différentes parties du questionnaire.

Le deuxième « problème » rencontré lors de la phase de test était la difficulté pour les enquêtés à remplir la partie réservée au bilan des achats conventionnels. En effet, nous nous sommes vite rendu compte que tous les établissements avaient des méthodes de travail assez différentes. Certains établissements nous ont dit avoir mis plus de 2 heures pour renseigner le questionnaire à cause de cette partie, d'autres ne l'ont même pas rempli car cela leur prendrait beaucoup trop de temps pour effectuer ce récapitulatif.

En effet, pour un certain nombre d'établissements il est difficile d'avoir un accès rapide à ce type de données. Pourtant il existe des logiciels de gestion et de calcul des commandes comme par exemple « Salamandre » ou « Presto », mais ce type de logiciel n'est pas toujours utilisé et présente des limites. Tout d'abord, il semblerait que les données ne peuvent pas être sauvegardées d'une année sur l'autre ; les gestionnaires sont obligés d'écraser les données de l'année précédente pour remplir l'année en cours. De plus sur ces logiciels, il n'y a aucun moyen de distinguer ou différencier les produits en fonction de leur nature biologique ou conventionnelle ou encore si ce sont des produits locaux par exemple.

Avec ces exemples on comprend les limites de l'exploitation de ces logiciels pour répondre à notre questionnaire.

D'après ces constats, il serait fort intéressant de lancer une réflexion sur une méthode de gestion des commandes harmonisée et unique à l'ensemble des restaurants collectifs publics afin de pouvoir suivre dans le temps de manière simplifiée ces différents indicateurs.

Ensuite il faut savoir que tous les chefs de cuisine ou gestionnaires ne travaillent pas avec ce type de logiciel et qu'ils sont encore nombreux à tenir des bilans d'achats de manière informelle en archivant simplement leurs factures. On peut donc comprendre la difficulté et le travail que peut représenter la recherche des informations demandées. Pour les cuisines qui présentent une gestion concédée, ce n'est pas la cuisine qui détient les informations sur les bilans d'achats mais en général le prestataire privé ou alors la cuisine centrale. Or, la majorité des prestataires ne sont pas d'accord pour fournir ce type d'informations qui restent confidentielles à leurs yeux. De plus, les prestataires privés gèrent à la fois des restaurants collectifs publics mais aussi des restaurants collectifs privés et ils sont dans l'incapacité de différencier les quantités commandées en fonction de leurs clients. Cela leur demanderait un travail de recherche et de comptabilité trop conséquent. Au vu des différents cas de figures, nous avons tout de même choisi de maintenir la question sur le bilan des achats conventionnels en espérant avoir un maximum de retour.

Le questionnaire a donc été finalisé et envoyé à tous les membres du comité de pilotage pour une relecture et validation de leur part.

6.4 Phase de lancement des questionnaires

Au vu de la taille de l'échantillon, nous avons choisi de contacter et d'envoyer le maximum de questionnaires par e-mail pour toutes les structures pour lesquelles nous avons les adresses e-mail. Pour les autres, un envoi postal s'imposait.

Pour envoyer le questionnaire à autant d'adresses e-mail, nous avons eu recours à la création d'une liste de diffusion qui fut établie en interne avec le service informatique de l'IAMM. Cette liste de diffusion contenait très exactement 2568 adresses e-mail avec un taux d'erreur de 9,4%, ce qui correspond à 241 adresses. L'enquête a donc été envoyée par voie électronique le 27 avril 2012 à 2327 structures. En parallèle nous avons adressé le questionnaire par voie postale à tous les établissements non présents sur notre listing d'adresse e-mail. Au total cela représentait 631 envois postaux.

Au final, l'enquête a donc été adressée à 2958 structures susceptibles de contenir en leur sein un restaurant collectif ou structure gérant ou ayant la compétence de gérer un site de restauration collectif.

Les courriers étant partis fin avril et début mai pour les envois postaux, une date butoir de retour d'enquête fut donnée au 9 juin 2012, laissant ainsi aux établissements et structures un peu plus d'un

mois pour répondre au questionnaire. Sachant que pour le secteur scolaire la période pré grandes vacances n'est pas la plus propice pour obtenir un taux de retour maximum.

Afin d'avoir un maximum de retours, nous avons réalisé des relances auprès des établissements toutes les deux semaines jusqu'au début du mois de juillet. Les relances ont été effectuées :

- ❖ le 11 mai 2012
- ❖ le 29 mai 2012
- ❖ le 11 juin 2012
- ❖ le 21 juin 2012
- ❖ et le 10 juillet 2012 avec pour cette dernière, une simplification du questionnaire pour motiver les structures à répondre.

En effet, pour la dernière relance, il nous a paru judicieux de supprimer la question sur le bilan des achats conventionnels afin d'encourager les personnes enquêtées à répondre.

En parallèle, nous avons établi le masque de saisie servant à la saisie des données récoltées et permettant l'analyse de ces dernières. Pour cela, nous avons travaillé avec le logiciel Excel.

6.5 Discussion sur la taille de l'échantillon et sa représentativité

Dans notre étude la question de la représentativité de notre échantillon est assez complexe à résoudre. En effet, pour savoir si un échantillon est représentatif il faut dans un premier temps connaître les caractéristiques de la population source (celle dans laquelle l'échantillon va être choisi et pour laquelle il doit être représentatif). Or, ici, nous ne la connaissons pas a priori.

Ensuite, différentes méthodes existent pour construire un échantillon d'étude représentatif mais l'objectif reste le même, à savoir, obtenir un échantillon qui se rapproche le plus de la population de référence. Or, dans notre étude, la difficulté réside dans le fait que nous n'avons pas de statistiques générales fiables au sujet de la restauration collective publique de la région Languedoc-Roussillon.

Les seules données sont celles de l'Agence Bio datant de 2007 où sont recensées en tout et pour tout 2816 structures de restauration collective publiques et privées incluses dans la région du Languedoc Roussillon. En revanche, aucune donnée n'est disponible sur la répartition des restaurants collectifs par secteurs d'activité en région. C'est pourquoi la question de la représentativité n'est pas si évidente dans notre étude. Néanmoins, de par notre approche méthodologique décrite précédemment, nous avons essayé de nous en approcher au maximum et d'en respecter les principes en sélectionnant une population d'étude la plus exhaustive possible.

En revanche, la comparaison de certains de nos chiffres avec ceux avancés par l'Agence bio amène des interrogations. En effet, si l'Agence Bio recense 2800 structures de restauration publiques et privées en région, de notre côté, nous en comptabilisons presque 3000 établissements seulement dans le domaine public. A ce niveau, nous pouvons nous demander si notre recensement n'est pas trop large et inclut certaines structures qui ne possèdent pas de service de restauration.

Résultats des enquêtes

Au vu du temps imparti pour réaliser l'étude, nous avons pris la décision de clôturer l'enquête au 1^{er} septembre malgré un taux de réponse plus faible que nos attentes.

VII. Présentation de l'échantillon

7.1 Caractéristiques de la population mère

A partir des différentes sources et fichiers à notre disposition, nous avons identifié environ 3000 structures ayant potentiellement un restaurant collectif. Or, il semble que ce chiffre soit largement surestimé. En effet, après le retour des enquêtes, le chiffre se rapproche plus des 2400 structures. Il faut savoir que les différents fichiers et listes que nous avons pu nous procurer présentaient de nombreuses erreurs. Ensuite, nous avons choisi de supprimer tous les accueils de loisirs avec hébergement et sans hébergement, qui, finalement, étaient pour la plupart déjà comptabilisés dans les catégories mairies et les intercommunalités. En effet, le service de restauration des accueils de loisirs est dans la majorité des cas celui de la commune, en tout cas pour le secteur public. De plus, au fil de l'étude, un bon nombre de collectivités nous ont indiqué ne pas avoir la compétence de la restauration et donc pas de gestion de restaurant collectif.

Au final, notre fichier de recensement compte 2363 adresses de structures possédant potentiellement un restaurant collectif ou en ayant la charge.

7.2 Taux de retours/participation

Sur les 3000 envois effectués et après 5 relances officielles, 250 questionnaires nous ont été retournés et ont pu être exploités pour l'analyse. Si nous considérons qu'il existe 2363 restaurants collectifs publics, on peut estimer un taux de participation approchant les 11%.

a. Taux de participation par secteur d'activité

La figure n°4 décrit les taux de participation par types d'établissements. Le taux de participation moyen est de 11% tous secteurs confondus. Les établissements s'étant le plus mobilisés pour cette enquête sont les lycées avec 37,1% de participation par rapport à l'ensemble des lycées. A contrario, les mairies et les intercommunalités, qui ont la compétence du service de la restauration pour les écoles élémentaires n'ont répondu qu'à 7,3%. Pour les autres secteurs, le taux de participation est compris entre 10% pour les établissements médico-sociaux à 19% pour le secteur pénitencier et l'armée.

La forte participation des lycées s'explique en grande partie par les relances successives qui ont été effectuées par les services de la Région durant la période d'enquête. Des relances écrites mais également en direct auprès des chefs d'établissements.

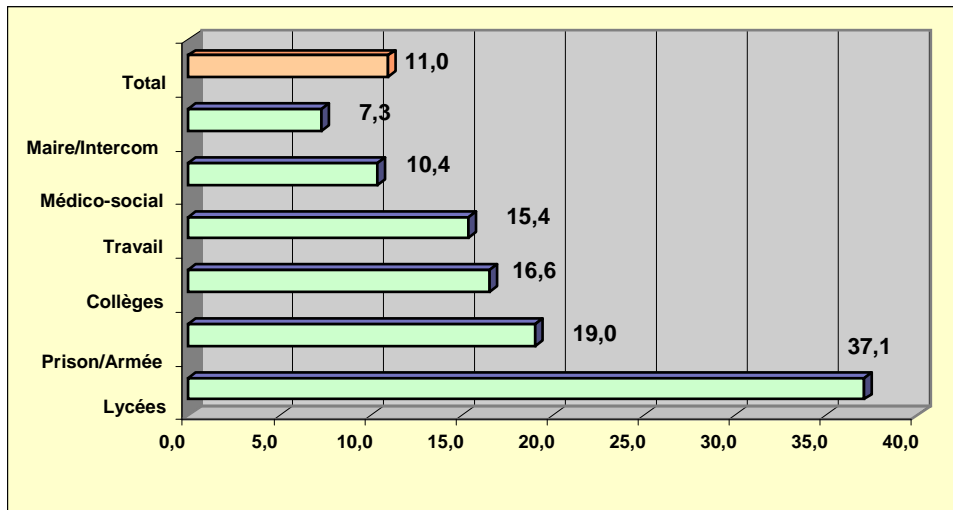


Figure n°4 – Taux de participation en fonction du secteur d'activité

b. Caractéristiques de l'échantillon d'étude et représentativité

Comme nous l'avons expliqué précédemment, la question de la représentativité est assez complexe à résoudre dans le cadre de notre étude. En effet, pour parler de représentativité, il est nécessaire et primordial de posséder des données sur les caractéristiques de la population mère, celle sur laquelle on veut extrapoler les résultats. Or, nous n'avons aucune donnée, ni caractéristiques précises de notre population mère, à savoir, les restaurants collectifs publics de la région Languedoc-Roussillon. Les seules données que nous avons et à partir desquelles nous pouvons sortir des statistiques sont celles de notre recensement.

C'est pourquoi, pour la suite de notre étude, la notion de représentativité fera référence à la comparaison entre les caractéristiques de notre échantillon et celles de notre population recensée qui fait office de population mère.

c. Représentativité géographique de l'échantillon d'étude

D'après la figure n°5, on peut constater que notre échantillon est plutôt bien représentatif des cinq départements de la région Languedoc-Roussillon. Toutefois, on notera une légère sur-représentativité des établissements présents dans le Gard. En effet, c'est dans le département du Gard que les structures ont été les plus nombreuses à nous répondre. Néanmoins cette mobilisation plus forte des établissements dans le département du Gard ne déséquilibre pas non plus notre échantillon et n'est pas suffisant pour remettre en question la représentativité de ce dernier.

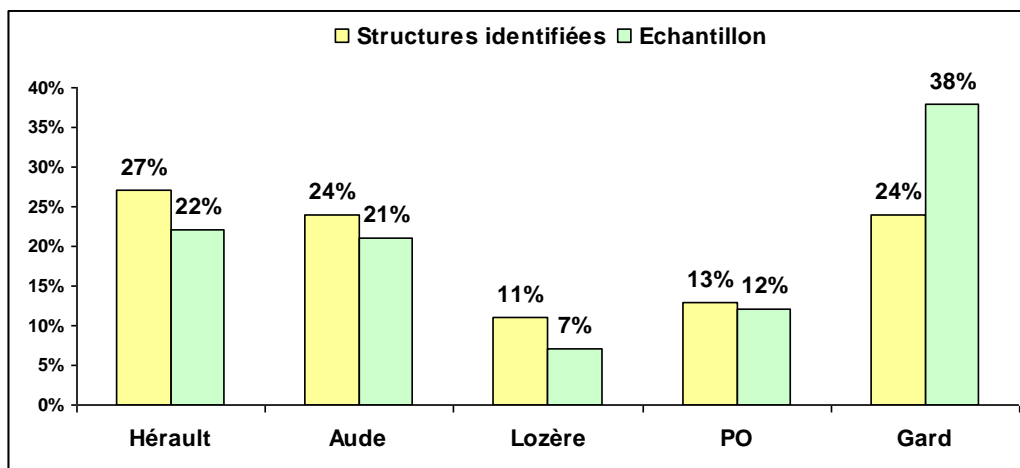


Figure n°5 – Représentativité de l'échantillon en fonction du département

d. Représentativité sectorielle de notre échantillon

Après s'être intéressé à la représentativité géographique de notre échantillon, il faut se pencher sur la représentativité par secteur d'activité. D'après la figure N°6, on remarque que la structure de notre échantillon est conforme à celle de notre population mère en ce qui concerne les différents secteurs d'activité¹⁰ de la restauration collective. La représentativité de notre échantillon en fonction du secteur d'activité est donc admise.

Dans la figure n°6 on constate que la majorité des établissements de notre étude sont des établissements appartenant à la catégorie « Enseignement », il est donc important de détailler ce secteur en particulier, c'est ce que présente la figure n°7.

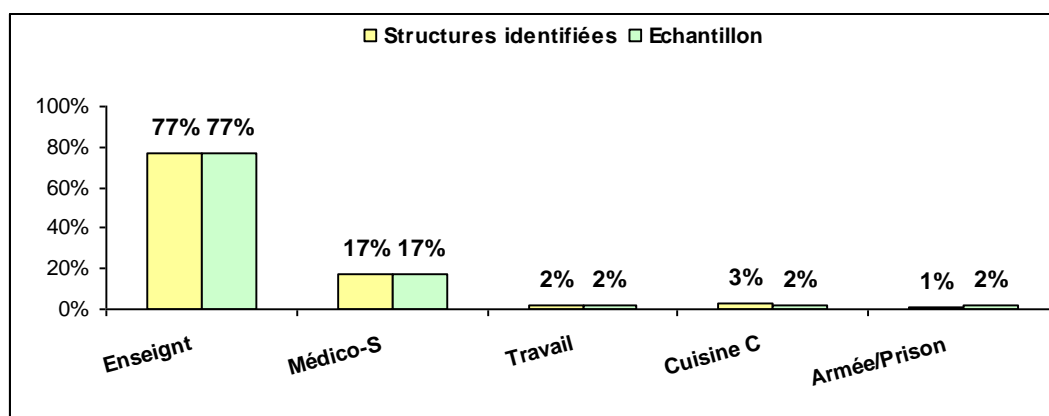


Figure n°6 – Représentativité de l'échantillon en fonction du secteur d'activité

¹⁰ Ici nous avons construit 5 typologies différentes suivant les secteurs d'activité concernée. Nous avons choisi de mettre à part les cuisines centrales pour la simple et bonne raison qu'elles desservent des restaurants de différent secteur d'activité.

Sur ce graphique, on peut commenter deux choses. Premièrement on remarque que les écoles élémentaires sont légèrement sous représentées et que les établissements du secondaire (collèges et lycées) sont quant à eux sur représentés. Quoiqu'il en soit, on reste malgré tout dans des ordres de grandeur convenables et on peut dire que notre échantillon est proche de notre population recensée initialement.

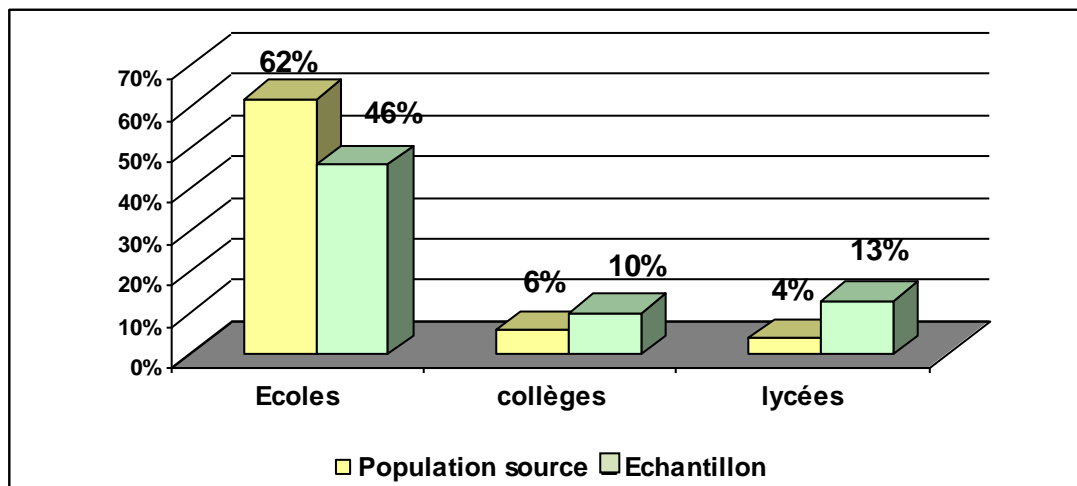


Figure n°7 – Représentativité de l'échantillon au sein de la catégorie « Enseignement »

e. Représentativité quantitative de notre échantillon

Il est également important pour parler de représentativité de s'intéresser à la dimension quantitative. En effet, nous nous sommes assuré que sur le plan qualitatif notre échantillon était représentatif. Maintenant voyons ce qu'il représente en terme quantitatif. Pour cela nous avons choisi d'utiliser l'indicateur du nombre de repas et de regarder le poids que notre échantillon représente par rapport à la totalité des repas de la restauration collective publique dans la région Languedoc Roussillon.

Pour cela nous nous sommes rapprochés des principaux organismes qui pouvaient être à même de nous apporter des informations générales sur la restauration collective, à savoir dans un premier temps le CCC France (Comité de Coordination des Collectivités) qui a un certain regard sur l'ensemble de la restauration collective. Le CCC est une association reconnue par les services de l'Etat comme étant le représentant officiel du secteur professionnel de la restauration collective en gestion directe. Ses principaux adhérents sont des cuisines collectives en gestion directe.

Pour obtenir ces informations, nous avons donc décidé de contacter le correspondant du CCC en région qui est Monsieur Belloc, vice président du CCC pour la région Midi-Pyrénées (sachant que le Languedoc-Roussillon est rattaché à cette région). Une étude de prospection avait bien été effectuée dans ce sens mais malheureusement pour nous elle est introuvable. Néanmoins nous avons pu échanger avec lui sur le sujet de la restauration collective. Lorsque nous lui avons parlé des difficultés rencontrées pour obtenir des données et des informations sur le domaine de la restauration cela ne l'a pas surpris outre mesure. En effet, pour eux aussi il est très compliqué de se procurer ce type

d'information et pourtant ils sont directement impliqués. Il nous a expliqué que les données que possède le CCC proviennent essentiellement de ce que leur transmettent les adhérents et ces statistiques n'ont donc pas une représentativité absolue. Il faut savoir que les données qui leur sont fournies dépendent à la fois du taux d'adhérents par région mais aussi de la volonté de chaque établissement à communiquer. En Bourgogne par exemple, la quasi-totalité des établissements sont adhérents au CCC et communiquent leurs données ; le CCC a donc pour cette région des statistiques presque complètes et représentatives alors que pour la région Midi Pyrénées c'est plutôt le cas de figure inverse. D'après lui, il manque terriblement de centralisation au niveau des services et des institutions impliqués dans la restauration collective pour pouvoir récolter ce type d'information. Même si ce ne sont pas des données confidentielles, il n'existe aucun croisement ni échange de statistiques entre les institutions. Les chiffres sur la restauration collective émanent des bureaux d'études privés pour le compte des ministères et sont payants.

Toujours dans un but de recherche de ces données, nous avons décidé de contacter AGORES, qui est l'association nationale des directeurs de la restauration collective, en espérant qu'ils aient de leurs côtés des statistiques sur la restauration collective en France. Mais encore une fois notre demande fut sans succès.

Nous avons donc choisi de prendre comme référence les données éditées par l'Agence Bio dans leur état des lieux sur la restauration collective en 2007. Dans cette étude, ils avancent un chiffre sur la production des repas d'environ 108 millions de repas par an, mais cela comprend à la fois le domaine privé et public. En effet, dans leur étude aucune distinction n'était faite entre les deux secteurs.

Au sein de notre échantillon, nous comptabilisons environ 17 millions de repas par an mais seulement pour les restaurants collectifs publics. Sans prendre en considération la distinction public/privé cela représente 16% des repas de la région. En réalité notre échantillon représente un pourcentage bien plus important. Nous pouvons donc estimer que notre échantillon d'étude est représentatif d'un point de vue quantitatif.

Dans la suite, nous nous intéresserons à la description de notre échantillon avec ses différentes caractéristiques. En revanche, aucune comparaison ne pourra être faite avec la population mère puisque nous n'avons pas de données.

VIII. Analyses des résultats d'enquêtes

8.1 Données générales

8.1.1 Le mode de gestion des restaurants

Sur les 250 établissements ayant répondu à l'enquête, 60% sont en gestion directe et 40% en gestion concédée (Figure n°8). A titre d'information, l'Agence bio dans son étude de 2007, recensait 69% d'établissements en gestion directe et 31% en gestion concédée dans la région Languedoc-

Roussillon. Il semble donc y avoir une progression des restaurants en gestion concédée. Cette tendance est d’ailleurs confirmée par le Syndicat National de la Restauration Collective qui avance au niveau national une croissance de 24% en 5 ans du marché de la restauration collective en gestion concédée (calculé sur le nombre de repas servis).

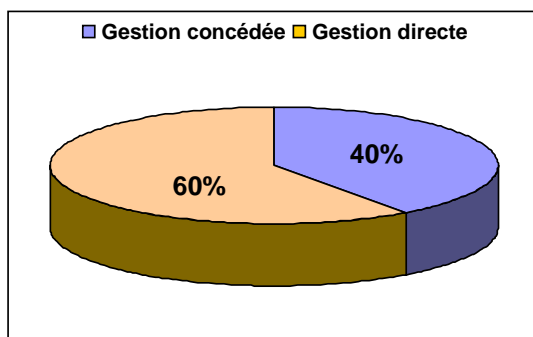


Figure n°8 – Répartition des modes de gestion des restaurants

Avec la figure n°9, on peut remarquer que c’est pour le secteur d’activité médico-social que la proportion d’établissements gérés en direct est la plus importante avec 79%, alors que pour le secteur du travail c’est très nettement la gestion concédée qui domine à 67%. Pour les structures de l’enseignement la proportion est plus équilibrée avec 55% de gestion directe contre 45% de gestion concédée.

Ici, nous n’avons pas présenté volontairement les catégories « Armée/Pénitencier » et « cuisines centrales » car le nombre de ces structures n’est pas suffisamment important au sein de notre échantillon pour faire ce type d’analyses.

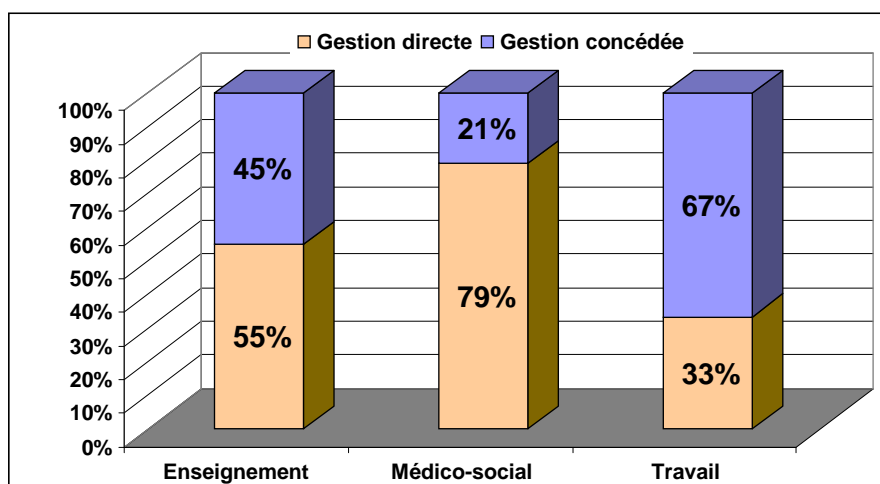


Figure n°9 - Gestion des restaurants en fonction du secteur d’activité

Parmi les 40% de structures présentant une gestion concédée de leur service de restauration, seulement 6% font appel à un fournisseur public ; elles sont alors desservies par une cuisine centrale ou un autre établissement ayant une unité de fabrication propre. Pour le reste, soit 94%, la gestion a été concédée ou déléguée à un prestataire privé (cf figure n°10).

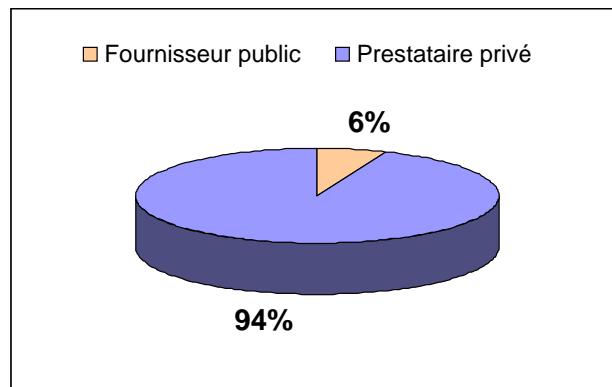


Figure n° 10 - Types de prestataires

Dans le tableau n°1, nous nous sommes intéressés aux principales sociétés de restauration collectives intervenant dans la région. On voit très nettement que le marché est essentiellement détenu par la société Sud Est Traiteur avec 40% des établissements. Cette entreprise qui livre six départements (Pyrénées orientales, Aude, Hérault, Gard mais aussi le Var et les Bouches-du-Rhône) fonctionne en liaison froide et réalise 18 000 couverts par jour et entre 1 600 et 5 000 couverts bio. L'entreprise s'approvisionne auprès des coopératives agricoles de la région mais aussi directement chez des producteurs locaux.

Sud Est Traiteur a d'ailleurs été racheté par Compass Group en septembre 2011 pour Catherine restauration (entité qui gère les cuisines centrales chez Compass Group), ce qui leur donne presque la moitié du marché régional.

Puis en seconde position on retrouve le prestataire Provence plats qui dessert 15% des établissements de notre échantillon.

Tableau n°1 : Principales Sociétés de restauration collective intervenant dans la région en % du total

Nom	
API	6%
Compass Group France	7%
Elior	7%
Provence plats	15%
Sodexo	4%
Sud Est Traiteur	40%
Traiteur tradition	4%
(vide)	0%
Total	83%

8.1.2 Nombre de repas

Un des indicateurs auquel nous nous sommes intéressés est le nombre de repas servis par jour et par an. Ici nous avons distingué 6 classes¹¹ en fonction du nombre de repas servis par jour :

- ❖ classe 1 : établissements servant moins de 100 repas/jour
- ❖ classe 2 : établissements servant entre 100 et 200 repas/jour
- ❖ classe 3 : établissements servant entre 200 et 300 repas/jour
- ❖ classe 4 : établissements servant entre 300 et 500 repas/jour
- ❖ classe 5 : établissements servant entre 500 et 1000 repas/jour
- ❖ classe 6 : établissements servant plus de 1000 repas/jour

Le tableau n°2 nous présente la répartition des établissements suivant les différentes classes. On constate immédiatement que la majorité des établissements soit 30% sert moins de 100 repas jour, et plus de 50% des établissements servent moins de 200 repas par jour. On peut donc noter une majorité de petites structures de restauration collective au sein de notre échantillon.

Si l'on considère l'ensemble des restaurants de notre échantillon, cela représente 140 675 repas par jour soit plus de 16,8 millions de repas par an.

Tableau n°2 - Répartition des établissements en fonction du nombre de repas/jour

Nombre de repas/jour	Pourcentage
<100	30%
100 à 200	22%
200 à 300	8%
300 à 500	11%
500 à 1000	19%
>1000	10%
Total	100%

8.2 L'introduction des produits bio en restauration

Sur l'ensemble des établissements ayant répondu à la question (soit 227) , 65% déclarent introduire des produits biologiques ne serait-ce que de temps en temps alors que 35% n'en achètent jamais.

¹¹ Cette classification est celle utilisée par l'Agence bio dans son étude.

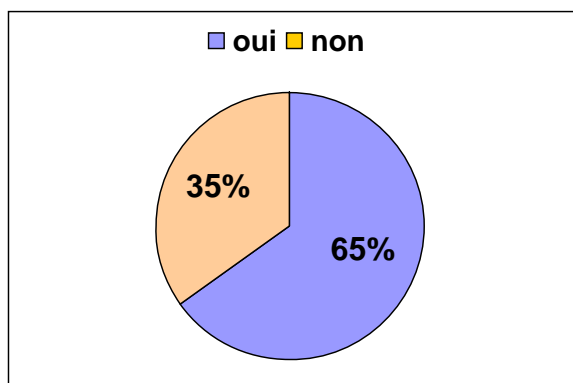


Figure n°11 - Pourcentage d'établissements introduisant des produits biologiques

A titre indicatif, la dernière étude de l'Agence Bio réalisée début 2012, avance que 57% des restaurants du bassin national proposent des produits biologiques à leurs convives. C'est donc légèrement inférieur au pourcentage de notre échantillon.

8.2.1 Année d'introduction

Lorsqu'on leur demande à partir de quelle année ils ont proposé des produits biologiques à leurs convives, 11% des établissements ont commencé en 2008 contre 26% en 2009. Ceci est indéniablement dû au Grenelle de l'environnement. On voit d'ailleurs que le phénomène se poursuit l'année suivante avec 30% des établissements qui déclarent en introduire depuis 2010. Puis la baisse est brutale en 2011 et en 2012 avec respectivement 14% et 8%.

On peut donc supposer que les discussions du Grenelle suivies de la publication de la circulaire « Etat exemplaire » de 2008 ont eu un effet déclencheur de la démarche bio au sein des restaurants puisque c'est l'année suivante (2009) et celle d'après où la majorité des établissements ont choisi d'introduire du bio.

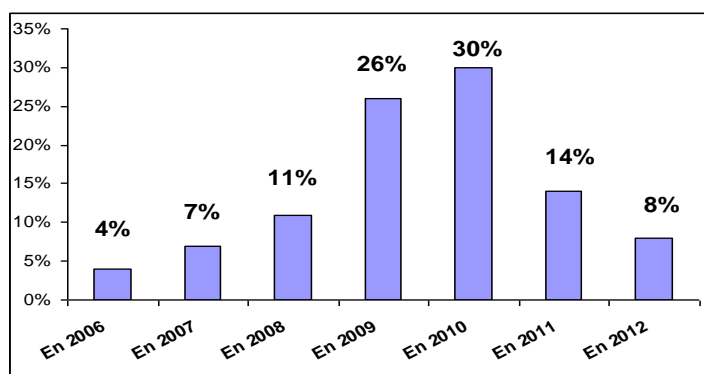


Figure n°12 - Pourcentage d'établissements ayant commencé à introduire des produits biologiques depuis 2000

8.2.2 Le bio dans les différents secteurs d'activité

Si l'on s'intéresse plus précisément aux différents secteurs d'activité, on voit très clairement que les établissements d'enseignement (tous degrés confondus) sont les plus nombreux à introduire des produits bio avec 76% des structures. Ce constat s'explique assez aisément. En effet, l'instauration des produits biologiques dans les menus des établissements d'enseignement représente un enjeu important tout simplement de par l'image que véhicule le bio pour les familles.

De plus, les établissements scolaires portent souvent une attention particulière à l'alimentation des jeunes que ce soit d'un point de vue de l'équilibre alimentaire mais aussi sur la qualité des produits qui leur sont servis au quotidien. Généralement la démarche du bio est lancée grâce à une bonne synergie et dynamique entre les acteurs directement concernés par la confection et l'élaboration des menus, à savoir, le chef de cuisine et son équipe, le gestionnaire et/ou le directeur de l'établissement ou alors sous l'impulsion d'enseignants sensibilisés aux problématiques liées à l'alimentation.

L'initiative peut venir également d'une demande des parents d'élèves ou alors pour les écoles élémentaires directement des élus. Pour le secteur de l'enseignement, il faut savoir qu'en général l'éventuel surcoût engendré par l'achat de produits bio est pris en charge par les collectivités territoriales. C'est le cas notamment pour les collèges du département du Gard où le Conseil Général subventionne une partie du repas bio. C'est également ce que fait le Conseil Général des Pyrénées Orientales pour leurs collèges dans le cadre du « printemps bio ».

L'introduction du bio est également un levier d'action pour les collectivités soucieuses de préserver la santé de ses administrés. De plus, cette démarche permet une sensibilisation de toutes les personnes directement ou indirectement impliquées dans la restauration comme par exemple les familles des élèves. Les enseignants peuvent également trouver un intérêt pédagogique à la démarche bio car celle-ci permet d'aborder divers sujets sociétaux comme le développement durable ou encore le lien entre nutrition et santé.

Pour ce qui est de la restauration du secteur du travail et la restauration du secteur médico-social, ce sont seulement 33% et 29% des établissements qui introduisent des produits biologiques. Ces faibles pourcentages peuvent s'expliquer par plusieurs raisons. Tout d'abord au sein de ces deux secteurs, l'introduction des produits bio dans les menus ne constitue pas un axe prioritaire. De plus, ces établissements ne bénéficient que très rarement de subventions pour mettre en place ce type de démarche, contrairement au secteur de l'enseignement qui en bénéficie dans certaines collectivités.

Pour les établissements médico-sociaux, ce faible taux peut s'expliquer en partie par la spécificité particulière des menus. En effet, dans les structures hospitalières l'élaboration des repas est déjà très contraignante avec les différentes déclinaisons de menus existants (menu diabétique, sans sel, sans graisse, sans résidu, les différentes textures...), l'instauration de produits bio est donc souvent vue comme une contrainte ou difficulté supplémentaire dans la préparation des repas. En outre dans ce type d'établissement, le budget consacré à l'alimentation est parfois très serré et constitue un frein important dans le développement de ce type de démarche. Il faut rappeler également que ce type

d’initiative est très souvent considéré comme secondaire dans le secteur médical, ce qui peut paraître paradoxal, en effet c’est peut-être là que la démarche trouverait toute son utilité.

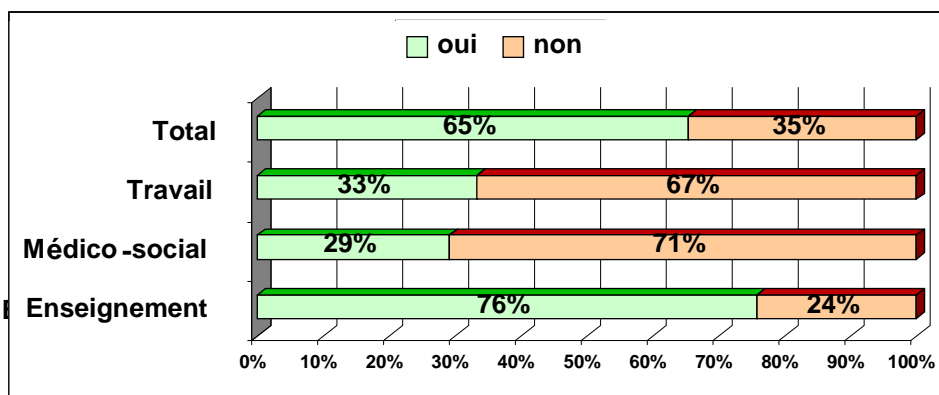


Figure n°13 – Part des établissements ayant introduit du bio en fonction du secteur d’activité

8.2.3 Engagement dans le bio en fonction du mode de gestion

Comme on peut le voir sur la figure n°14, l’introduction des produits biologiques est légèrement plus importante dans les restaurants où la gestion est de type concédé avec 72% d’entre eux, alors qu’elle est un peu en dessous de la moyenne pour les restaurants qui sont en gestion directe avec 61%.

On peut supposer qu’il est peut-être plus facile pour les structures en gestion concédée de mettre une clause dans le cahier des charges stipulant que les prestataires doit travailler avec des produits biologiques que de mettre en place une démarche bio pour les établissements en gestion directe. En effet, il y a tout un travail de recherche des fournisseurs, de réorganisation des méthodes de travail pour ceux qui ont perdu l’habitude de travailler avec des produits bruts, une réflexion sur la limitation de l’éventuel surcoût, un travail de réécriture des appels d’offre, etc. C’est une démarche qui doit être réfléchi et se murir avec les différents protagonistes. Alors que dans le cas d’une gestion concédée tout ce travail est transféré à la société de restauration collective.

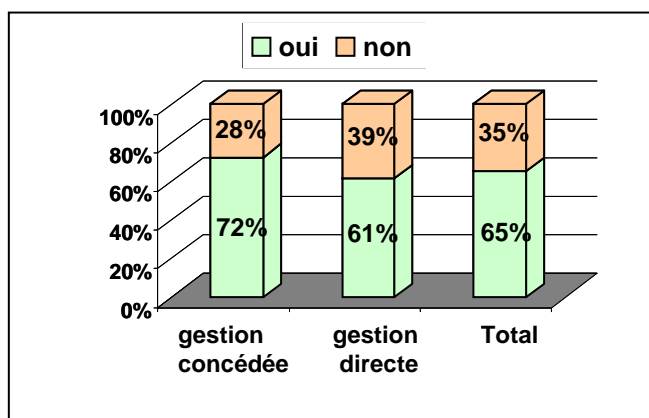


Figure n°14 – Part des établissements ayant introduit du bio en fonction du mode de gestion

8.2.4 Le bio et la taille du restaurant

Nous nous sommes également intéressés au lien entre l'introduction des produits bio et la taille du restaurant. Pour cela nous avons choisi comme indicateur le nombre de couverts servis par jour. D'après la figure n°15, il semblerait que la taille de la structure soit un élément déterminant dans la mise en place d'une démarche bio au sein du restaurant. En effet, on voit très clairement que plus la taille de l'établissement est importante plus les structures sont nombreuses à proposer des produits issus de l'agriculture biologique.

On arrive jusqu'à 80% des établissements servant plus de 1000 repas par jour qui proposent du bio à leur convives, alors qu'ils sont seulement 55% dans la catégorie moins de 100 couverts par jour.

On peut supposer que plus la structure touche un nombre important de convives plus celle-ci est « visible » dans ses pratiques et exposée aux critiques et pressions de la part des élus, des textes de loi...

En revanche, l'idée selon laquelle les petites structures sont plus enclines et ont plus de facilité à introduire des produits bio n'est pas avérée. On peut trouver une partie de l'explication dans la notion d'économie d'échelle que peuvent faire les « grosses structures » par rapport aux « petites ». Par contre les filières d'approvisionnement sont sans nul doute différentes. En effet, les « petits établissements » ont tendance à s'approvisionner davantage auprès de producteurs contrairement aux établissements plus importants qui contractent avec les grossistes. L'offre des producteurs est plus en adéquation en termes de volume avec la demande des petites structures.

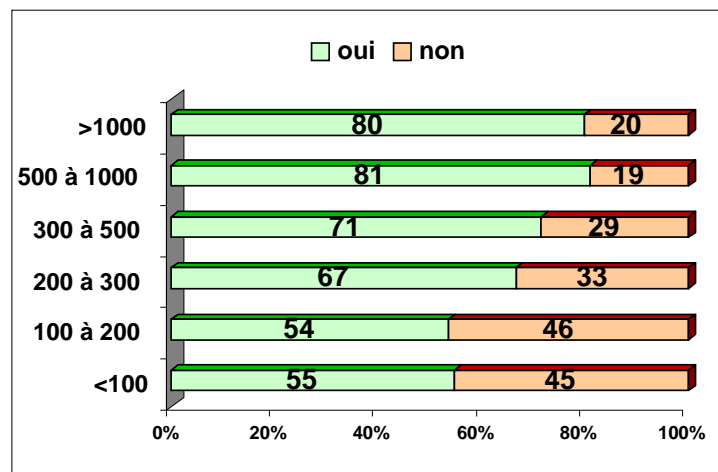


Figure n°15 – Part des établissements ayant introduit du bio en fonction de leur taille (nb de couverts)

8.2.5 Introduction des produits bio en fonction des départements de la Région

Si l'on compare la proportion des établissements proposant des produits biologiques en fonction du département, on constate que c'est dans le département du Gard où ils sont les plus nombreux à

avoir enclenché la démarche du bio avec 81% des établissements ayant participé à l'enquête. Il faut savoir que le département du Gard présente une certaine dynamique sur le développement de la filière du bio. En 2008, le président du Conseil Général a engagé un plan d'action Bio avec pour objectifs de devenir le 1^{er} département bio de France avec la structuration des filières agricoles et le développement du bio de proximité. Pour y parvenir, il a décidé de consacrer 20% de son enveloppe dédiée à l'agriculture pour la filière bio et a confié au CIVAM (Centre d'Initiative pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural) Bio le volet sensibilisation et animation de l'ensemble des acteurs.

Aujourd'hui, le Gard est d'ailleurs le 2^{ème} département français en nombre de producteur bio avec 641 producteurs et est leader national du développement des produits biologiques en restauration collective. C'est également le 1^{er} département par le nombre de producteurs en Languedoc Roussillon et il est leader régional en fruits, légumes et vins Bio.

De plus, dans le département du Gard, l'association « Un plus Bio », très active dans le domaine de la restauration collective, dédie exclusivement son activité à l'accompagnement des projets de restauration collective bio. Tous ces éléments favorisent donc la mise en place de démarches bio dans les restaurants collectifs.

Dans les quatre autres départements, la part des établissements ayant introduit des produits biologiques est bien plus faible que dans le Gard, allant de 64% pour la Lozère à 47% pour le département de l'Aude.

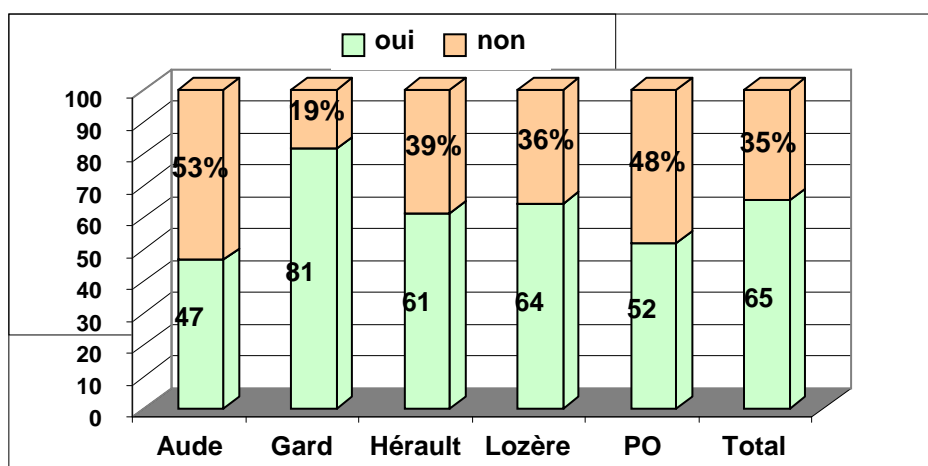


Figure 16 – Part des établissements ayant introduit du bio par département

8.2.6 Types de formules et fréquences

Lorsqu'un établissement décide de travailler avec des produits biologiques, il n'instaure jamais du jour au lendemain des menus 100% bio quotidiennement, la transition se fait progressivement.

Dans notre échantillon, on remarque que la plupart des établissements (22%) proposent un produit biologique quotidiennement. Ils sont seulement 2% à proposer des menus entièrement bio tous les jours, et cela s'explique indéniablement par le facteur coût. En revanche, ils sont plus enclins à

proposer des menus entièrement bio de manière événementielle (16%), mensuelle (12%) ou même pour certains 1 fois par semaine (11%). Telles sont les deux principales tendances que l'on peut observer en ce qui concerne les types de formules proposées et la fréquence. Ce constat semble assez logique dans la mesure où l'on considère que l'instauration du bio représente un surcoût pour le service de restauration.

On peut remarquer également que les plats entièrement bio ne sont quasiment pas pratiqués et que les établissements préfèrent proposer plusieurs produits bio indépendants du plat principal plutôt qu'un plat principal 100% bio. On peut comprendre assez facilement que cela est plus simple et apporte plus de flexibilité dans le choix des produits.

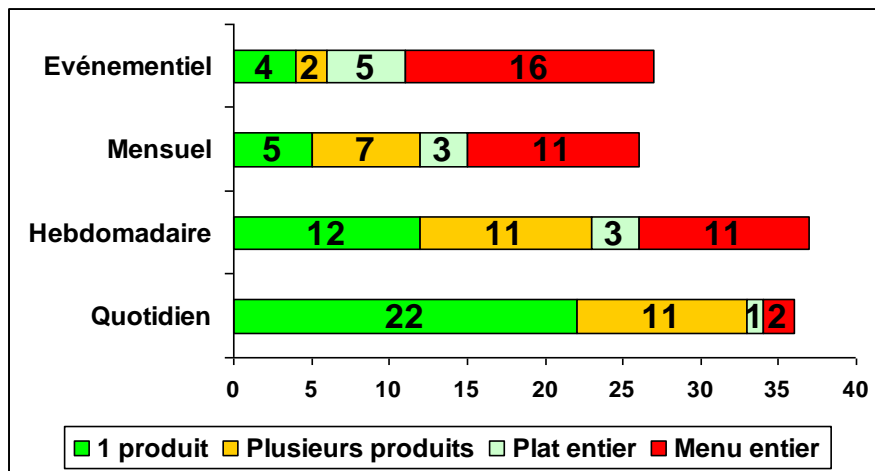


Figure n°17 - Pourcentage des établissements en fonction de la fréquence et du type de formule proposée

Le choix de la formule et la fréquence à laquelle on veut instaurer les produits bio est un élément auquel il faut bien réfléchir avant de se lancer. Il est important de savoir que pour débiter, il est toujours préférable d'introduire un produit biologique de façon régulière plutôt que de proposer des repas 100% bio ponctuellement.

Tout d'abord, si l'on cherche à sensibiliser les convives à l'alimentation bio, l'introduction régulière d'un ou deux produits aura indéniablement un impact plus efficace que l'introduction de masse mais qui reste occasionnelle. Ensuite, du point de vue du coût, il est préférable de réaliser des commandes régulières auprès d'un fournisseur plutôt que des commandes occasionnelles et cela pour plusieurs raisons. Premièrement le fournisseur sera plus à même d'appliquer des remises de prix si le restaurant est un client régulier plutôt qu'un client occasionnel. De plus, les commandes ponctuelles n'intéressent pas toujours les fournisseurs et cela les déstabilise dans leur organisation quotidienne. Ce type de commande ne constitue pas un débouché intéressant pour eux.

De plus, il faut savoir que sur le marché du bio l'offre est très inférieure à la demande, c'est pourquoi il est important de construire des commandes fermes susceptibles d'intéresser les fournisseurs. En

effet, il existe bon nombre de débouchés bien plus rémunérateurs et sécurisants pour eux, comme la GMS ou les magasins spécialisés.

Le groupement d'achats peut être également une solution intéressante pour contrecarrer ce problème. L'objectif étant que plusieurs établissements se regroupent pour passer des commandes. Dans ce cas c'est un établissement qui est chargé de réaliser les commandes pour le compte de l'ensemble des établissements. Cette technique de commandes groupées apporte d'une part un intérêt plus grand pour les fournisseurs mais aussi une force de négociation pour les établissements. En outre, cela permet aux établissements de s'affranchir des contraintes liées à la rédaction des marchés publics puisqu'un seul établissement en a la charge.

Ce choix d'introduire moins de produits bio mais plus régulièrement plutôt que de faire un menu 100% bio une fois par mois est également un choix stratégique pour la structuration des filières. En effet, la deuxième solution va plutôt déstabiliser les filières en donnant beaucoup de travail sur une courte période. Il faut savoir que la filière bio rencontre des difficultés à satisfaire une demande trop ponctuelle, aussi bien d'un point de vue quantitatif que qualitatif. Ce type de pratique peut donc engendrer des commandes infructueuses ou non-conformes qui va décevoir le client et donner une mauvaise image de la filière.

C'est pourquoi il est important que la démarche soit davantage orientée vers une introduction par produits de manière régulière plutôt que multi produits avec une fréquence moins régulière.

8.2.7 Budget consacré à l'achat des produits biologiques

L'indicateur officiel retenu pour évaluer l'introduction des produits biologiques est le pourcentage du montant des achats de produits biologiques.

Dans notre étude, nous nous sommes intéressés à l'évolution de cet indice durant les trois dernières années soit en 2009, 2010 et 2011. En 2009, le montant des achats consacrés aux produits bio s'élevait à 4% du budget total des établissements de restauration collective ayant répondu.. En 2010, on atteignait 6% puis 10% en 2011. On assiste donc à une progression plutôt lente par rapport aux objectifs du Grenelle de l'environnement ou de la circulaire « Etat exemplaire » du 2 mai 2008. En effet, la circulaire demandait aux services de restauration des administrations de l'Etat et des établissements publics placés sous leur tutelle d'utiliser régulièrement des denrées issues de l'agriculture biologique avec pour objectif d'atteindre 15% pour l'année 2010 et 20% pour l'année 2012.

On peut donc d'ores et déjà dire que cet objectif est loin d'être atteint pour les établissements de notre échantillon d'étude puisqu'on atteint seulement 6% pour l'année 2010 soit 9 points de moins que l'objectif fixé par la circulaire. Cela laisse donc perplexe quant au second objectif de 20% pour l'année 2012.

Le surcoût lié à l'introduction du bio

Nous avons cherché à savoir si l'introduction des produits biologiques dans les menus engendrait un surcoût pour les restaurants. Pour cela, nous nous sommes intéressés au coût matières des repas déclaré par les restaurants puis nous avons fait la moyenne des coûts matières en fonction de l'introduction de produits bio dans les menus.

L'analyse donne des résultats assez troublants puisque comme nous pouvons le voir dans le tableau n°3. Le coût matière moyen est strictement identique dans les deux cas de figure, et s'élève à 2,32 euros par repas sur l'année 2011.

Il semblerait donc que l'introduction de produits issus de l'agriculture biologique n'induit pas de surcoût, tout du moins dans notre échantillon d'étude. Ce constat doit être tout de même nuancé dans la mesure où cela est une moyenne et qu'il y a presque autant de cas de figures différents que d'établissements introduisant du bio. Il faut savoir que le prix des produits bio dépend de très nombreux facteurs comme le type de produit, son conditionnement, son origine, le type de fournisseur, les quantités commandées...

Il est donc difficile de généraliser ce résultat à toutes les situations et d'avancer le fait qu'il n'existe pas de surcoût lors de l'introduction de produits biologiques. De plus, on peut penser qu'il y a une compensation de prix entre les produits bio et les produits non bio dans le repas et que l'introduction partielle du bio permet une absorption du surcoût.

Tableau n°3 - Comparaison du coût matière par repas en fonction de l'introduction des produits bio

Coût matière des restaurants introduisant des produits biologiques	Coût matière des restaurants n'introduisant pas de produits biologiques
2,32 euros/repas	2,32 euros/repas

8.2.8 Les raisons de la non introduction des produits biologiques

Différentes études et enquêtes réalisées sur le sujet de la restauration collective bio montrent que le principal frein majeur à la mise en place d'une démarche bio dans les restaurants collectifs est le coût mais aussi les difficultés liées à l'approvisionnement. Voyons ce qu'il en est dans notre étude.

Dans notre questionnaire, nous avons demandé aux restaurants qui n'introduisaient pas de produits biologiques de nous en donner les raisons. Pour cela, ils devaient classer parmi une liste de réponses prédéfinies les trois principaux freins pour lesquels ils ne travaillent pas avec des produits bio.

Le premier frein identifié par les restaurants est le surcoût que représentent les produits biologiques par rapport aux produits conventionnels et cela pour 82% d’entre eux. Ce premier résultat confirme celui de l’étude CSA/Agence BIO qui détaille que 77% des personnes directement impliquées dans la composition des repas considèrent que le prix des produits biologiques constitue un handicap important pour en introduire ou en proposer davantage. D’après cette même étude, 89% des acheteurs constatent d’ailleurs un surcoût avoisinant les 25 à 31%.

Il faut savoir qu’en effet, le surcoût des produits biologiques est bien réel et s’explique par plusieurs éléments. Tout d’abord les exigences particulières qu’impose le cahier des charges de l’agriculture biologique ont des répercussions économiques directes. Les coûts de main-d’œuvre sont plus élevés en raison de l’interdiction des produits chimiques de synthèse qui impose une surveillance accrue des cultures, ou encore le recours au désherbage mécanique qui demande plus de temps et de personnels.

Il faut savoir également que les intrants sont plus chers pour une ferme bio (semences biologiques, aliments bio pour le bétail, engrais et amendements du sol spécifiques, produits naturels de lutte phytosanitaire).

En outre, les rendements et densités d’élevage sont plus faibles qu’en agriculture conventionnelle. Il faut également souligner que la certification de l’agriculture biologique a un certain prix, qui se répercute sur le prix de l’aliment.

Tableau n°4 - Premières raisons de non introduction du bio

Raisons 1	Total
craintes concernant le respect des règles sanitaires des producteurs	1%
freins culturels	3%
freins matériels et humains	1%
insuffisance d'offre en produits bio	8%
le surcoût	82%
méconnaissance de l'offre en produits bio	1%
offre inadaptée à la restauration collective	4%
Total	100%

Deux autres raisons sont majoritairement évoquées comme des freins à l’introduction des produits biologiques : l’insuffisance d’offre en produits biologiques pour 27% et une offre inadaptée à la

restauration collective pour 24%. C'est également ce que met en exergue l'étude réalisée par l'Agence Bio puisque les personnes interrogées citaient, comme second frein, la difficulté de trouver des fournisseurs de produits bio. Cela s'explique notamment par une demande qui ne cesse de croître face à une offre mal structurée ou peu connue. En effet, les gestionnaires ne disposent pas toujours d'une bonne connaissance de l'organisation des filières biologiques sur leur territoire et des différents fournisseurs qui y sont implantés. Il serait intéressant d'établir et de mettre à disposition des établissements des listes de fournisseurs pour simplifier le travail de recherche et d'identification qu'ils doivent réaliser.

Il ne faut pas oublier que dans certains établissements le bio n'est pas à l'ordre du jour tout simplement parce que les acheteurs n'ont pas la main sur les approvisionnements comme cela peut être le cas pour les restaurants en gestion concédée. Même si la volonté de proposer des produits biologiques aux convives est présente, si aucune clause n'a été rédigée dans ce sens, le prestataire n'est pas dans l'obligation de le faire.

Parfois même si des clauses ont été établies sur les quantités, les fréquences ou encore l'origine des produits biologiques, il est difficile pour le restaurant en gestion concédée d'influencer la société de restauration collective sur le choix des fournisseurs. En effet, même si les sociétés de restauration sont en mesure de proposer des repas ou des produits bio, l'approvisionnement peut être plus ou moins difficile en fonction des quantités demandées ou de la nature des produits. En outre, même lorsque les produits sont disponibles localement, les sociétés de restauration font parfois appel aux importations en raison de leur politique tarifaire et de référencement.

Tableau n°5 - Deuxièmes raisons de non introduction du bio

Raison 2	Total
craintes concernant le respect des règles sanitaires des producteurs	9%
freins culturels	3%
freins matériels et humains	11%
insuffisance d'offre en produits bio	27%
le surcoût	7%
méconnaissance de l'AB et ses produits	1%
méconnaissance de l'offre en produits bio	17%
offre inadaptée à la restauration collective	24%
Total	100%

8.2.9 L'intérêt pour les produits biologiques

Parmi les établissements qui n'achètent pas de produits bio, 71% d'entre eux souhaiteraient en introduire ne serait-ce que de temps en temps.

Les catégories alimentaires que les restaurants aimeraient introduire en priorité sont :

- les légumes bio pour 18 établissements, ce qui représenterait environ 9 tonnes,
- les fruits bio pour 16 établissements, ce qui représenterait environ 9 tonnes,
- les yaourts bio pour 8 établissements, ce qui représenterait environ 42 tonnes,
- la viande bio pour 8 établissements, ce qui représenterait 435 tonnes,
- le pain bio pour 7 établissements, ce qui représenterait environ 37 tonnes.

IX. Principaux produits biologiques achetés par la restauration publique

Un des objectifs principaux de l'enquête était d'identifier quels sont les principaux produits biologiques commandés par les établissements et de les quantifier. Ici les quantités ont été calculées à partir de celles déclarées par les 250 restaurants.

9.1 Les gammes de produits biologiques

Sur l'ensemble des produits biologiques proposés par les restaurants, il est rassurant de constater que ce sont essentiellement des produits biologiques frais qui sont utilisés à 88%. Seulement 9% sont des produits surgelés, 2% de conserves bio et 1% de produits de 4^{ème} ou 5^{ème} gamme.

Tableau n°6 - Les gammes de produits biologiques utilisés

Gamme de produits	Pourcentage
Produits frais	88%
Produits Surgelés	9%
Conserves	2%
4 ^{ème} et 5 ^{ème} gamme	1%
Total	100%

La restauration collective est une grande utilisatrice de produits transformés et/ou préparés, plus que de produits bruts. Certaines cuisines ne sont pas équipées de légumeries et achètent des produits transformés. Le succès de la 4e gamme s'explique beaucoup par sa valeur ajoutée : la praticité. En France, 36% des établissements de la restauration collective proposent des produits bio dans leurs menus ne serait-ce que de temps en temps, ce qui correspond à plus de 25 800 établissements de restauration collective. Parmi eux, 39% proposent des menus entièrement bio,

11% ne proposent pas de menus mais des plats complets bio et 50% ne proposent que des produits bio.

Du fait de l'atomisation de l'offre, de la taille des exploitations françaises, des volumes disponibles, les restaurants collectifs et les acheteurs de SRC ont un souci récurrent lié à l'approvisionnement en produits bio en quantité suffisante et dans les délais impartis.

Ce choix de commander majoritairement des produits bio frais est judicieux car cela permet de limiter le surcoût. En effet, on sait parfaitement que plus les produits sont transformés et élaborés plus ils sont chers à l'achat. C'est pourquoi il est essentiel de choisir des produits biologiques bruts ou peu transformés et éviter les produits de 3^{ème}, 4^{ème} et 5^{ème} gamme pour ne pas engendrer de surcoût trop important. Ces produits peuvent être utilisés dans le cas où les infrastructures de la cuisine sont restreintes, citons l'exemple de la cuisine ne présentant pas de légumerie pour pouvoir préparer les produits bruts.

9.2 Les catégories de produits biologiques achetés

On trouve ci-dessous la liste des principaux produits biologiques utilisés par les restaurants enquêtés. Ils ont été classés par gamme de produits. Il est important de distinguer deux choses :

- le pourcentage de restaurants qui proposent le produit en question, ce qui traduit en quelque sorte sa popularité, et,
- la quantité qui a été commandée par l'ensemble des restaurants proposant ce produit.

Cette distinction est importante puisque un produit peut avoir une forte popularité mais n'être commandé qu'en très petites quantités et vice versa ; c'est pourquoi nous avons choisi de présenter les deux résultats qui sont aussi intéressants l'un que l'autre mais n'apportent pas la même information, même si de manière générale, les produits les plus populaires sont ceux qui sont le plus commandés en quantités.

a. Les produits frais

Tout d'abord, parmi les **produits frais, soit 88%** des produits, les catégories alimentaires les plus utilisées sont¹² :

- ❖ les *produits laitiers* : 42% des établissements de l'échantillon en proposent avec essentiellement :
 - des *yaourts* : 41% des établissements en proposent, ce qui représente 400 594 yaourts achetés sur l'année 2011
 - du *fromage* : 30% des établissements en proposent, ce qui représente 19 tonnes achetées sur l'année 2011
 - des *desserts lactés* : 16% des établissements en proposent, ce qui représente 41 571 desserts lactés achetés sur l'année 2011.
 - du *lait* : 11% des établissements en proposent, ce qui représente 3 232 litres achetés sur l'année 2011.

¹² Les pourcentages ont été calculés en prenant comme base les 148 établissements proposant des produits biologiques

Tableau n°7 - Les principaux produits laitiers bio

Produits	% établissements proposant le produit	Quantité
Yaourt (pièce)	41%	400 594
Fromage (T)	30%	19
Desserts Lactés (pièce)	16%	41 571
Lait (l)	11%	3 232

❖ les *fruits* : 35% des établissements en proposent (tous fruits confondus), ce qui représente environ **95 tonnes de fruits** achetées sur l'année 2011 par les restaurants ayant répondu à l'enquête.

Les établissements commandent de préférence :

- des *pommes* : 28% des établissements en proposent, ce qui représente 41,19 tonnes,
- des *kiwis* : 20% des établissements en proposent, ce qui représente 9,92 tonnes,
- des *poires* : 16% des établissements en proposent, ce qui représente 11,45 tonnes,
- des *oranges* : 15% des établissements en proposent, ce qui représente 6,2 tonne,
- des *bananes* : 14% des établissements en proposent, ce qui représente 10,89 tonnes,
- des *melons* : 11% des établissements en proposent, ce qui représente 4,14 tonnes,
- des *pêches* : 9% des établissements en proposent, ce qui représente 2,23 tonnes,
- des *clémentines* : 9% des établissements en proposent, ce qui représente 2,99 tonnes,
- des *abricots* : 9% des établissements en proposent, ce qui représente 3,22 tonnes.

Ici, on constate que la pomme est de loin le fruit qui pèse le plus dans les achats avec 41,19 tonnes achetées sur l'année 2011. Puis vient ensuite la Poire avec 11,45 tonnes, la banane avec 10,89 tonnes et le kiwi avec 9,92 tonnes.

Tableau n°8 - Les principaux fruits bio

Fruits	Quantité (t)
Pomme	41,19
Poire	11,45
Banane	10,89
Kiwi	9,92
Orange	6,2
Melon	4,14
Abricot	3,22
Clémentine	2,99
Pêche	2,23
Pomelos	2,04
Raisin	0,74
Pastèque	0,68
Fraise	0,63
Cerise	0,36
Ananas	0,17
Prune	0,14
Citron	0,08

❖ les *légumes* : 32% des établissements en proposent, ce qui représente environ 63 tonnes de légumes achetées sur l'année 2011. Les établissements commandent principalement :

- des *tomates* : 20% des établissements en proposent, ce qui représente 15,09 tonnes,
- de la *salade* : 18% des établissements en proposent, ce qui représente 13,29 tonnes,
- des *carottes* : 18% des établissements en proposent, ce qui représente 18,46 tonnes,
- des *courgettes* : 15% des établissements en proposent, ce qui représente 8,41 tonnes,
- des *aubergines* : 10% des établissements en proposent, ce qui représente 2,12 tonnes,
- des *choux* : 7% des établissements en proposent, ce qui représente 2,03 tonnes
- des *concombres* : 6% des établissements en proposent, ce qui représente 1,26 tonne.

Tableau n°9 - Les principaux légumes bio

Légumes	Quantité (t)
Carotte	18,46
Tomate	15,09
Salade	13,29
Courgette	8,41
Aubergine	2,12
Chou	2,03
Concombre	1,26
Betterave	0,79
Poireau	0,37
Courge	0,32
Céleri	0,31
Oignon	0,27
Brocoli	0,12
Avocat	0,08
Radis	0,07
Poivron vert	0,06
Fenouil	0,06
Asperge	0,01

❖ les *féculents* : 28% des établissements en proposent, ce qui représente environ 38 tonnes achetées sur l'année 2011 :

- *Pates* : 24% des établissements en proposent, ce qui représente 22,4 tonnes,
- *Riz* : 20% des établissements en proposent, ce qui représente 7,9 tonnes,
- *Pain* : 22% des établissements en proposent et à lui seul il représente plus de 254 tonnes achetées sur l'année 2011

❖ les *viandes-poissons* : 24% des établissements en proposent, ce qui représente environ 51 tonnes achetées sur l'année 2011 avec :

- du *boeuf* : 18% des établissements en proposent, ce qui représente 24,1 tonnes,
- du *poulet* : 14% des établissements en proposent, ce qui représente 13,7 tonnes,
- du *porc* : 12% des établissements en proposent, ce qui représente 4,7 tonnes,

- de la *dinde* : 6% des établissements en proposent, ce qui représente 6,3 tonnes,
- de l'*agneau* : 5% des établissements en proposent, ce qui représente 2,1 tonnes
- du *poisson* : 1% des établissements en propose, ce qui représente 0,15 tonne.

Tableau n°10 - Les viandes et poissons bio

Viande poisson	Quantité (t)
Bœuf	24,06
Poulet	13,72
Dinde	6,35
Porc	4,69
Agneau	2,11
Poisson	0,15

b. Les produits surgelés

Parmi les produits surgelés, soit 9% des produits, on trouve essentiellement :

❖ les légumes : 16% des établissements en achètent, ce qui représente plus de 41 tonnes achetées sur l'année 2011

- Carottes : 16% des établissements en proposent, ce qui représente 15,38 tonnes,
- Haricots verts : 11% des établissements en proposent, ce qui représente 14,47 tonnes,
- Courgettes : 7% des établissements en proposent, ce qui représente 7,03 tonnes
- Choux et brocolis : 7% des établissements en proposent, ce qui représente 0,94 tonnes
- Petits pois : 3 % des établissements en proposent, ce qui représente 0,78 tonnes

❖ les viandes-poissons : 14% des établissements en achètent, ce qui représente plus de 10 tonnes achetées sur l'année 2011

- Boeuf : 12% des établissements en proposent, ce qui représente 7,70 tonnes,
- Poulet : 6% des établissements en proposent, ce qui représente 1,14 tonne,
- Poisson : 3% des établissements en proposent, ce qui représente 1,02 tonne,
- Porc : 2% des établissements en proposent, ce qui représente 0,23 tonne,
- Dinde : 2% des établissements en proposent, ce qui représente 0,14 tonne,
- Agneau : 1% des établissements en proposent, ce qui représente 0,03 tonne.

c. Les conserves

Parmi les produits en *conserves*, soit 2% des produits, les plus fréquents sont :

- Les légumes avec 6% des établissements qui en proposent, ce qui représente environ 3 tonnes achetées sur l'année 2011
- La compote avec 5% des établissements qui en proposent, ce qui représente plus de 11 tonnes achetées sur l'année 2011

Tableau n°11 - Principales conserves bio

Conserves	Quantité (t)
Tomate	2,56
Maïs	0,88
Haricot	0,22
Petits pois	0,01
Betterave	0,01
Total	3,68

d. Les produits de 4^{ème} gamme

Parmi les produits 4^{ème} *gamme bio*, soit 1% des produits, on trouve :

Les légumes pour 8% des établissements qui en proposent, ce qui représente plus de **6 tonnes** achetées sur l'année 2011

Tableau n°12 - Principaux légumes 4^{ème} gamme bio

Légumes	Quantité (t)
Carottes	3,42
Betteraves	1,63
Salade	0,76
Céleri rave	0,2
Chou-fleur	0,14
Total	6,15

La restauration collective publique achète également d'autres produits, en part infime par rapport à la totalité des commandes, moins classiques comme :

- les glaces,
- le miel,
- des plats préparés comme les lasagnes,
- des jus de fruits,
- des tartes surgelées,
- de la purée mousseline,
- des épices et condiments,
- du thé/cacao,
- du sucre ...etc.

9.3 Focus sur les gammes de légumes bio utilisées régionalement

Le tableau n°13 présente les légumes bio utilisés par notre échantillon de restaurants, la répartition par gamme alimentaire (exprimée en pourcentage). La dernière colonne représente le total exprimé en tonnes. Si l'on prend comme exemple les carottes, on peut dire que les restaurants de notre

échantillon ont commandé 37,3 tonnes de carottes bio sur l'année 2011. 50% étaient des carottes fraîches, 41% des carottes surgelées et 9% des carottes en sachet prêtes à l'emploi.

Tableau n°13 - Les différentes gammes de légumes bio

	% frais	% surgelé	% conserve	% 4eme/5eme	Total (t)
Carotte	50	41	0	9	37,26
Tomate	82	4	14	0	18,39
Courgette	54	46	0	0	15,44
HV	0	99	1	0	14,66
Salade	95	0	0	5	14,05
Pomme de terre	80	6	0	14	4,39
Betterave	31	4	0	65	2,52
Aubergine	99	1	0	0	2,14
Chou/Broco	35	56	0	8	1,67
Concombre	100	0	0	0	1,26
Oignon	24	76	0	0	1,13
Maïs	0	0	100	0	0,88
Petit pois	0	100	0	0	0,78
Céleri	50	18	0	32	0,62
Poireau	74	26	0	0	0,50
Epinard	0	100	0	0	0,34
Courge	100	0	0	0	0,32
Champignon	0	100	0	0	0,90
Poivron	76	24	0	0	0,84
Avocat	100	0	0	0	0,77
Artichaut	0	100	0	0	0,70
Potimarron	0	100	0	0	0,70
Radis	100	0	0	0	0,70
Fenouil	100	0	0	0	0,63
Navet	0	100	0	0	0,60
Asperge	100	0	0	0	0,10
Légumineuse	99	0	1	0	4,01

Les haricots verts sont pour la totalité achetés surgelés (99%). Pour les betteraves elles sont majoritairement (65%) achetées en 4^{ème} gamme et 31% fraîches. Les choux et brocolis sont des légumes plutôt achetés surgelés avec 56%, tout comme les oignons et les petits pois avec respectivement 76% et 100% de surgelés. Les épinards, champignons, artichauts, potimarrons et navets sont également achetés en surgelé à 100% alors que les asperges, le fenouil, les radis, les avocats, les courges et concombres sont achetés frais à 100%. Cela s'explique par leur place au sein du repas, en effet, les légumes achetés frais constituent davantage une entrée alors que les légumes achetés en surgelés sont plutôt destinés à l'accompagnement en plat principal ou au sein de préparations. Le maïs est quant à lui acheté en conserve (100%).

Il est assez surprenant de voir que les légumineuses sont achetées fraîches à 99% alors que ce sont des produits que l'on rencontre davantage en conserve au sein de la restauration collective.

9.4 Besoins de la restauration collective en produits bio

D'après les bilans d'achats de produits conventionnels que nous avons pu récolter via l'enquête, nous avons pu estimer le poids que peuvent représenter les achats de l'ensemble des restaurants collectifs publics de la région Languedoc-Roussillon. Bien entendu ces chiffres sont des estimations qui ont été extrapolées à partir des données renseignées par les restaurants mais cela nous donne un ordre de grandeur de ce que pourraient représenter les achats de la restauration collective.

Pour obtenir cette estimation nous avons réalisé un bilan d'achat moyen pour un restaurant puis nous avons multiplié ce bilan par le nombre de restaurants identifiés soit près de 2363 dans la région. Les quantités sont exprimées en tonnes sauf pour les yaourts et desserts lactés qui sont à l'unité et le lait en litre.

Tableau n°14 - Estimation des achats de produits conventionnels par les restaurants collectifs publics de la région

Pour 2363 restaurants		Frais	Surgelés	4 ^e ou 5 ^e gamme	Autres (conserves, ...)
Produits laitiers	Yaourts (pc)	96 086 669			
	Fromage (tonnes)	8 823			
	Lait (L)	8 223 240			
	Desserts lactés (pc)	58 574 044			
Fruits (tonnes)	Pêche	1 602	0	676	527
	Nectarine	1 127	0	198	142
	Abricot	938	0	659	458
	Kiwi	1 633	0	118	0
	Cerise	336	0	723	14
	Pomme	4 116	0	1 118	832
	Poire	1 855	0	1 798	586
Légumes (tonnes)	Salade	2 174	0	3 526	1 815
	Courge	246	577	640	0
	Blettes	430	262	2 268	1 274
	Choux	964	2 502	945	733
	Aubergine	981	326	1 387	0
	Courgette	1 451	2 250	1 371	165
	Tomate	4 849	952	749	2 193
	Concombre	2 139	0	1 602	1 666
Viandes (tonnes)	Melon	1 737	12	418	0
	Bovine	5 664	3 237	2 363	
	Porcine	4 367	896	1 687	
	Ovine	2 056	1 293	867	
Volailles (tonnes)	Poulet	3 963	2 528	801	
	Dinde	3 606	2 519	2 547	
Pain (tonnes)		29 580	2 781 903		

Source : estimation à partir de nos enquêtes

Pour avoir une estimation de ce que pourraient représenter les achats de produits biologiques en restauration collective, nous avons extrapolé les résultats obtenus dans notre enquête à, d'une part l'ensemble des établissements recensés en Région (2363) (on suppose alors que tous les établissements s'engagent dans le bio, mais dans les proportions actuelles) et d'autre part à l'ensemble des établissements qui rempliraient l'objectif des 20% de produits bio. Les quantités estimées sont présentées dans le tableau 15.

Tableau n°15 - Estimations des volumes de produits biologiques achetés par les 2363 restaurants collectifs publics de la région

Si les 2363 restaurants s'engagent au niveau actuel moyen de l'échantillon		Frais	Surgelés
Produits laitiers	Yaourts (pc)	6 469 593	
	Fromage (t)	306	
	Lait (L)	49 430	
	Desserts lactés (pc)	683 210	
Fruits (t)	1 511		
Légumes (t)	1 013	646	
Pâtes (t)	353		
Riz (t)	125		
Pain (t)	4 128		
Viande et poisson (t)	803	158	

Si les 2363 restaurants s'engagent avec 20% d'achats BIO		Frais + surgelés + 4 ^{ème} et 5 ^{ème} gamme
Produits laitiers	Yaourts (pc)	20 511 252
	Fromage (t)	1 826
	Lait (L)	1 654 534
	Desserts lactés (pc)	11 851 451
Fruits (t)		4160
Légumes (t)		6850
Pâtes (t)		-
Riz (t)		-
Pain (t)		562 297
Viande et poisson (t)		7871

Sur ces bases, nous pouvons estimer la proportion d'achats de bio actuels par type de produit pour l'ensemble de la restauration collective publique en Languedoc-Roussillon.

Tableau n°16 – Estimation de la proportion de produits bio achetés dans la restauration collective publique du Languedoc-Roussillon

Pour 2363 restaurants, volumes d'achats BIO/achats totaux		Frais + surgelé + 4ème ou 5ème gamme (%)
Produits laitiers	Yaourts	6,3
	Fromage	3,4
	Lait	0,6
	Desserts lactés	1,2
Fruits		7,3
Légumes		4,8
Pâtes		-
Riz		-
Pain		0,15
Viande et poisson		2,4

Seuls les fruits et légumes et les yaourts atteignent ou dépassent légèrement les 5% des volumes achetés. Pain, lait et desserts lactés ainsi que viandes bio sont achetés dans de très faibles proportions.

9.6 Capacités de la production locale de bio à répondre à la demande de la restauration collective

A partir de ces estimations, nous avons comparé les quantités potentiellement demandées par la restauration collective, avec les disponibilités au niveau régional.

La quantification de la production régionale de bio est extrêmement complexe à appréhender dans la mesure où nous disposons aisément des surfaces cultivées, beaucoup plus rarement des quantités produites sur l'année. Un recensement agricole général de la bio s'avèrerait utile. Nous avons été dans l'impossibilité d'estimer les quantités disponibles régionalement de viandes, poissons et desserts lactés. Pour ces estimations, nous nous sommes basés sur plusieurs sources : Sud et Bio, France Agrimer, Agence BIO.

Il faut souligner que les analyses qui suivent reposent sur l'hypothèse que la totalité de la production bio régionale serait destinée à la restauration collective, ce qui n'est bien sûr pas réaliste, puisque actuellement seuls 4% du marché des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique sont destinés à la restauration collective (Etude Agence Bio/CSA-2012). Toutefois, cette réflexion permet de donner une idée générale de la situation sur les capacités de la Région à répondre à la demande.

Tableau n°17 – Estimation de la production régionale en Bio comparée à la demande

	<i>Production disponible</i>	<i>Demande restauration actuelle</i>	<i>Bilan Offre-Demande actuel</i>	<i>Demande restauration objectif 20%</i>	<i>Bilan Offre-Demande objectif 20%</i>
Fruits (T)	43 830	1511	+42 319	4160	+39 670
Légumes (T)	22 650	1659	+20 991	6850	+15 800
Pâtes (T)	450	353	+97	-	-
Pain (T)	946	4128	-3 182	562297	-561 351
Riz (T)	5 400	125	+5 275	-	-
Lait (L)	440 000	49430	+390 570	1 654 534	-1 214 534
Fromage (T)	159	306	-147	1826	-1667
Yaourts (pièces)	2 933 333	6469593	-3 536 260	20 511 252	-17 577 919

Si l'on prend la totalité des restaurants de la Région, en ce qui concerne les fruits et les légumes, la production régionale Bio pourrait largement couvrir les besoins de la restauration collective, même à l'objectif 20% des achats. De manière similaire, le riz produit en Camargue est bien plus abondant que ce qui serait proposé aux convives des restaurants aujourd'hui.

Même si moins importantes, les quantités de blé dur disponibles en LR pourraient répondre à la demande en pâtes des restaurants. En effet en région, le blé dur est produit en grande quantité, mais il est ensuite exporté dans l'intégralité vers d'autres pays (notamment l'Algérie et l'Italie) et n'est pas transformé en pâtes sur place.

L'approvisionnement ne pourrait pas se faire en région pour certains produits, compte tenu des volumes produits. C'est le cas notamment du pain, qui à partir des calculs sur les récoltes en blé tendre de la région, ne serait pas du tout suffisant. Pareillement, le nombre de yaourts produits en LR serait largement inférieur à la demande, et cela en utilisant tout le lait de vache produit en région. Dans ce cas, l'offre de lait serait également déficitaire, à moins de destiner entièrement sa production à la consommation du lait brut. Enfin, pour ce qui est du fromage, nous avons pris une filière fortement présente en Languedoc, à savoir l'élevage de chèvre. Nous avons ainsi estimé que la production de fromages de chèvres est trop faible pour faire face à la demande de fromage des restaurants.

Ainsi la production locale en bio devrait être multipliée par près de 3 pour le lait, par 6 pour les yaourts et par 10 pour le fromage, et que toute la production aille à la restauration collective pour atteindre l'objectif des 20% du Grenelle. Pour le pain, la situation est encore plus problématique puisque il faudrait multiplier la production par près de 600 pour atteindre les mêmes objectifs.

Les orientations politiques actuelles sont en faveur de la production locale, pas forcément en faveur des produits bio. En effet le programme national pour l'alimentation déclare vouloir faciliter l'accès des consommateurs de la restauration collective publique aux productions issues des circuits courts et des productions de qualité ou produits à faibles impacts environnemental. La réglementation a suivi cette tendance avec le décret 2011-1000 du 25 août 2011 qui a modifié le Code des marchés publics (CMP). C'est ainsi qu'un critère "circuits courts" peut être utilisé pour attribuer le marché. Ce nouveau contexte réglementaire est favorable aux produits locaux dans les restaurants collectifs, d'autant que les collectivités territoriales déclarent volontiers vouloir privilégier les circuits courts plutôt que le Bio, moins accessible.

Les fournisseurs de produits biologiques et l'origine des produits

X. Les filières d'approvisionnement et l'origine des produits

Avant de présenter les résultats des différentes analyses, il est nécessaire de donner quelques explications sur la spécificité des filières d'approvisionnement des établissements de notre échantillon.

Tout d'abord, il faut savoir que suite à l'enquête et aux réponses apportées par les restaurants, nous avons identifié plus de 90 fournisseurs de produits biologiques. En effet, il s'avère que chaque établissement a sa propre politique d'approvisionnement et qu'ils font tous appel à des fournisseurs différents. Cela va du petit producteur local jusqu'aux géants de l'agroalimentaire en passant par les grossistes, les détaillants mais aussi les transformateurs.

Parmi les 90 fournisseurs cités par les restaurants, certains sont des fournisseurs spécialisés en bio et proposent uniquement des denrées issues de l'Agriculture Biologique. Ces fournisseurs sont encore peu nombreux sur le marché mais disposent généralement de catalogues relativement étoffés qui offrent un large choix de produits allant de la 1^{ère} gamme jusqu'à la 5^{ème}.

La deuxième catégorie de fournisseurs est constituée des fournisseurs mixtes. Ce sont pour la plupart les fournisseurs traditionnels des restaurants collectifs qui ont vu dans le bio une opportunité de diversifier, agrandir leur marché et de toucher une nouvelle clientèle. Certains se sont ouverts au bio pour tout simplement s'adapter à la demande de leurs clients. Parmi ces fournisseurs on retrouve les fournisseurs habituels tels que Pomona, Davigel, Brake, etc....

La commercialisation du bio intéresse de plus en plus les entreprises de l'agro-alimentaire et cette tendance explique pourquoi nous avons recensé au cours de l'étude un nombre aussi important de fournisseurs. De plus, il faut savoir que pour certains fournisseurs, la gamme bio ne représente pas plus d'1% de leur chiffre d'affaires. Le dernier type d'approvisionnement est celui qui s'effectue directement auprès des producteurs et qui, comme nous le verrons par la suite, représente une partie non négligeable des commandes.

Il nous a donc paru intéressant de présenter pour chaque produit ou catégorie de produits alimentaires les principaux fournisseurs de notre échantillon. Les résultats sont présentés à l'aide de graphiques qui pour chaque produit reprend :

- le pourcentage de produits (en quantité) achetés chez chaque fournisseur (histogramme en violet)
- le pourcentage d'établissements s'approvisionnant chez chacun de ces fournisseurs (histogramme beige)

Cela nous permet de distinguer deux choses : le premier indicateur permet d'identifier quels sont les fournisseurs les plus « importants » en termes de quantités de produits fournies à l'ensemble des restaurants, alors que le deuxième indicateur s'intéresse plus à la popularité de chaque fournisseur en exprimant le pourcentage d'établissements s'approvisionnant chez chaque fournisseur.

NB : Du fait que les sources d'approvisionnement sont très diverses, on retrouve très peu d'établissements s'approvisionnant auprès du même fournisseur, ce qui explique certains pourcentages très faibles.

Dans un deuxième temps, nous présentons à l'aide de diagrammes circulaires pour chacun des produits :

- les fréquences d'introduction au sein des menus (Q : quotidien / H : hebdomadaire / Bi-M : bimensuel / M : mensuel / E : évènementiel)
- l'origine des produits déclarée (R : régionale / F : France / HF : hors France)

Il faut tenir compte du fait que pour l'origine des produits, nous avons obtenu des pourcentages très élevés de non réponses (entre 15 et 80% dans le cas du pain). Cependant, cela n'empêche nullement de décliner les grandes lignes de l'approvisionnement.

10.1 Approvisionnements en fruits frais bio

Lorsqu'on s'intéresse aux approvisionnements en fruits frais bio achetés des restaurants, on constate que la majorité, soit 26% du total des fruits (diagramme vert), est achetée au fournisseur Uni-vert. En revanche ces volumes représentent seulement les commandes de 3% des établissements (diagramme beige).

Il est intéressant de constater que la deuxième plus grosse part de fruits frais bio, soit 13%, est commandée et achetée directement auprès des producteurs et cela implique 6% des structures. Les autres fournisseurs les plus sollicités par la restauration collective pour l'achat des fruits frais bio sont Pomona, Barral, Biogarden et Sud primeur.

Ce qui surprend c'est qu'on se retrouve finalement avec une multitude de fournisseurs différents. Pour les fruits frais bio, on dénombre 38 fournisseurs différents chez lesquels les restaurants s'approvisionnent et cela en regroupant les petits producteurs dans une seule et même catégorie. C'est ce qui explique les pourcentages très faibles d'établissements s'approvisionnant chez chaque fournisseur. En effet, du fait de la multiplicité des sources d'approvisionnement, on retrouve un éclatement des commandes auprès de chaque fournisseur. En revanche, la différence est plus claire au niveau des volumes de vente.

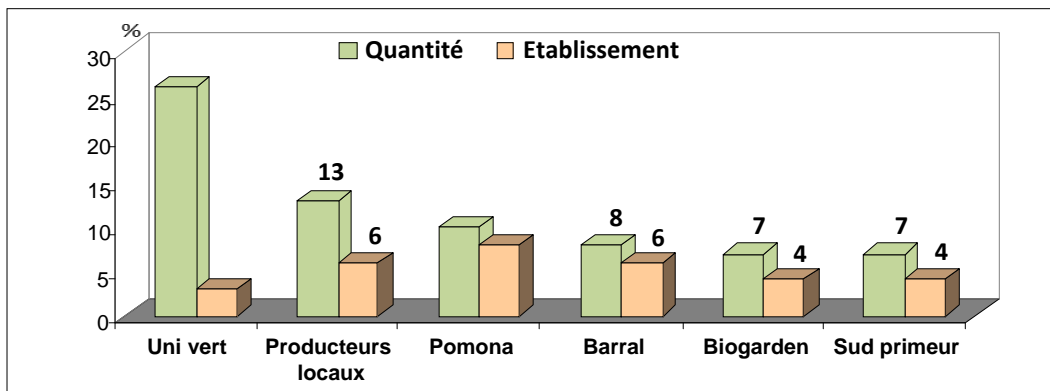


Figure n°18 - Les principaux fournisseurs en fruits frais bio

➤ Fréquences d'introduction

Maintenant lorsqu'on s'intéresse à la fréquence à laquelle les établissements proposent des fruits frais bio à leurs convives, on remarque qu'ils sont une minorité à en introduire quotidiennement avec seulement 11% des établissements. Les fruits sont plutôt proposés aux convives à une fréquence hebdomadaire (32%), mensuelle (27%) ou seulement de manière événementielle (30%).

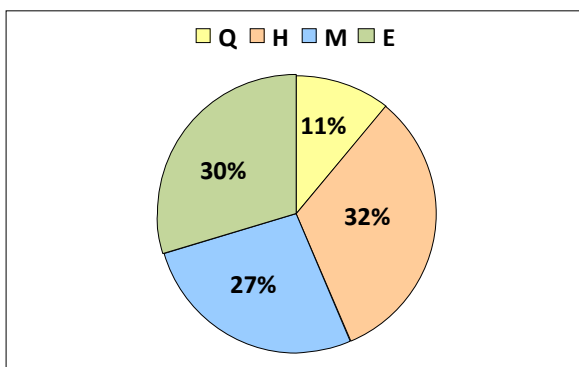


Figure n°19 - Fréquences d'introduction des fruits frais bio

➤ Origine des produits

Pour ce qui est de l'origine des fruits frais bio achetés, il est rassurant et intéressant de constater que plus que la moitié des établissements de restauration (59%) sont approvisionnés avec des produits régionaux, 19% provenant de France et 22% de l'étranger.

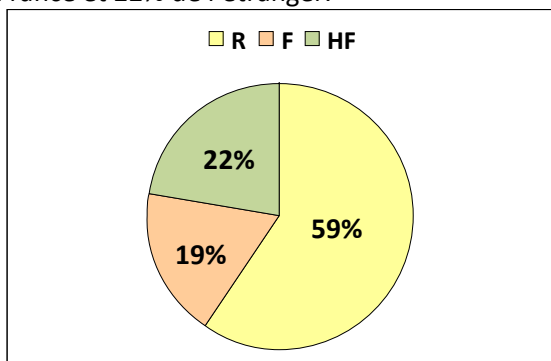


Figure n°20 - Origine des fruits bio

➤ Focus sur les espèces de fruits frais bio proposés

Parmi l'ensemble des fruits frais biologiques achetés par les établissements en 2011, la pomme est de loin le fruit le plus couramment acheté. En effet, la quantité de pommes achetées représente 42% de la quantité total de fruits (histogramme vert), ce qui représente plus de 41 tonnes de pommes qui sont commandées par 28% des établissements proposant du bio (histogramme rouge). Vient ensuite la poire avec 12% du total des fruits achetés par 16% d'établissements. Puis la banane, le kiwi et l'orange avec respectivement 11%, 10% et 6% de la quantité de fruits. On constate que pour le kiwi qui représente seulement 10% du total des fruits, 20% des établissements en achètent. Cela signifie donc que les structures proposent des kiwis bio mais plutôt en petites quantités ou ponctuellement sur l'année.

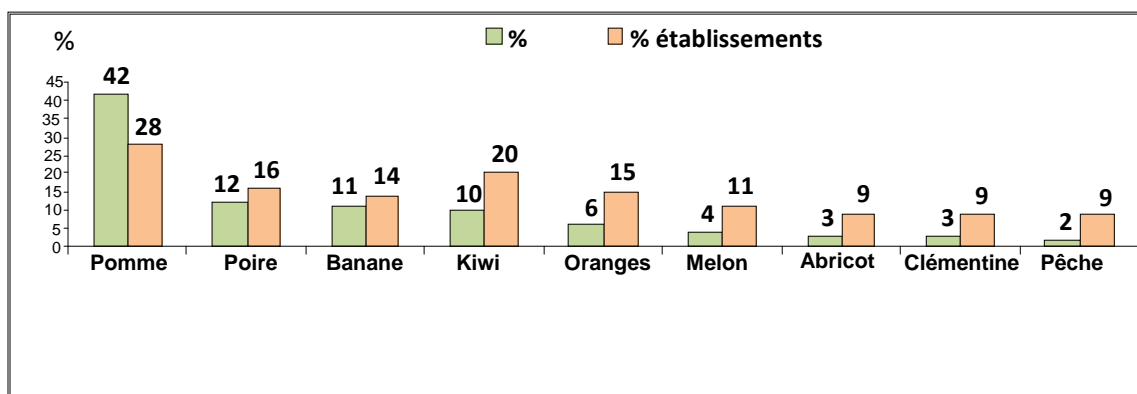


Figure n°21- Les principaux fruits bio utilisés

On observe également ce phénomène pour l'orange, le melon, l'abricot, la clémentine et la pêche. Cela s'explique très certainement par la saisonnalité de ces fruits.

10.2 Approvisionnements en légumes frais bio

Comme pour les fruits, la plupart des légumes achetés (29%) le sont auprès du fournisseur Uni-vert et cela concentre seulement les achats de 4% des établissements. Le deuxième plus gros fournisseur est Sud Primeur avec 12% du volume et 3% des établissements, puis vient ensuite Alter Bio avec 10% du volume et également 3% des établissements. Pour les légumes frais, l'achat auprès des producteurs locaux représente 7% du volume, ce qui est bien moins que pour les fruits, cependant en nombre d'établissements cela représente 9%.

Il existe également deux autres fournisseurs chez lesquels les établissements sont relativement nombreux à s'approvisionner mais où la quantité achetée reste très faible. Il s'agit de l'entreprise Ambres auprès de laquelle 12% des établissements font leurs achats mais qui représente seulement 2% de la quantité totale de légumes. Puis chez Eurofruits où 11% des structures s'achalandent avec pour seulement 5% du volume total en légumes.

Pour les légumes frais bio, on comptabilise en tout 28 fournisseurs différents auprès desquels les établissements passent leurs commandes. Ce qui est tout de même 10 fournisseurs de moins que pour les fruits.

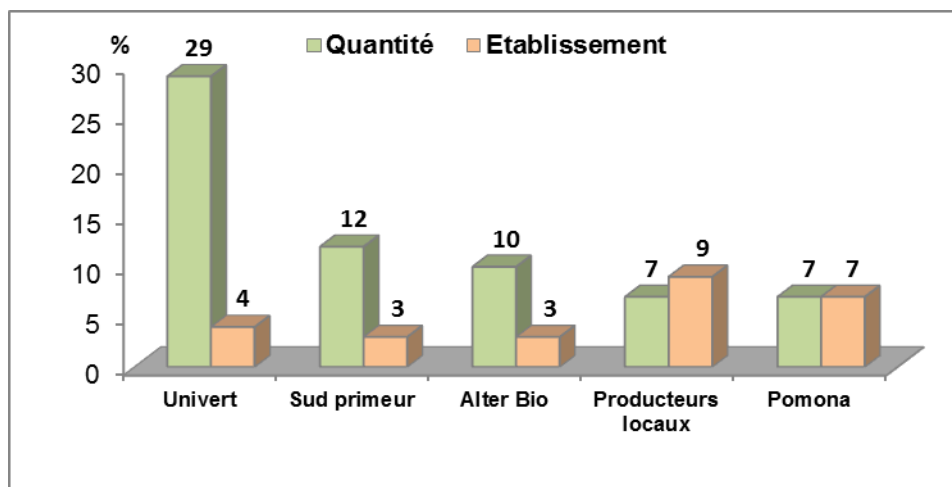


Figure n°22 : Les principaux fournisseurs de légumes frais bio

➤ Fréquences d'introduction

En ce qui concerne les fréquences d'introduction des légumes frais bio au sein des menus, on remarque que les établissements ont des pratiques relativement identiques que pour la catégorie des fruits. Les proportions sont plutôt équilibrées entre les différentes fréquences même si toutefois, comme pour les fruits, les établissements en proposant quotidiennement reste faible (7%).

Remarque : la fréquence « bimensuelle » n'est pas à prendre en considération puisqu'il s'agit d'une modalité rajoutée par un enquêteur.

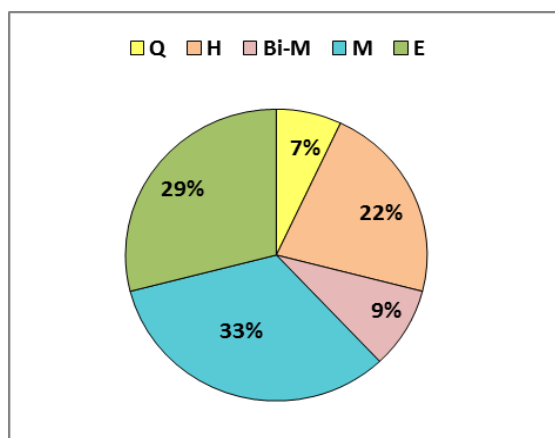


Figure n°23 - Fréquence d'introduction des légumes bio

➤ Origine des produits

En ce qui concerne l'origine des légumes frais bio, il est rassurant de constater que 56% proviennent de la région, 40% de France et que seulement 4% ont été cultivés hors France.

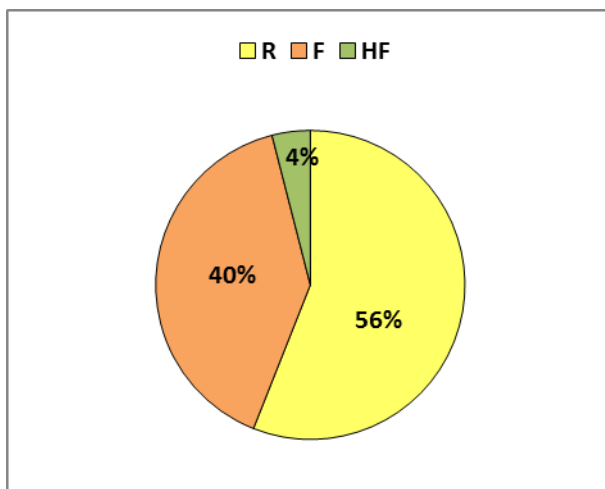


Figure n°24 - Origine des légumes bio

➤ Focus sur les espèces de légumes frais proposées

Les quatre légumes biologiques les plus introduits en bio sont la carotte qui représente 29% des achats en quantité et qui est proposée par 18% des établissements. La tomate arrive en deuxième position avec 24% du total des achats et 20% des établissements l’introduisent dans les menus. Ensuite on retrouve la salade avec 21% des achats et 18% des établissements, puis vient la courgette qui représente 13% des achats de légumes en bio et 15% des établissements. Les autres légumes comme l’aubergine, le chou ou le concombre représentent une part très faible par rapport à la quantité totale de légumes (respectivement 3%, 3% et 2%) mais sont malgré tout proposés par plusieurs établissements. Ils sont simplement commandés en petites quantités

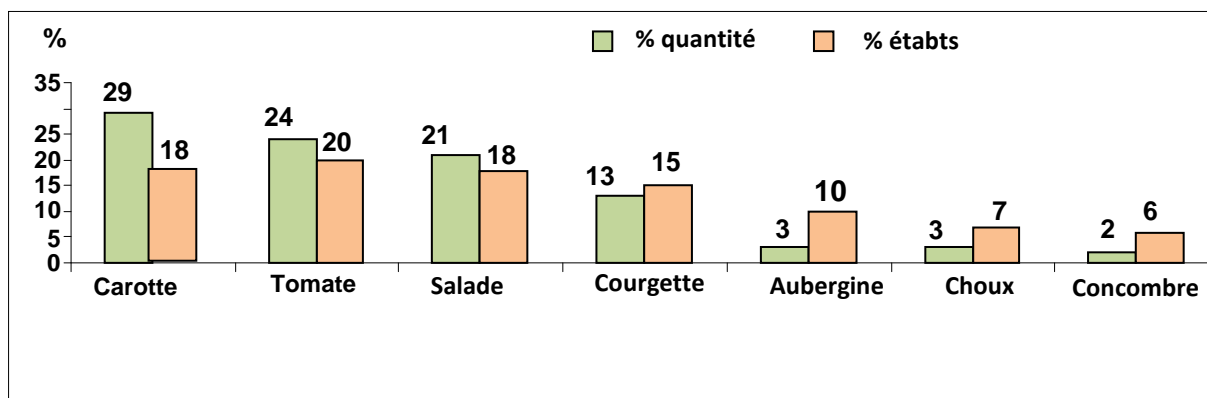


Figure n°25 : Principaux légumes bio utilisés

10.3 Approvisionnements en yaourts bio

Pour les yaourts, c’est l’entreprise Distrisud qui fournit la majorité des établissements. A elle seule elle vend plus de la moitié du total des yaourts commandés par notre échantillon et plus d’un tiers des établissements passent leurs commandes chez elle.

En deuxième position vient l’entreprise Biofinesse qui détient 15% du marché en volume pour seulement 5% des établissements. Ensuite on retrouve Pro à Pro, Maison Ramon, Biocoop et Naturdis qui représentent une faible part des commandes.

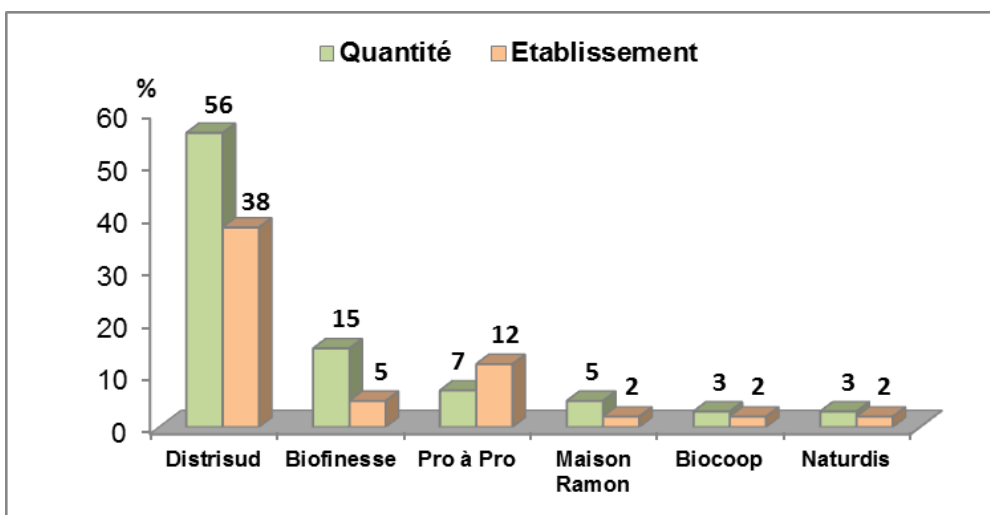


Figure n°26 - Les principaux fournisseurs de yaourt bio

➤ Fréquence d’introduction

En ce qui concerne les fréquences d’introduction des yaourts bio, on remarque que les pratiques sont là encore très différentes et plutôt équilibrées entre les établissements. Toutefois, une grande part (37%) les introduit de manière hebdomadaire. Il n’y a pas de tendance qui se détache non plus pour ce type de produit, on reste dans des ordres de grandeur équivalents pour les différentes fréquences de présentation.

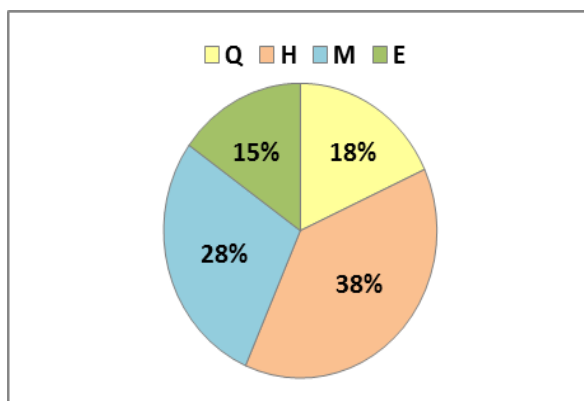


Figure n°27 - Fréquence d’introduction des yaourts bio

➤ Origine des produits

Pour ce qui est de l'origine des yaourts achetés, on peut remarquer qu'il s'agit pour la majorité (84%), de yaourts en provenant de France. Une petite partie (12%) est régionale, 4% hors France.

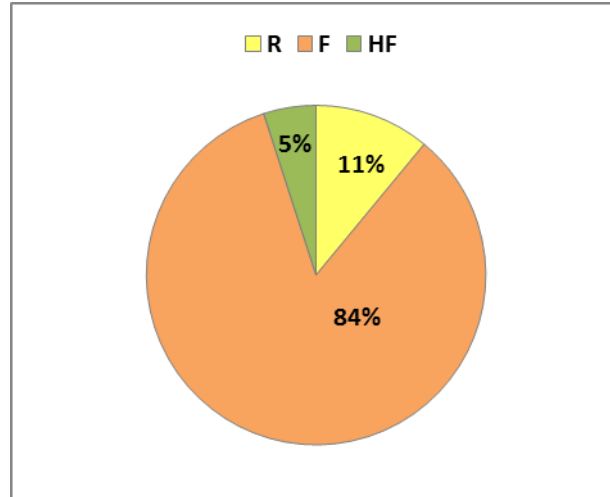


Figure n°28 - Origine des yaourts bio

10.4 Approvisionnements en fromage

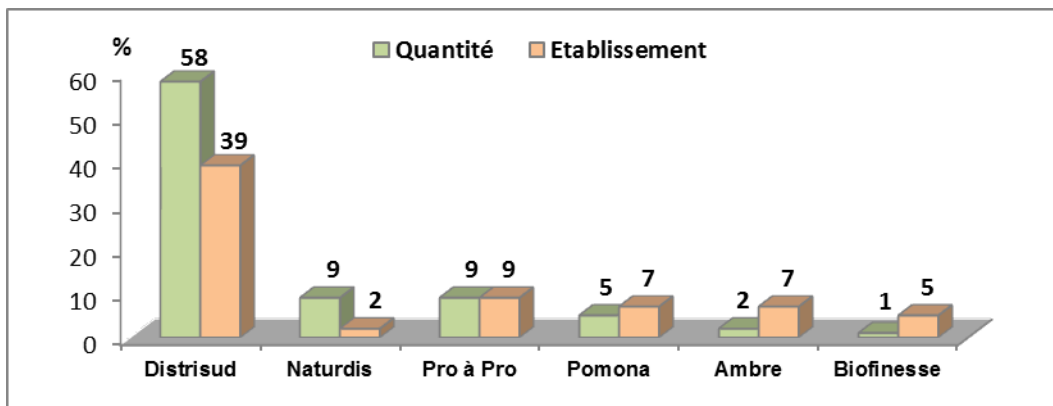


Figure n°29 - Les principaux fournisseurs de fromage bio

Comme pour les yaourts, on constate qu'il y a un fournisseur phare pour le fromage bio, il s'agit encore une fois de Distrisud. En effet, 58% des achats sont effectués chez lui par 39% des établissements. En seconde position vient Naturdis et Pro à Pro qui comptabilisent chacun 9% des achats en volume.

➤ Fréquence d'introduction

Pour ce qui est de la fréquence d'introduction du fromage, la majorité des établissements (41%) en propose mensuellement dans leurs menus. 22% le font de manière quotidienne, 16% de manière hebdomadaire et 22% de manière événementielle.

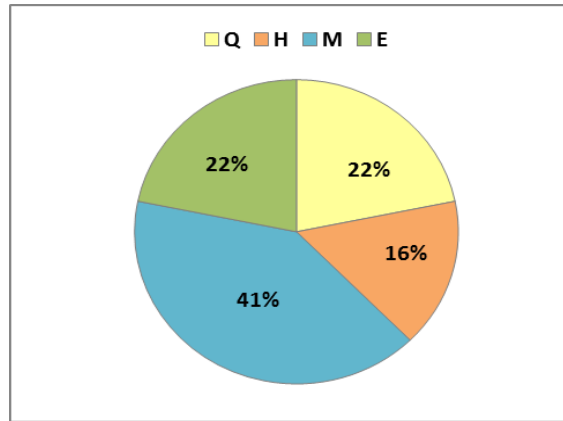


Figure n°30 - Fréquence d'introduction des fromages bio

➤ Origine des produits

La presque totalité (93%) du fromage biologique servi dans les restaurants enquêtés est du fromage Français et 7% provient de la région. (A noter : plus qu'un quart de non réponses)

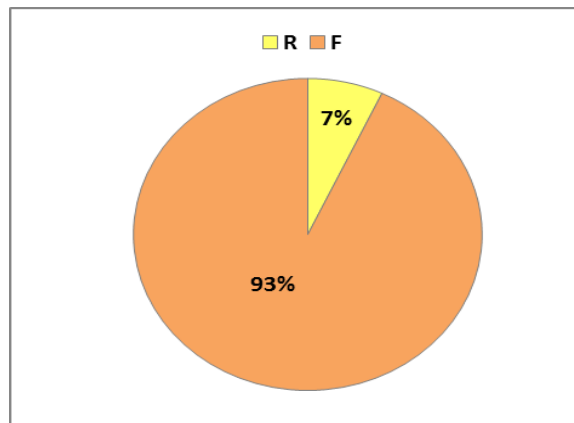


Figure n°31 - Origine des fromages bio

10.5 Approvisionnements en desserts lactés bio

Comme pour les yaourts et le fromage, le fournisseur le plus influent pour les desserts lactés est Distrisud qui totalise 48% du volume des achats et chez qui 39% des restaurants s'approvisionnent.

Le deuxième fournisseur est Pro à Pro avec 13% des achats effectués par 17% des établissements, vient ensuite Naturdis et Biofinesse.

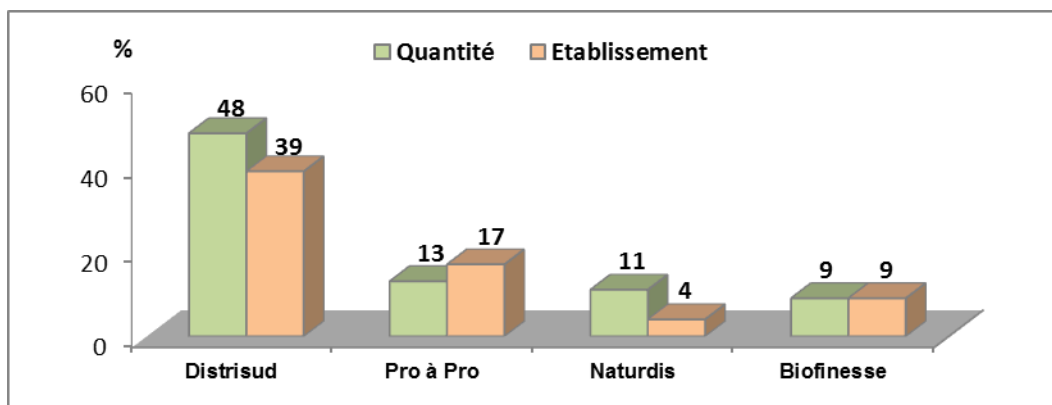


Figure n°32 - Les principaux fournisseurs de desserts lactés bio

➤ Fréquence d'introduction

Au niveau de la fréquence d'introduction des desserts lactés, cela est très variable d'un établissement à un autre et il ne semble pas avoir de pratique plus marquée qu'une autre. On remarquera simplement qu'ils sont très peu à en mettre quotidiennement à leurs menus avec seulement 6% (A noter : plus d'un tiers de non réponses).

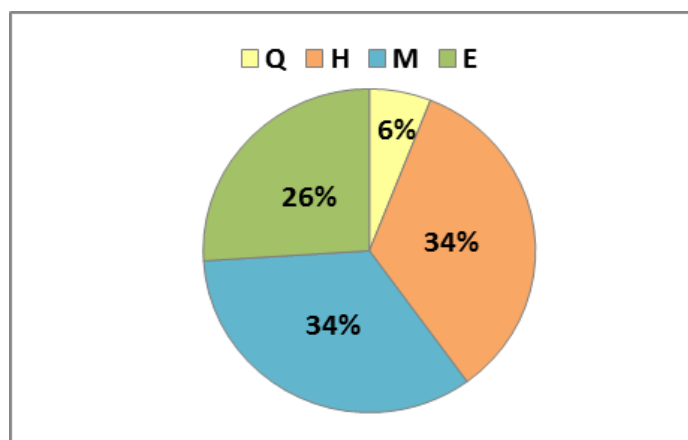


Figure n°33 - Fréquence d'introduction des desserts lactés bio

➤ Origine des produits

L'origine des desserts lactés est pour la plupart (93%) française, 7% des produits viennent hors de France. Nous ne disposons pas d'information pour 43% des établissements.

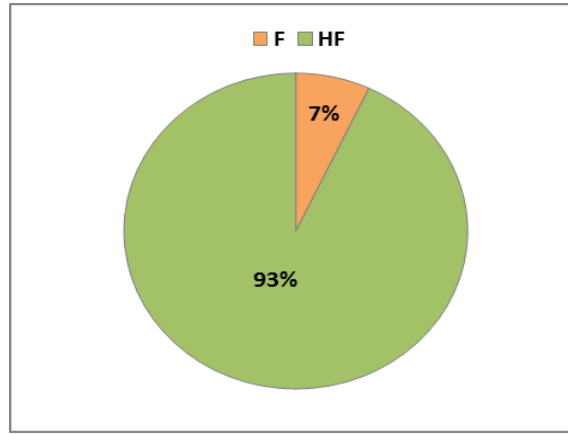


Figure n°34 - Origine des desserts lactés bio

10.6 Approvisionnements en lait bio

L'achat du lait bio s'effectue essentiellement auprès de 3 fournisseurs : 30% des achats est effectué chez Naturdis, 29% auprès d'Ardèche Frais et 22% chez Pro à Pro. En revanche, on voit très clairement que près de la moitié des restaurants (41%) s'approvisionnent chez Distrisud mais cela représente seulement 12% des achats total de lait bio.

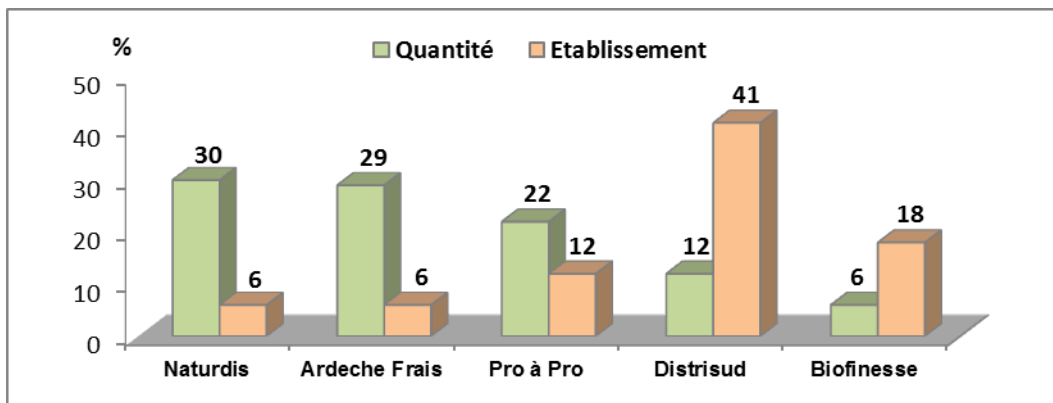


Figure n°35 - Les principaux fournisseurs de lait bio

➤ Fréquence d'introduction et origine des produits

Le lait est essentiellement présenté aux convives de manière hebdomadaire avec 86% des restaurants qui en proposent à cette fréquence. (A noter : plus qu'un quart de non réponses)

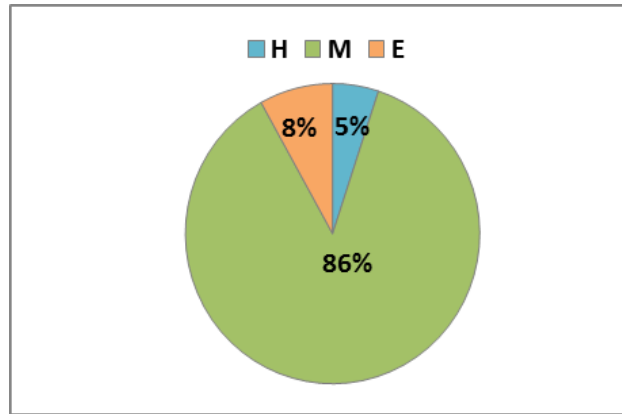


Figure n°36 - Fréquence d'introduction du lait bio

➤ Origine des produits

Pour ce qui est de l'origine du lait bio servi, 60% est du lait français et 40% provient de la région. Pour 28% des établissements nous n'avons pas d'information.

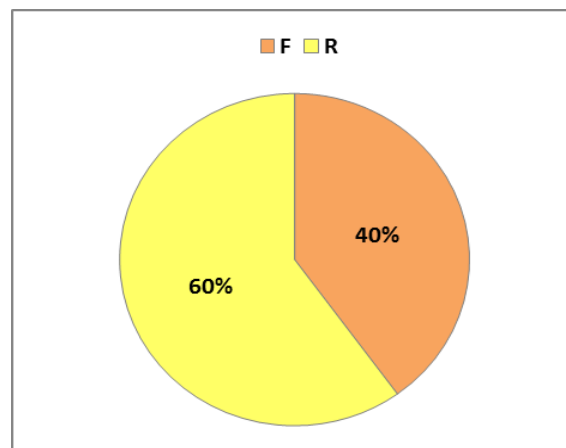


Figure n°37 - Origine du lait bio

Pour les produits laitiers, on peut voir très clairement que Distrisud est l'un des fournisseurs principaux, que ce soit pour les yaourts, fromages, desserts lactés et lait, la majorité des établissements passent leurs commandes chez lui et pour 3 produits sur 4 il détient la plus grosse part du marché. Naturdis et Pro à Pro tiennent la deuxième et troisième place pour l'achat des produits laitiers.

10.7 Approvisionnements en pain bio

Les achats sont concentrés puisque 3% des établissements s’approvisionnent chez Alès pain¹³ mais à eux seuls ils représentent 71% du pain bio acheté par l’ensemble des établissements. Il est intéressant de constater que 22% des établissements se fournissent quant à eux auprès d’un boulanger local, de quartier et cela représente 11% des achats. Ensuite on retrouve Somapain/paindor¹⁴ avec 11% des achats et 13% des établissements.

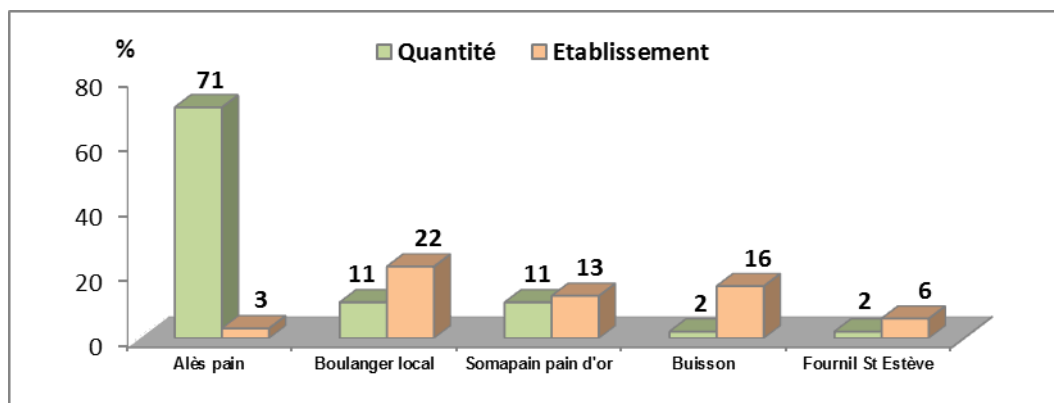


Figure n°38 - Les principaux fournisseurs de pain bio

➤ Fréquence d’introduction

Le pain biologique semble être un produit que les établissements introduisent plus facilement, en effet, 43% des restaurants qui en proposent le font de manière quotidienne et 22% de manière hebdomadaire. Par rapport aux autres produits, on voit donc bien que les établissements sont plus nombreux à en proposer très régulièrement.

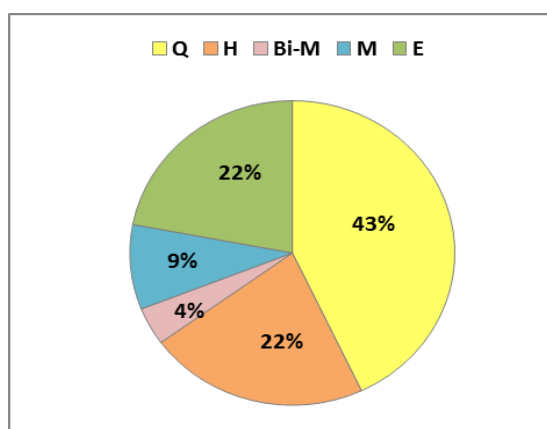


Figure n°39 - Fréquence d’introduction du pain bio

¹³ Boulangerie-Pâtisserie industrielle

¹⁴ Société spécialisée dans la boulangerie industrielle.

➤ Origine des produits

En revanche, il est difficile de déterminer l'origine du pain puisque pour 80% l'information n'a pas été renseignée. Pour les 20% qui ont répondu, la plupart (65%) du pain ne provient pas de la région.

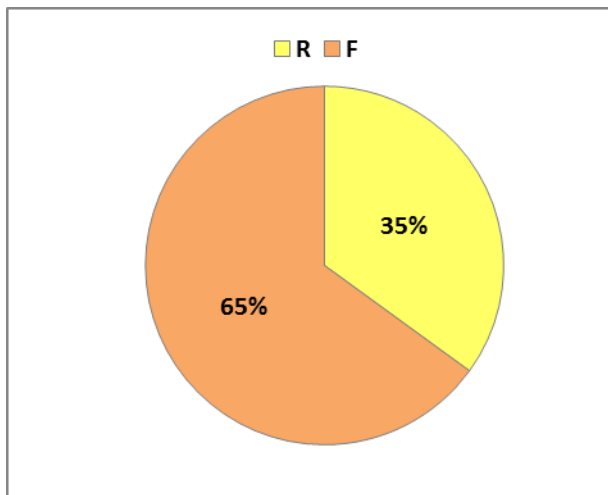


Figure n°40 - Origine du pain bio

10.8 Approvisionnements en viandes bio

Une part importante de la viande (23%) est achetée chez Alazard et Roux mais cela représente les achats de 5% des établissements seulement. Le deuxième fournisseur important est Alès viande qui totalise 17% des achats avec 22% des restaurants. Ensuite, nous retrouvons Naturdis avec 9% des achats effectués par 9% des établissements.

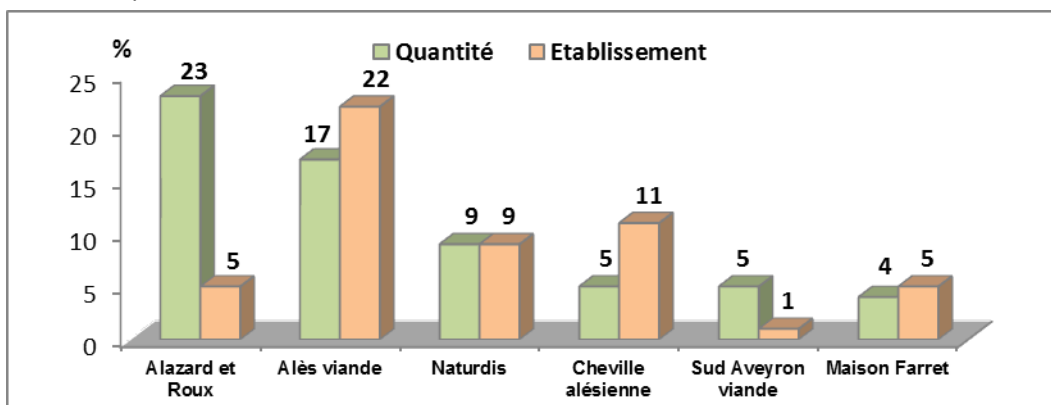


Figure n°41 - Les principaux fournisseurs de viande bio

Quand on s'intéresse aux fréquences d'introduction, on remarque immédiatement que la viande est proposée aux convives bien moins régulièrement que les autres produits puisque aucun établissement n'en introduit quotidiennement et 40% le font de manière événementielle. Cela s'explique bien entendu par son prix élevé à l'achat.

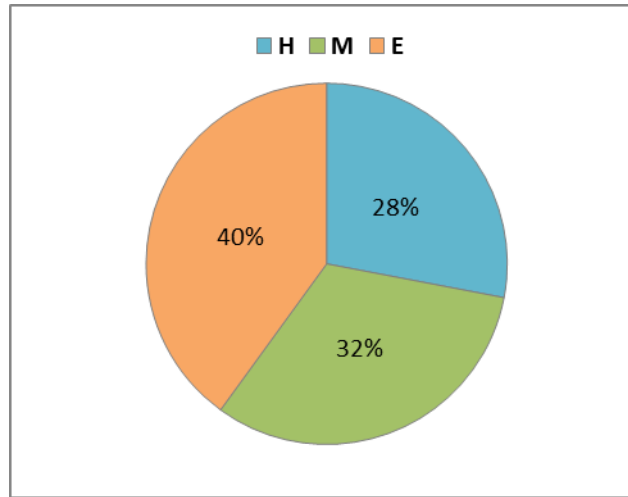


Figure n°42 - Fréquence d'introduction de la viande bio

➤ Origine des produits

Pour ce qui est de son origine, on constate que 58% de la viande vient de la Région et 40% de France, 3% hors France.

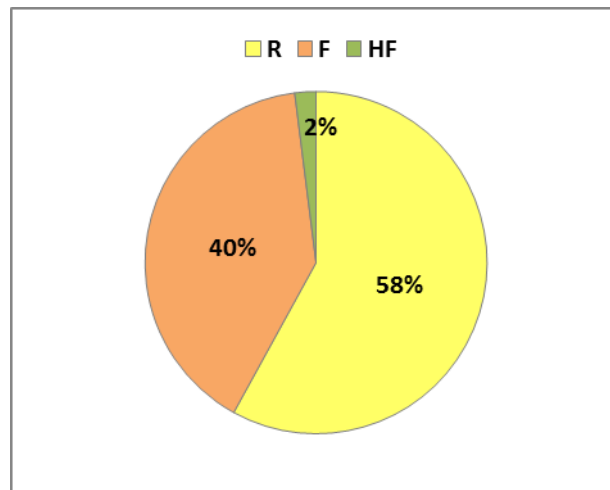


Figure n°43 - Origine de la viande bio

10.9 Approvisionnements en féculents bio

Pour les féculents, les établissements s'approvisionnent principalement auprès de deux fournisseurs : Pro à Pro et Alpina savoie. 25% des établissements achète leurs féculents bio chez Pro à Pro ce qui représente 28% du total des achats. Les commandes passées chez Alpina savoie le sont pour seulement 1% des restaurants mais représentent à elles seules 29% des achats. Ensuite, nous retrouvons Biocoop qui totalise 11% des achats pour 5% des restaurants.

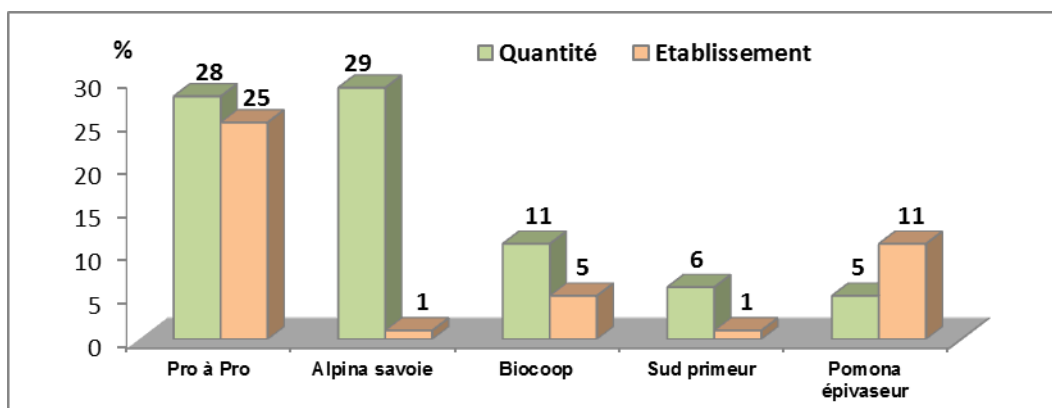


Figure n°44 - Les principaux fournisseurs de féculents bio

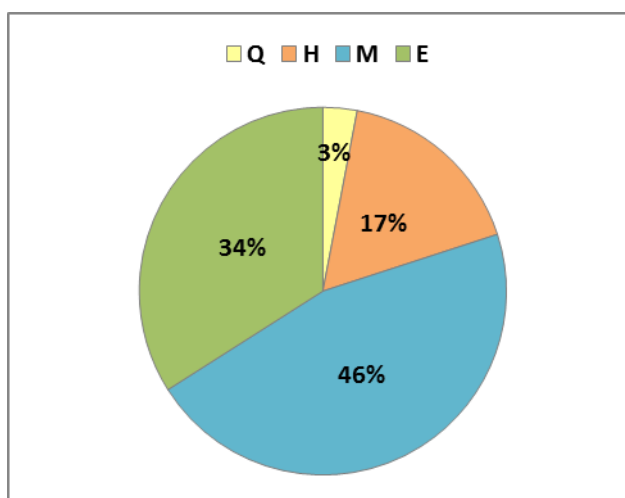


Figure n°45 - Fréquence d'introduction des féculents bio

➤ Fréquence d'introduction et origine des produits

Dans l'ensemble, les féculents biologiques sont proposés aux convives assez peu régulièrement puisque 46% l'introduisent de manière mensuelle et 34% de manière événementielle. Pour ce qui est de l'origine, les féculents sont en majorité (80%) français, 18% hors France et 2% de la Région.

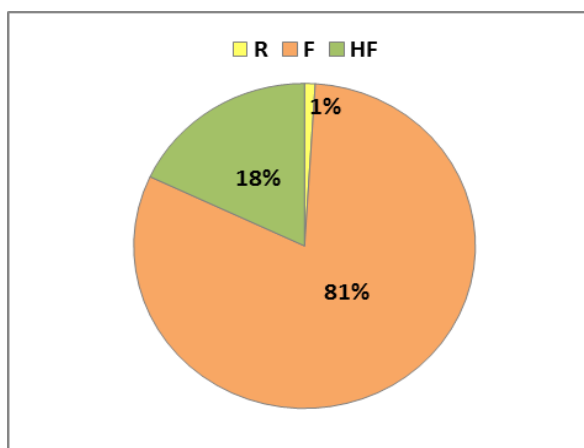


Figure n°46 - Origine des féculents bio

10.10 Approvisionnements en viandes et poissons surgelés

Pour les produits biologiques surgelés, les restaurants répartissent leurs achats assez uniformément sur les différents fournisseurs présents sur ce créneau. On retrouve des fournisseurs comme Naturdis, Rascagel, Brake, Alès viande. Certains établissements s’approvisionnent auprès de fournisseurs moins connus comme Sud Aveyron ou Sobraques.

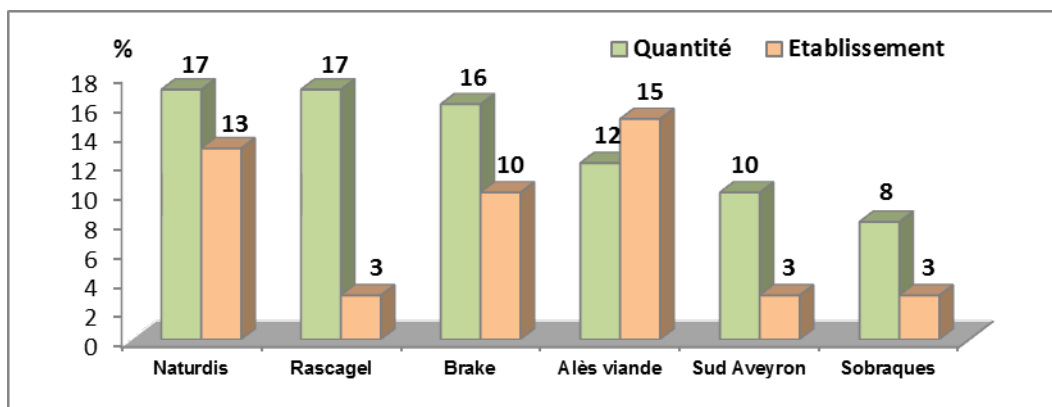


Figure n°47 - Les principaux fournisseurs de viande et poisson surgelés

➤ Fréquence d’introduction et origine des produits

La viande et le poisson surgelé bio sont plutôt utilisés à des fréquences hebdomadaires (38%) ou événementielles (52%). Cela s’explique également par le facteur prix.

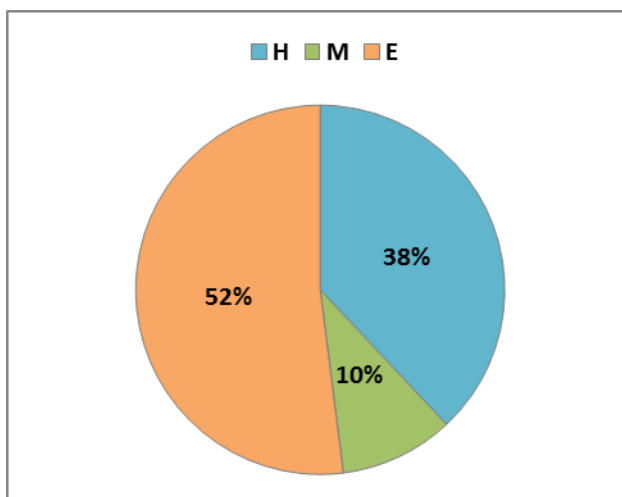


Figure n°48 - Fréquence d’introduction de la viande et du poisson surgelés bio

Au niveau de l’origine, 40% provient de la Région, 60% de France.

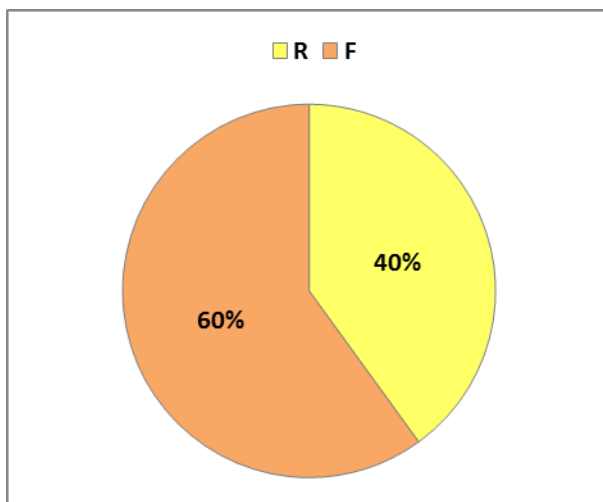


Figure n°49 - Origine de la viande et du poisson surgelés bio

10.11 Approvisionnements en légumes surgelés

Pour les légumes surgelés bio, les restaurants achètent chez deux grands fournisseurs, à savoir, Biofinesse et Pomona. C'est biofinesse qui représente le plus en termes de quantités puisqu'il concentre 63% des commandes pour 11% des restaurants.

Chez Pomona, il y a plus d'établissements qui achètent (28%) mais cela ne représente que 12% des achats.

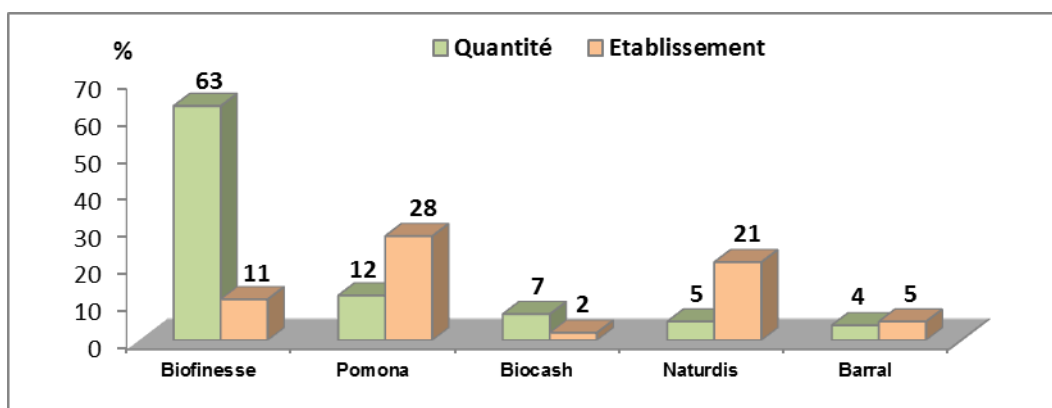


Figure n°50 - Les principaux fournisseurs de légumes surgelés

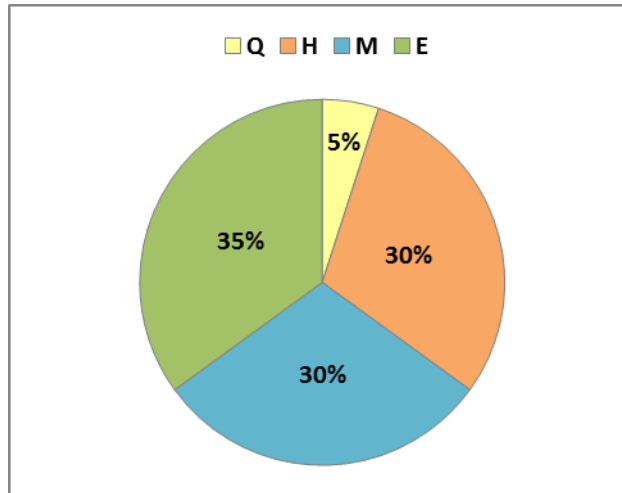


Figure n°51 - Fréquence d'introduction des légumes bio surgelés

➤ Fréquence d'introduction et origine des produits

La fréquence d'introduction des légumes biologiques est rarement quotidienne (seulement 5% des restaurants), 30% des établissements en proposent de manière hebdomadaire, 30% de manière mensuelle et 35% de manière événementielle.

Pour la majorité (91%), les légumes surgelés proposés sont des légumes produits en France.

➤ Focus sur les légumes surgelés

Les trois légumes surgelés les plus communément commandés sont les carottes, les haricots verts et les courgettes.

10.12 Produits bio et produits locaux

Lors de nos enquêtes, nous avons pu constater une certaine tendance des établissements à privilégier parfois l'approche des produits locaux plutôt que celle des produits bio. En effet, de nombreux restaurants nous ont précisé qu'ils n'achetaient pas forcément des produits bio mais qu'ils préféreraient privilégier les achats de produits locaux. Il est vrai que produit bio n'est pas synonyme de produit local (nous en avons la démonstration ici) et il n'est pas toujours simple de faire coïncider ces deux aspects.

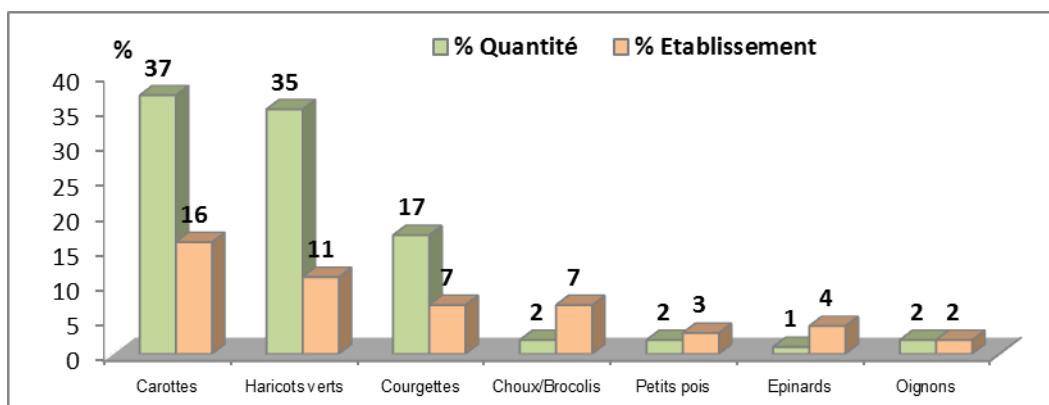


Figure n°52 - Les principaux légumes bio surgelés utilisés

Aujourd'hui, on assiste à un intérêt plus grand des collectivités pour les produits locaux ; elles s'intéressent de près à l'origine des produits et essaient de plus en plus, dans la mesure du possible, de favoriser des pratiques d'achats et d'approvisionnement auprès de producteurs locaux. Une des raisons est la volonté de protéger l'emploi agricole au sein de leur territoire en sollicitant et faisant travailler des agriculteurs de la région. C'est d'ailleurs la direction qu'à choisie de prendre le département de l'Aude. En effet, depuis 2011, les restaurants collectifs publics en partenariat avec la chambre d'Agriculture et le Conseil Général ont choisi d'orienter leurs approvisionnements vers les producteurs locaux.

De nombreux établissements ne trouvent pas d'intérêt à acheter et consommer des produits bio venant de pays étrangers sous couvert d'une étiquette ; pour un certain nombre d'acteurs le bio est assimilé à un argument commercial. De plus, l'introduction de produits locaux répond aussi à un autre objectif : celui de renouer les liens entre producteurs et consommateurs et de limiter les intermédiaires, ce qui n'est pas toujours le cas pour les produits issus de l'Agriculture Biologique.

Nous avons pu également constater que certains établissements achètent des produits bio tout simplement car ces derniers présentent des caractéristiques qui correspondent à ce qu'ils recherchent. C'est le cas notamment pour certaines bananes bio qui présentent un calibre et un grammage plus adaptés que celles du conventionnel.

Tableau 18 - Origine des approvisionnements

	ORIGINE (% des achats)		
	Région	France	Hors France
Lait	40	60	0
Yaourt	11	84	5
Fromage	7	93	0
Desserts lactés	0	93	7
Fruits	59	19	22
Légumes	56	40	4
Féculents	1	81	18
Viande	58	40	2
Pain	35	65	0
Viande/Poisson surgelé	40	60	0
Légumes surgelés	0	91	9

➤ La difficulté de s’approvisionner directement chez les producteurs

Un problème qui a été évoqué de manière récurrente par les restaurants est l’approvisionnement direct auprès des producteurs. Certains établissements disent ne pas pouvoir s’approvisionner directement chez les producteurs pour des raisons de règles sanitaires et de traçabilité auxquelles ils ne peuvent pas tous répondre. De plus, peu de producteurs sont en mesure de répondre directement aux appels d’offre des établissements de restauration collective, ce qui oblige les restaurants à passer par les distributeurs et grossistes.

D’autres établissements avancent le fait que l’approvisionnement auprès de producteurs est très difficile puisque ces derniers se positionnent essentiellement sur de la vente directe aux consommateurs ou alors ils vendent leurs productions en vrac aux magasins spécialisés bio. En effet, les acteurs de la bio ont généralement des débouchés assurés auprès d’autres clients et cela ne les incite pas à se tourner vers le marché de la restauration collective où de surcroît les prix pratiqués sont généralement plus bas.

XII. Focus sur les fournisseurs intervenant dans la région

Dans notre enquête nous avons été confronté au fait que les approvisionnements des restaurants collectifs ne sont pas aussi simples qu'on pouvait le penser. En effet, nous avons pu constater d'après nos enquêtes que les restaurants collectifs ayant participé à notre étude avaient des sources d'approvisionnements diverses et variées.

Au total, nous avons recensé plus de 90 fournisseurs auprès desquels les restaurants s'approvisionnent pour les denrées biologiques, allant du petit producteur local au géant de l'industrie agro-alimentaire.

Parmi les fournisseurs, on distingue deux catégories :

- ❖ les grossistes spécialisés en produits bio, et
- ❖ les grossistes mixtes.

Les principaux grossistes spécialisés en bio sont : Biocoop, Biofinesse, Naturdis, Uni-vert, Ambre, Alter Bio, Biogarden, biocash et d'autres.

Pour les fournisseurs mixtes, on retrouve : Distrisud, Pro à Pro, Pomona, Sud primeur, Barral, Pain d'or, Brake, Rascagel, Alazard et Roux et d'autres.

Les stratégies d'achat, commerciales ou d'approvisionnement sont très différentes selon les fournisseurs. Il nous a semblé intéressant de présenter sous forme de fiches succinctes les fournisseurs les plus influents que nous avons pu identifier dans notre étude. Nous présentons dans les grandes lignes leur activité, leur fonctionnement, leur gamme de produits en fonction des informations que nous avons pu collecter.

12.1 L'entreprise Pro à Pro Distribution

L'entreprise Pro à Pro appartient à la société Colruyt France qui est présente depuis 1996 sur 2 segments :

- ❖ les grandes et moyennes surfaces (GMS)
- ❖ la restauration hors domicile (RHD) sous l'entité Pro à Pro Distribution

Il existe 19 sites en métropole dont 1 en Languedoc-Roussillon (à Perpignan) et un dans les Bouches-du-Rhône (à Miramas). Il faut savoir que l'entreprise est membre des centrales d'achats Francap Restauration et Unifrais et répond donc à un référencement national sur ces deux centrales d'achats. Ce choix a été établi en fonction de leur cahier des charges.

Les produits proposés par Pro à Pro distribution sont :

- ❖ des produits frais (ultra frais, fromages, desserts, charcuterie, salaison, ovoproduits, volailles et viande fraîche)
- ❖ des produits d'épicerie (entrées, plats cuisinés, conserves, pâtes, riz, purées, bouillon, potages, sauces, condiments, épices, légumes secs, fruits secs, petit déjeuner, biscuits, produits pour pâtisserie, desserts...)

- ❖ des boissons (vins, champagnes, bières, jus de fruits, eaux, sirops...)
- ❖ mais aussi des produits non alimentaires (hygiène et entretien)

L'origine des produits

L'entreprise Pro à Pro distribution déclare que ces produits sont en priorité d'origine Française et Européenne. 85% des produits de la gamme sont fabriqués ou transformés en France et 95% sont fabriqués ou transformés en Europe. L'entreprise propose également un certain nombre de produits labellisés, bien entendu Bio mais aussi Label Rouge, AOC, AOP, IGP, commerce équitable...

Leurs approvisionnements proviennent essentiellement des industries agroalimentaires comme Daucy, Nestlé, Danone, Unilever.

12.2 L'entreprise Biofinesse

Biofinesse est un distributeur spécialisé dans les produits issus de l'Agriculture Biologique et son marché se concentre sur les collectivités (hôpitaux, cliniques, maisons de retraites, écoles, mairies, restaurants administratifs, restaurants d'entreprises...).

Biofinesse propose au total 1500 références de produits. Cela va de produits secs, frais et surgelés, de la première à la cinquième gamme. L'entreprise propose également une gamme de fruits et légumes frais de saison.

Pour ce qui concerne la gamme des fruits et légumes frais, ils s'approvisionnent principalement chez des grossistes qui se situent à Perpignan, Cavaillon, mais aussi sur une plateforme en Rhône Alpes et au marché de Rungis.

Le grossiste situé à Perpignan s'achalande majoritairement en Espagne ; pour celui de Cavaillon les produits peuvent provenir de toute la France mais aussi d'Italie et d'Espagne. La plateforme de Rhône Alpes revend essentiellement des produits locaux mais en cas de rupture de stock, les fruits et légumes peuvent provenir de l'étranger. Quant au marché de Rungis, si Biofinesse achète des fruits et légumes de saison, ce sont généralement des produits d'origine française, en revanche si ce sont des produits hors saison, ils proviennent de l'étranger.

Pour les produits transformés, Biofinesse s'approvisionne chez plus d'une centaine de fournisseurs différents. 95% d'entre eux sont Français mais ces grossistes ne s'approvisionnent pas forcément en France. Par exemple, pour les pâtes, le blé n'est pas du blé d'origine française. En effet, il y a peu de stock de blé en France puisqu'on trouve surtout du blé à usage non alimentaire ; ce dernier est donc essentiellement italien.

Malgré tout Biofinesse essaie au maximum de s'approvisionner avec des produits d'origine France. Depuis quelques temps, Biofinesse réalise également du sourcing auprès des petits producteurs français. En effet, il existe une demande croissante des collectivités pour un approvisionnement auprès de petits producteurs. Or cela est plus coûteux puisque qu'il n'y a pas d'économie d'échelle compte tenu des petits volumes achetés auprès de chaque producteur ; cela se répercute

indéniablement sur le prix de vente pratiqué par le distributeur et d'après lui encore peu de collectivités sont prêtes à mettre le prix.

Depuis janvier 2008, Biofinesse a intégré le groupe Pomona.

12.3 L'entreprise Naturdis

Naturdis est un grossiste de produits biologiques qui distribue depuis 1980 une large gamme de produits labellisés Agriculture Biologique et Bio Equitable pour les magasins spécialisés mais aussi pour la restauration scolaire, d'entreprise et la grande distribution.

Il propose plus de 10 000 références couvrant toutes les familles de produits : fruits et légumes, produits frais, produits d'épicerie et boissons, produits surgelés, boulangerie, laitages et produits non alimentaires (entretien). Pour la restauration hors domicile, l'entreprise propose plus de 3 000 références provenant de plus de 300 fournisseurs de produits bio différents. Leur gamme de produits est très large avec du frais, du sec mais aussi du surgelé.

Naturdis possède une flotte de camions qui lui permet d'assurer les approvisionnements dans la région PACA ; pour les autres régions ils font appel à leur réseau national (des plateformes sont réparties en France) avec qui ils ont passé des partenariats privilégiés.

L'entreprise possède une exploitation de produits bio depuis 1973 ; celle-ci est d'ailleurs ouverte aux écoles de la région afin de sensibiliser les élèves à l'agriculture biologique.

Une partie des produits provient de leur exploitation : fruits et légumes, produits secs et laitiers. Les autres produits peuvent être de France mais aussi de l'étranger (Europe, Maroc, Israël...).

12.4 L'entreprise Distrisud

La société Distrisud compte 12 établissements et un effectif total de 290 personnes. Son activité est le commerce de gros de produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles ainsi que le commerce de gros d'huiles et de graisses comestibles d'origines animales et végétales.

Distrisud est un grossiste mixte basé principalement dans le sud de la France. C'est le principal fournisseur des restaurants collectifs de notre étude pour ce qui est des produits laitiers. La société est membre de la centrale d'achat France Frais.

Leurs sources d'approvisionnements sont diverses et variées, cela va des petits producteurs jusqu'aux géants de l'industrie agroalimentaire comme Danone.

12.5 L'entreprise Uni-vert

L'entreprise Uni-vert est spécialisée dans la distribution de fruits et légumes biologiques en provenance des producteurs membres de la coopérative agricole Covial. A sa création, l'activité se divisait en deux pôles :

- la vente de la production de ses adhérents,
- import, export avec l'activité négoce.

Aujourd'hui, Uni-vert a arrêté l'import pour se concentrer exclusivement sur sa propre production. Celle-ci a d'ailleurs triplé en deux ans avec une surface cultivable qui est passée de 61 ha à 130 ha. Actuellement la production représente 150 ha soit 900 tonnes de fruits et légumes avec comme produit phare la salade bio qui représente 7 millions de pieds.

L'entreprise compte 19 exploitations familiales sur 6 communes. Une large gamme de fruits et légumes sont cultivés tout au long de l'année : ail, artichaut, aubergine, carotte, concombre, cornichon, courge, fenouil, haricot vert, melon, tomate, navet, poireau, poivron, salade...

Uni-vert est également présent sur les marchés européens et notamment en Allemagne avec 43% de sa production après la France avec 47%.

12.6 L'entreprise Alterbio

Alterbio France est un metteur en marché de fruits et légumes biologiques. Leur travail est de concilier les impératifs de la production avec ceux de la distribution. L'entreprise est composée de quatre secteurs d'activités : la commercialisation, l'administration, la production et la logistique.

L'entreprise travaille directement avec un groupement de producteurs de Perpignan. Avec lui ils ont créé leur propre marque sous l'appellation « Couleur Midi ». Alterbio a également passé des partenariats avec d'autres producteurs de fruits et légumes en France mais aussi en Espagne et Italie. Elle travaille également avec une entreprise basée en Espagne qui s'occupe de la production sable (carottes, betteraves...).

D'autres partenariats ont été passés avec des producteurs et fabricants pour tous les produits transformés mais aussi avec un petit groupement de producteurs algériens de dattes. Par cet exemple, on peut constater qu'au sein d'une entreprise les sources d'approvisionnements sont très diverses en fonction des produits et cela illustre toute la complexité des marchés.

12.7 L'entreprise Alazard et Roux

La société Alazard et Roux est une entreprise de production, transformation et commercialisation de viande de boucherie. Elle a été créée en 1934 et compte 85 salariés. Ses principaux débouchés sont la grande distribution (30% du CA), les commerces traditionnels (30%), de la vente directe par les éleveurs (10%) et le reste est consacré à la restauration hors foyer (30%).

La société commercialise des viandes en provenance de trois régions françaises : Provence Alpes Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon et Rhône Alpes. L'entreprise travaille sur trois grandes filières de production : l'agneau de Crau-Alpilles, le porc du Mont Ventoux et le taureau de Camargue AOC.

Pour chacune de ces filières, un syndicat permet aux éleveurs et à l'entreprise de valoriser et promouvoir les viandes en garantissant la qualité, l'origine et le mode de production. Ces syndicats sont composés des professionnels de la filière de production, à savoir : les éleveurs, les abattoirs et les membres associés.

La société se positionne comme une entreprise « artisanale-industrielle », elle commercialise ses produits en France mais aussi vers l'international.

12.8 L'entreprise Biocoop restauration

Biocoop restauration propose une gamme pour la restauration collective avec plus de 550 références adaptées à ce secteur de marché. Biocoop met à disposition une mercuriale complète de fruits et légumes toutes les semaines. Ils ont 80 références en ultra frais et plus de 250 sur l'épicerie.

Leur politique est l'approvisionnement local et pour cela ils ont construit des partenariats avec des groupements de producteurs locaux partout en France. Là où une structure locale de commercialisation de produits bio vers la restauration existe, Biocoop a signé une convention avec le groupement local pour venir en complément de l'offre si besoin. Au total ce sont 21 partenariats qui ont été construits.

12.9 L'entreprise Biocash

Biocash est un grossiste indépendant spécialisé dans la distribution des produits issus de l'agriculture biologique à destination de la restauration hors domicile.

L'offre de Biocash est construite autour de deux pôles :

- le frais, qui compte entre 120 et 160 références de fruits et légumes selon la saison. Une priorité aux produits locaux et régionaux est de mise. Ainsi qu'une offre crèmerie avec 800 références.
- Le sec, avec 4400 articles d'épicerie, 300 boissons et plus de 1700 articles de cosmétique et d'hygiène corporelle.

La logistique de livraison est assurée par leurs propres camions et des transporteurs affrétés en fonction de la destination.

12.10 L'entreprise Sud primeur

Sud primeur est un grossiste de fruits et légumes spécialisé dans les produits de 4^{ème} gamme. Ils possèdent un laboratoire de 4^{ème} gamme sur Toulouse où plus de 226 tonnes de produits sont transformées.

Ils essaient au maximum de travailler avec des producteurs et partenaires locaux notamment pour les carottes, les concombres, les choux blancs et rouges, les navets longs et ronds, les betteraves. Pour les pommes de terre, l'entreprise travaille essentiellement avec Pom'alliance qui est le leader français de la pomme de terre fraîche mais aussi avec des producteurs du Pays de Sault dans l'Aude. Tous leurs produits peuvent être déclinés en gramme bio puisqu'ils sont certifiés Ecocert et les approvisionnements sont faits par des fournisseurs qui sont également certifiés comme Pom'alliance ou Adepopas.

12.11 Les centrales d'achat

Il faut savoir que certains grossistes sont référencés au sein de centrales d'achats. Les principales centrales d'achats sont Francap Restauration, Unifrais et France Frais. Ces centrales regroupent en leur sein des adhérents de sociétés de distribution qui forment un réseau.

La centrale d'achat Francap Restauration est constituée de 17 grossistes parmi lesquels les entreprises Pro à Pro représentées dans plusieurs départements sont majoritaires.

La centrale d'achat Unifrais est quant à elle spécialisée dans les produits frais et compte 34 entrepôts sur le territoire français. L'entreprise Pro à Pro répond également à un référencement sur la centrale d'achat Unifrais.

La dernière centrale d'achat est France Frais qui est également la plus ancienne avec ses 50 ans d'existence. Elle est spécialisée dans les produits ultra frais et en particulier le fromage blanc et la crème fraîche. Cette centrale développe ses marques propres et mise sur la production locale avec une offre adaptée à chaque région. La maison mère est basée en Normandie dans la presqu'île du Cotentin.

L'entreprise Distrisud chez qui un bon nombre de restaurants de la région s'approvisionnent en produits laitiers, fait partie de la centrale d'achat France frais.

L'origine déclarée des produits

Il nous a paru important d'apporter certaines précisions en ce qui concerne l'origine pouvant être déclarée pour les produits. Il faut savoir qu'actuellement, seuls certains produits comme les fruits, les légumes, la viande de bœuf non transformée, le poisson, les œufs, le miel et les vins, doivent présenter obligatoirement l'origine géographique. Pour les autres il n'existe aucune obligation réglementaire.

Cette mention obligatoire pourrait d'ailleurs très prochainement s'étendre à d'autres produits notamment à toutes les viandes, les produits laitiers, ainsi qu'à tous les aliments composés d'un seul ingrédient (comme par exemple une boîte de conserve de carottes). L'origine de la viande et du poisson entrant dans la composition d'un plat cuisiné pourrait également être précisée.

XIII. Exploration d'une mercuriale de produits biologiques

De par nos enquêtes auprès de plusieurs fournisseurs, nous avons pu nous rendre compte de la complexité absolue que peut représenter la recherche de l'origine des produits biologiques utilisés au sein de la restauration collective. En effet, avec la multiplicité des fournisseurs, celle des produits mais aussi avec la diversité des sources d'approvisionnements pour un même fournisseur, il devient vite difficile de remonter les filières et d'identifier l'origine des produits.

Nous avons pu constater que les produits transitent entre les différents types de fournisseurs. Les plateformes, les distributeurs, les grossistes s'achètent les produits entre eux et changent leurs sources d'approvisionnement en fonction des prix pratiqués par chacun, ce qui complexifie la remontée des filières. En outre, le problème est encore plus complexe lorsqu'on s'intéresse à des produits transformés où plusieurs ingrédients composent le produit fini.

Si l'on prend l'exemple de l'entreprise Naturdis qui propose plus de 3 000 références provenant de plus de 300 fournisseurs différents, on peut à ce stade facilement comprendre la complexité d'identifier l'origine de chacun des produits.

Néanmoins, nous avons pu nous procurer une mercuriale de certains produits biologiques achetés par une société de restauration collective pour ses clients de la RHD. Cet outil présente pour un certain nombre de fournisseurs référencés leur gamme de produits bio. Pour chaque produit on retrouve de nombreuses informations dont le conditionnement, le poids net, l'unité de distribution, le prix et son évolution sur l'année, la quantité minimale livrable, la référence, la marque, l'origine de la matière première principale et le lieu de transformation.

Nous avons choisi d'extraire pour chacun des fournisseurs référencés et pour un ensemble de produits fréquemment utilisés dans le cadre de la restauration collective, des tableaux présentant l'origine de la matière première principale. Chaque tableau regroupe des produits appartenant à la même catégorie alimentaire. Ces tableaux sont présentés en annexe sauf pour celui des produits laitiers que nous avons choisi de prendre comme illustration ici.

Les produits laitiers

Pour le groupe alimentaire des produits laitiers, 5 fournisseurs sont référencés et on retrouve 5 sous catégories de produits, à savoir : le lait, les fromages en portion, les fromages à la coupe, les yaourts et les desserts lactés.

Dans l'ensemble tous les produits laitiers sont d'origine France à l'exception de 2 références sur les 49. Il s'agit :

- du fromage fondu bio qui provient d'Allemagne
- le gouda bio qui provient d'Allemagne ou de Hollande suivant le fournisseur.

L'épicerie

Pour la catégorie épicerie 6 fournisseurs sont référencés. Cette catégorie se subdivise en 3 groupes : les légumes verts en conserves, les féculents (pâtes et riz et autres féculents) et les desserts (boîtage, coupelles, biscuits et entremets).

Pour ce qui est des légumes verts en conserves, les provenances sont assez diffuses. Trois fournisseurs s'approvisionnent uniquement en France alors que les autres indiquent une origine Européenne. Par contre un fournisseur reste vague en citant : UE/ non UE.

Pour les féculents type pâtes, riz, blé, semoule on remarque qu'ils proviennent presque tous d'Italie sauf pour un fournisseur qui s'approvisionne en France ou en Europe. Pour les autres féculents, les origines peuvent être plus lointaines. Le boulgour provient de Turquie, les haricots blancs de Turquie, de Chine ou de France, les haricots rouges de Chine, le quinoa de Bolivie ou Pérou et les pois chiches de Turquie ou de France. Pour les lentilles vertes et les pois cassés, la production est Française. Mais cela va également dépendre des fournisseurs.

Pour les desserts, l'origine a été très peu renseignée notamment pour les desserts en conserve il est donc assez difficile de généraliser. Pour les desserts en coupelles, ici type compote, on retrouve plus d'informations et on peut dire qu'en général elles proviennent d'Italie. Pour ce qui est des biscuits et entremets, les produits viennent de France.

Le surgelé

Pour les produits surgelés, 7 fournisseurs sont référencés et la catégorie est divisée en deux groupes : celui des légumes et celui des viandes.

Pour les légumes surgelés on remarque que seulement 3 fournisseurs sur 7 en proposent ou ont renseigné l'information sur l'origine et tous les légumes proviennent d'Europe, ce qui reste toutefois une information assez vague.

Concernant la viande, la production est française sauf pour une référence (le sauté de poulet cuit) où la viande provient d'Allemagne.

Les viandes fraîches

Dans cette catégorie, 6 fournisseurs sont référencés et ici tous les produits proviennent de France. Que ce soit du bœuf, du veau, du porc, de la volaille ou de la charcuterie, la production est française. Dans cette mercuriale, il nous manque la catégorie des fruits et légumes frais qu'il aurait été intéressant d'étudier.

D'après les différents tableaux, on peut voir la limite des informations contenues dans la mercuriale puisqu'on remarque aisément que l'information sur l'origine des produits n'est pas toujours renseignée et que parfois les informations apportées sont inexploitable. Malgré tout, on peut avoir une idée globale de l'origine des différentes catégories de produits avec cet outil.

	Fournisseur 1	Fournisseur 2	Fournisseur 3	Fournisseur 4	Fournisseur 4
3 LAIT					
Lait bio demi-écrémé UHT	Bretagne	France	France		
5 FROMAGES PORTION					
Edam bio		France	France		France
Emmental bio		France	France		France
Fromage fondu bio	Allemagne	Allemagne	Allemagne		
Gouda bio		France	France		France
Maasdam bio					
Carré frais bio					France
Gouda bio					
Mini cabecou chèvre bio		France	France		France
Mini camembert bio		France	France		France
6 FROMAGE À LA COUPE					
Camembert bio	Mayenne	France	France		France
Munster bio		France	France		France
Brie bio	Mayenne	France	France		France
Emmental bio		France	France		France
Emmental râpé bio	France	France	France		Allemagne
Gouda bio	HOLLANDE	Allemagne	Allemagne		
Roquefort bio AOC	Midi Pyrénées		France		
Saint Paulin bio	France	France	France		France
Tomme d'Auvergne bio		France	France		
Tomme blanche bio		France	France		
7 YAOURTS					
Yaourt aux fruits bio saveur abricot		France			
Yaourt aux fruits bio saveur cerise		France			France
Yaourt aux fruits bio saveur fraise					France
Yaourt aux fruits bio saveur pêche					France
Yaourt bio aromatisé citron		France	France		France
Yaourt bio aromatisé fraise		France	France	France	France
Yaourt bio aromatisé vanille	France	France	France	France	France
Yaourt bio bifidus citron	France		France	France	
Yaourt bio bifidus nature	France	France	France		
Yaourt bio bifidus vanille	France		France		
Yaourt bio brassé abricot			France		
Yaourt bio brassé citron					
Yaourt bio brassé fraise		France	France		France
Yaourt bio brassé framboise					
Yaourt bio brassé myrtille		France	France		
Yaourt bio brassé nature			France		
Yaourt bio brassé pêche					
Yaourt bio brassé vanille		France	France		France
Yaourt bio nature	France	France	France		France
Yaourt bio nature sucré	France	France	France	France	France
8 FROMAGES BLANCS / FROMAGES FRAIS / DESSERTS					
Crème dessert chocolat bio	France		France		France
Crème dessert vanille bio "Les 2 vaches"					
Flan bio nappé caramel	France	France	France		France
Fromage blanc bio nature 20% MG		France	France		France
Fromage blanc bio nature 20% MG	France	France	France		France
Fromage frais bio à la fraise 20% MG	France		France		France
Fromage frais bio nature 20% MG	France		France		France
Fromage frais bio nature 20% MG	France		France		France
Riz au lait bio à la vanille	France		France		

Tableau N°19 - Extrait des informations recueillies sur une mercuriale (produits laitiers bio)

XIV. Discussion méthodologique et recommandations pour le renouvellement de ce type d'enquêtes

Lors de la réalisation de cette enquête, nous avons été confrontés à un certain nombre de difficultés non prévisibles.

Tout d'abord, la phase de recensement des restaurants collectifs publics s'est avérée fort complexe. En effet, il est très laborieux de réaliser une liste exhaustive de tous les restaurants collectifs publics de la région. Les différentes instances ou services ayant la compétence de la restauration n'ont pas toujours établi ces listes, soit par manque d'utilité pour eux, soit par manque de temps. En outre, la plupart des listes existantes ne sont pas mises à jour ou exploitables.

La deuxième difficulté pour ce type d'enquête est de convaincre les structures à participer. Les établissements qui n'introduisent pas de bio craignent d'être mal perçus suite aux préconisations de la Circulaire et s'abstiennent de répondre. C'est pour cela qu'il est important d'insister sur le caractère anonyme de l'enquête. Quant aux restaurants ayant intégré des produits bio dans leurs menus, ils sont souvent découragés par le travail de comptabilité qu'ils doivent réaliser pour renseigner les informations demandées.

Un autre point important à considérer pour ce type d'enquête, concerne les méthodes de travail différentes d'une structure à l'autre. C'est pourquoi nous avons été confrontés à certaines difficultés dans la collecte des données via une méthodologie d'enquête et un questionnaire standardisés à l'ensemble des établissements. En effet, il aurait été peut-être plus pertinent de construire un protocole d'enquête différent suivant les cas de figures rencontrés ou du moins une approche différente entre les restaurants en gestion directe et ceux en gestion concédée.

En effet, les restaurants en gestion concédée sont rarement à même de pouvoir renseigner ces informations. Celles-ci sont en général détenues par les cuisines centrales ou les sociétés de restauration collective. Pour les cuisines centrales, nous nous sommes donc directement adressés à ces dernières. En revanche dans le cas d'une concession à une SRC, les données sont plus complexes à obtenir. D'une part, les SRC jouent très rarement le jeu et en plus les seules données disponibles sont pour la plupart centralisées au siège régional et noyées avec celles de l'ensemble des clients de la SRC. Il est alors difficile pour eux de sortir des bilans par secteur, par produit et par type de structure. C'est pourquoi une approche en face à face avec l'ensemble des responsables régionaux des différentes SRC serait peut-être plus fructueuse.

Une autre idée serait de réaliser cette enquête plutôt sous la forme d'un suivi sur une année entière au lieu d'opter pour une enquête à un instant t qui, sur le moment demande pour certains un travail considérable de comptabilité. En effet, il serait peut-être plus pertinent de sélectionner un panel d'établissements pilotes représentatif de l'ensemble des restaurants de la région et de leur proposer de remplir l'enquête au fur et à mesure qu'ils passent leurs commandes. Cela nous a été suggéré par

les gestionnaires et éviterait ce travail de comptabilité qui pour la plupart leur demande beaucoup de temps. On peut imaginer un masque de saisie disponible sur une interface internet où chaque établissement irait entrer ses données à chaque commande effectuée.

Il est également important de prendre en considération la période à laquelle l'enquête va être faite. Cela peut avoir une incidence non négligeable sur le taux de retour. De plus, il est important de savoir que les établissements scolaires font leurs bilans à la fin de l'année scolaire vers le mois de juin alors que pour les autres secteurs d'activité, les bilans sont effectués à la fin de l'année civile donc vers le mois de décembre.

Pour l'enquête il est aussi primordial de bien expliquer les raisons d'une telle démarche avec les objectifs précis de l'enquête pour motiver les personnes à répondre et ne pas culpabiliser ceux qui n'introduisent pas de produits bio. L'implication de tous les services et institutions susceptibles d'être directement ou indirectement concernés est un facteur de réussite pour la participation de chacun.

D'après les différents constats, nous avons pu nous rendre compte que la gestion d'un restaurant collectif peut-être assez différente en fonction des cas de figure. Il serait fort intéressant de lancer une réflexion sur une méthode de gestion des commandes harmonisée et unique à l'ensemble des restaurants collectifs publics afin de pouvoir suivre dans le temps de manière simplifiée ces différents indicateurs.

CONCLUSION

La mise en place d'un observatoire sur l'introduction des produits biologiques au sein de la restauration collective public est un outil intéressant qui permettra de recueillir et recouper des informations pour le suivi et la quantification des démarches et actions entreprises par les établissements. Ce premier état des lieux est une étape indispensable pour identifier et comprendre les difficultés de la mise en place d'un tel observatoire. Cela permettra de donner des pistes de réflexion pour un suivi des mesures d'indicateurs pertinents et pour lesquels une évolution pourra être initiée.

Depuis plusieurs années on assiste à un intérêt croissant des restaurants collectifs envers les démarches d'introduction de produits biologiques au sein de leurs menus. Phénomène qui est d'ailleurs très médiatisé et poussé par différentes incitations politiques qui semblent d'ailleurs porter leurs fruits.

En effet, les résultats de notre enquête montrent que dans la région Languedoc-Roussillon 2 restaurants collectifs sur 3 ont déjà franchi le pas du bio et 71% des établissements qui ne l'ont pas fait, sont fort intéressés. Le principal frein évoqué par les restaurants est le surcoût de ces produits, et pourtant notre étude montre que ce dernier arrive à être absorbé dans la mesure où l'introduction ne concerne pas toutes les composantes du repas de manière quotidienne. Quoiqu'il en soit des solutions et stratégies concrètes existent et ont fait leurs preuves pour contrer le coût plus élevé des produits bio à l'achat.

Le deuxième frein mis en avant par les restaurants est l'offre insuffisante et inadaptée pour la restauration collective. D'après les enquêtes, nous avons pu constater que les établissements avaient également une mauvaise connaissance de l'offre régionale et qu'ils ignoraient l'existence de nombreux acteurs bio régionaux (grossistes et distributeurs).

Pour les autres, l'engouement vers le bio a réellement débuté à partir de 2009 avec 26% des établissements qui ont amorcé la démarche et 30% en 2010. Les plus nombreux sont les établissements du secteur de l'enseignement avec 76% d'entre eux qui ont déjà introduit du bio alors que le secteur médico-social et celui du travail sont encore loin derrière avec seulement 29% et 33%. La taille de l'établissement est également déterminante puisqu'on remarque que ce sont les plus grosses structures (en nombre de repas) qui sont aussi les plus nombreuses à avoir introduit des produits bio. D'un point de vue géographique, on constate que c'est le département du Gard qui a le plus fort taux d'établissements instaurant du bio et cela s'explique très certainement par la dynamique et la volonté politique qui va dans ce sens.

En ce qui concerne les formules et fréquences d'introduction, la plupart des restaurants privilégient une introduction d'un produit bio quotidiennement plutôt que des repas entièrement bio seulement quelques fois dans l'année. Ce choix est judicieux puisqu'il est à la fois intéressant d'un point de vue de la sensibilisation des convives, sur l'aspect structuration des filières bio mais aussi sur la construction de bonnes relations entre le fournisseur et le client.

Au niveau des produits achetés, ce sont principalement des produits frais (88%) plutôt que des produits surgelés, en conserves ou de la 4^{ème} et 5^{ème} gamme. Les produits phares sont les produits laitiers, les fruits et légumes, les féculents (pain, pâtes, riz) mais aussi la viande avec principalement le bœuf et le poulet.

Malgré un intérêt croissant des restaurants collectifs pour les produits bio, les objectifs du Grenelle de l'environnement ne sont pas atteints. En effet, l'indicateur officiel défini par le pourcentage du montant des achats consacrés aux produits bio, atteint seulement 6% pour 2010 alors que l'objectif de la circulaire était de 15%. L'année suivante il ne gagne que 4 points pour atteindre les 10%. A cette cadence, il est difficile d'espérer arriver à la barre des 20% pour 2012.

Lors de cette étude, nous avons pu constater que les politiques d'approvisionnement des établissements sont très disparates d'un restaurant à l'autre, certains privilégient plutôt les producteurs locaux alors que d'autres achètent leurs produits bio auprès de grossistes ou distributeurs spécialisés. En effet de nombreux opérateurs ont vu le jour sur ce nouveau marché, les distributeurs et grossistes spécialisés en bio s'ouvrent au marché de la restauration collective et on retrouve aussi les fournisseurs traditionnels qui suivent la tendance en créant leurs gammes de produits bio.

L'identification de l'origine des produits bio achetés par les restaurants reste complexe et minutieuse dans la mesure où nous avons recensé plus de 90 fournisseurs différents, chacun proposant des gammes de produits plus ou moins larges de produits bruts et transformés. Nous avons pu tout de même identifier l'origine d'un certain nombre de produits bio et faire ressortir les grandes tendances. Il est rassurant de constater qu'une bonne part des produits proviennent de France comme la majorité des produits laitiers, les fruits et légumes et la viande alors que les produits d'épicerie sont davantage importés.

Bibliographie

Agence Bio 2009. 7ème Baromètre Consommation et perception des produits biologiques

Agence BIO. Produits Bio : le françaises confirment leur intérêt et les professionnelles renforcent leurs actions. 49.p

Agence Bio. 2011. La production biologique en France et par région. L'agriculture biologique en France, chiffres clés, Edition 2011. p. 46-86

Agence Bio. 2011. Observatoire 2010 des produits biologiques en restauration collective. p.4.

Agence Bio. 2011. Observatoire 2011 des produits biologiques en restauration collective. p.4.

Agence Bio. (2009). Le fonctionnement et les pratique de la restauration collective. Produit biologique 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 I. Rapport final: 70 p.

Agence BIO. Etude comparative du développement de l'agriculture biologique chez des partenaires de la France dans l'UE : Allemagne, Espagne et Italie. Septembre 2008. 229p.

Agence BIO. Dossier de presse. La Bio : une alternative qui prend de l'ampleur. 69p.

Agence Bio Dossier de presse. Les chiffres de la bio sont au vert. 47p.

Agra Alimentation. Aliments Bio. La croissance du marché bio fortement ralentie. n°2185 – édition du jeudi 9 février 2012. p37.

Bottois Vincent. L'introduction de produits biologiques locaux en restauration collective. Mémoire GE SPDR. Septembre 2009. 70 p.

C. Lamine. 2008. Les intermittents du bio. Versailles. Edition Quae. 340p.

C.Guillot-Soulez et S. Soulez L'analyse conjointe : présentation de la méthode et potentiel d'application pour la recherche en GRH. 22 p[consulté en 2012].
<http://www.reims-ms.fr/agrh/docs/actes-agrh/pdf-des-actes/2009guillotsoulez061.pdf>.

Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt. 2012. Bulletin d'information :offre alimentaire mars 2012 n°8. p.7. [consulté en 2012].
<http://draaf.languedoc-roussillon.agriculture.gouv.fr/Bulletin-d-informations-Offre>.

DRAAF Rhône-Alpes. Guide pratique. Favoriser une restauration collective de proximité et de qualité. Deuxième édition février 2011. 193 p.

Ducoeurjoly Delphine. Guide pratique pour une restauration collective bio. Dossier d'expert-La lettre du cadre territorial. Edition territorial éditions. 2011. 159p.

Dussaix, A.M., Saporta, G., Carle, P., Darmon, R.Y., Grimmer, J.F., Morineau, A. (1998), L'analyse conjointe, la statistique et le produit idéal, CISIA-CERESTA.

Green, P.E., Srinivasan, V. (1978). Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook, *Journal of Consumer Research*, vol. 5, n°2, p. 103-123

Guillerand Laure. Observatoire sur l'introduction des produits issus de l'Agriculture Biologique en Restauration collective : Mise en place, premier sondage et suivi. Mémoire de Licence professionnelle « Aménagement du Territoire et Urbanisme » à l'Université Lyon 2 Agrotec. 2011. 30p.

Guillerand Laure. Observatoire 2010, l'introduction des produits AB en restauration collective dans le Massif Central. Pôle AB Massif Central. Septembre 2011. 88p.

Javaheri, Masha. 2009. "Analyse expérimentale de la consommations de fruits et légumes."

Les marchés Hebdo. Edition du 3 mai 2012 – N°141. Article : Restauration collective : revoir les pratiques d'achat. Article : Renforcer les liens entre acheteurs et fournisseurs.

Liquet, J.C., Benavent, C. (2000). L'analyse conjointe et ses applications en marketing, papier de recherche, IAE de Lille [consulté en 2012]
<http://christophe.benavent.free.fr/IMG/pdf/conjointe.pdf>

LOI n° 2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement.

Parichard Sangkumchaliang et Wen-Chi Huang. Consumer's Perceptions and Attitudes of Organic Food Products in Northern Thailand. *International Food and Agribusiness Management Review*. Volume 15, Issue 1, 2012.

P. Aurier et L. Sirieix. 2004. Le marketing des produits agroalimentaires . Paris. Dunod. 358 p

P. Marcotte. 2011. Filière R.H.D. 2ème conférence régionale de la bio 10 février 2011. [Consulté en 2012]. http://draaf.languedoc-roussillon.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conference-bio-lr_2011-02-12_diaporama_cle861efe.pdf.

Règlement (CE) N° 834/2007 Du conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant le règlement (CEE) n° 2092/91

SNRC. 2012. Définition de la restauration collective Syndicat National de la Restauration Collective. [consulté en 2012]. <http://www.snrc-site.com/restauration.php?rub=D%E9finition&id=40>

Sud et Bio. Fiche Filière Fruits et Légumes LR Production et Mise en marché. Février 2012.

Vie Cédric. Les modes de gestion du service public de restauration collective en milieu scolaire public. Mémoire de recherche. Master 1 Ingénierie et gestion des systèmes alimentaires. 2007. 113p.

LISTE DES ANNEXES

- ANNEXE I : Questionnaire d'enquête à destination des restaurants collectifs publics de la région Languedoc-Roussillon.
- ANNEXE II : Guide d'entretien pour les fournisseurs de produits bio.
- ANNEXE III : Origine des principaux produits d'épicerie bio proposés par six fournisseurs.
- ANNEXE IV : Origine des principaux produits surgelés bio proposés par sept fournisseurs.
- ANNEXE V : Origine des principaux produits carnés proposés par six fournisseurs.
- ANNEXE VI : Liste des principaux fournisseurs en bio des restaurants collectifs de la région Languedoc-Roussillon.
- ANNEXE VII : Procédure de calcul des disponibilités régionales en produits Biologiques.

BILAN DES ACHATS DES PRODUITS CONVENTIONNELS SUR L'ANNEE 2011 :

4) Quantités des denrées issues de l'agriculture conventionnelle achetées sur l'année 2011

Merci d'indiquer dans le tableau ci-dessous les **quantités des denrées issues de l'agriculture CONVENTIONNELLE** achetées sur l'année 2011.

Ces informations permettront d'apprécier le potentiel que peut représenter la restauration collective sur la filière biologique régionale

		Frais	Surgelés	4 ^e ou 5 ^e gamme	Autres (conserves, ...)
Produits laitiers	Yaourts (pc)				
	Fromage (kg)				
	Lait (L)				
	Desserts lactés (pc)				
Fruits (kg)	Pêche				
	Nectarine				
	Abricot				
	Kiwi				
	Cerise				
	Pomme				
	Poire				
Légumes (kg)	Salade				
	Courge				
	Blettes				
	Choux				
	Aubergine				
	Courgette				
	Tomate				
	Concombre				
	Melon				
Viandes (kg)	Bovine				
	Porcine				
	Ovine				
Volailles (kg)	Poulet				
	Dinde				
Pain (kg)					

5) Proposez-vous des produits bio dans vos menus ?

Oui

Non

Si Oui : depuis quelle année ? : _____

Si Non : passer directement à la question n° 10 (encadré dernière page)

INTRODUCTION DES PRODUITS BIO :

6) Type de repas bio proposé et fréquence (cocher les cases correspondantes)

	Quotidien ou quasi quotidien	Hebdomadaire	Mensuel	Événementiel	Autre (préciser)
Un produit Bio					
Plusieurs produits Bio					
Plats entièrement bio					
Menu entièrement bio					

7) Type de produits, quantité, fréquence, origine, approvisionnement et identification des fournisseurs

→ **Fiche bilan produits bio à remplir (cf tableau ci-joint)**

Aide pour remplir la fiche :

- les 4 premières colonnes (frais/surgelés/4^{ème} ou 5^{ème} gamme/autres) permettent de renseigner les quantités
- pour la fréquence, l'origine et l'approvisionnement : se référer aux abréviations en bas de la fiche

8) Quels autres produits bio souhaiteriez-vous utiliser ?

BUDGETS

	En 2009	En 2010	En 2011
Avez-vous proposé des denrées issues de l'Agriculture Biologique ?	Oui/Non	Oui/Non	Oui/Non
Montant total des achats issus de l'AB	€	€	€
Montant total des achats alimentaires du restaurant	€	€	€

9) Coût matière consacré au repas en 2011 :€

PARTIE RESERVEE AUX RESTAURANTS N'INTRODUISANT PAS DE PRODUITS BIO DANS LEURS MENUS

**10) Quelles sont les raisons pour lesquelles vous n'introduisez pas de produits biologiques ?
(Indiquez les trois principales en les classant)**

- Le surcoût
- Méconnaissance de l'offre en produits bio
- Insuffisance d'offre en produits bio
- Méconnaissance de l'AB et ses produits
- Offre inadaptée à la restauration collective (volumes, calibre, conditionnement, qualité...)
- Craintes concernant le respect des règles sanitaires des producteurs
- Freins matériels et humains (manque d'équipement, de personnel...)
- Freins culturels (changements liés au bio/personnel, bio/convives...)

Autres : _____

11) Seriez-vous intéressé pour en introduire ne serait-ce que de temps en temps ?

- Oui
- Non

Si oui, quels types de produits vous intéresseraient et pouvez-vous estimer la quantité que vous commanderiez sur l'année ? (ex : pain : 100 kg...)

NOUS VOUS REMERCIONS DE VOTRE PARTICIPATION !

ANNEXE II : Guide d'entretien pour les fournisseurs de produits bio

- 1) Présentation et statut de la structure ?
- 2) Fonctionnement de la structure ?
- 3) Quels sont les liens avec les différents acteurs du monde bio ?
- 4) Comment se structurent et où sont effectués les approvisionnements ?
- 5) Ont-ils une production propre à eux ?
- 6) Comment sont choisies les sources d'approvisionnements et sur quels critères ?
- 7) La gamme des produits ? Quelle est l'origine des produits et les circuits d'approvisionnements ?
- 8) Qui sont les principaux clients (RHD/GMS/Magasin bio spécialisé) ? Répartition par type et par département ?

ANNEXE III : Origine des principaux produits d'épicerie bio proposés par six fournisseurs

	Fournisseur 1	Fournisseur 2	Fournisseur 3	Fournisseur 4	Fournisseur 5	Fournisseur 6
🌿 LÉGUMES VERTS						
Betteraves en dés bio	ue/non ue	France			UE	France
Carottes rondelles bio	ue/non ue	France			UE	France
Haricots blancs bio	ue/non ue					
Haricots verts extra-fins bio	France	France	France		UE	France
Haricots verts fins bio	Allemagne					
Lentilles blondes bio	FR - DE		France	France/CEE		
Macédoine de légumes bio	France		France	France/CEE	UE	
Maïs doux bio	Allemagne	France	France		UE	France
Petits pois et carottes à l'étuvée bio	ue/non ue			France/CEE	UE	
Petits pois fins bio au naturel	Allemagne				UE	
Petits pois très fins bio au naturel	France	France	France		UE	France
Ratatouille bio	ue/non ue	France	France	France/CEE	UE	France
🌾 FÉCULENTS						
A. PÂTES & RIZ						
Coquillettes bio	Italie	Italie	Italie	Italie	France	Italie
Macaronis bio	Italie	Italie	Italie		France	
Papillons bio	Italie	Italie	Italie		UE	
Riz long étuvé bio	Italie	Italie	Italie		UE	France
Riz long étuvé bio	Italie	Italie		Italie	UE	
Riz rond bio	Italie	Camargue	Italie		UE	
Spaghettis bio	Italie	Italie	Italie	Italie	France	Italie
Torsades bio	Italie	Italie	Italie		France	
Vermicelles bio coupés fins	Italie	Italie	Italie			
B. AUTRES						
Blé précuit bio	Italie	Italie	France et Italie	France	UE	
Boulgour bio	Turquie	France ou Italie	Italie		UE	France
Boulgour bio	Turquie	France ou Italie			UE	
Chips salées bio					UE	
Couscous blanc bio	Europe	Italie	Italie			France
Couscous blanc bio	Europe	Italie		Italie	UE	
Flocons de Pdt bio pour purée instantanée	UE/NON Ue	France		CEE	UE	
Flocons de Pdt bio pour purée instantanée		France				
Haricots blancs lingots bio	Turquie	Poitou- Charentes	Chine			
Haricots rouges bio	Chine	Chine	Chine		UE	
Lentilles vertes bio	France	Poitou- Charentes	France		France	Importation
Pois cassés bio	France	France	Allemagne France Hollande		UE	
Pois chiches bio	Turquie	Poitou- Charentes	France Turquie		UE	
Quinoa bio	Bolivie Pérou	Bolivie	Bolivie		BOLIVIE	Bolivie

	Fournisseur 1	Fournisseur 2	Fournisseur 3	Fournisseur 4	Fournisseur 5	Fournisseur 6
DESSERTS						
A. BOÎTAGE						
Ananas bio morceaux au sirop	Sri Lanka		France		SRI LANKA	
Cocktail de fruits bio	Sri Lanka				UE	
Compote bio de pomme	UE/NON UE	France	France		UE	France
Compote bio pomme/banane					UE	
Compote bio pomme/kiwi	Allemagne					
Crème dessert bio cacao	France					France
Crème dessert bio vanille	France					France
Demi-pêches au sirop	UE/NON UE				UE	
Demi-poire au sirop	UE/NON UE		France		UE	
B. COUPELLES						
Compote bio de poires					Italie	
Compote bio de pomme	Italie	France	Italie	Italie	France	France
Compote bio pomme abricot	Italie		Italie		Italie	
Compote bio pomme banane	Italie		Italie		Italie	
Compote bio pomme fraise	Italie		Italie		Italie	
Compote bio pomme pêche	Italie		Italie		Italie	
Compote bio pomme poire			Italie			
C. BISCUITS & ENTREMETS						
Entremet bio sucré parfum chocolat	UE/NON UE		France		France	
Entremet bio sucré parfum vanille	UE/NON UE		France		France	
Galettes beurre emballées par deux	France	France			France	
Biscuits nappé chocolat emballés par deux	France				France	
Cookie nappé chocolat	France				France	
Biscuit sablé amande citron						
Croquant au citron bio La clé des champs®						France
Lingot pépites de chocolat bio	France					France
Lingot vanille nature bio	FRANCE					
Madeleine bio à l'épeautre	France		France		France	
Madeleine bio pur beurre	France		France		France	France
Nappé choco bio La clé des champs®						France
Palet breton bio pur beurre	France		France		France	
Sablé citron						
Twibio® chocolat	France	France			France	

ANNEXE IV : Origine des principaux produits surgelés bio proposés par sept fournisseurs

	Fournisseur 1	Fournisseur 2	Fournisseur 3	Fournisseur 4	Fournisseur 5	Fournisseur 6	Fournisseur 7
② LÉGUMES							
Aubergine cube 10/10 bio			EUROPE		UE		Europe
Brocolis fleurette bio			EUROPE		UE		Europe
Carottes cubes bio			EUROPE		France		Europe
Carottes rondelles 15-30 bio			EUROPE		France		Europe
Champignons de paris émincés bio					UE		Europe
Choux fleurs fleurette bio			EUROPE		UE		Europe
Courgettes cubes bio			EUROPE		UE		Europe
Courgettes rondelles 15-30 bio			EUROPE		UE		Europe
Épinard branches bio			PAYS - BAS		UE		Europe
Épinard haché bio			PAYS - BAS		UE		Europe
Frites 10/10 bio			EUROPE		UE		Europe
Frites au four bio							
Haricots verts coupés bio			EUROPE		UE		
Haricots verts extra fins bio			EUROPE				
Haricots verts très fins bio					UE		Europe
Légumes potage bio					UE		Europe
Navets cubes 10/10 bio					UE		Europe
Oignons émincés bio			EUROPE		UE		Europe
Petits pois bio			EUROPE		UE		Europe
Poêlée de légumes bio			EUROPE		UE		Europe
Poivrons rouges bio					UE		Europe
Poivrons verts bio					UE		Europe
Pommes de terre cubes 10/10 bio			EUROPE		UE		Europe
④ VIANDES							
A - BŒUF VBF							
Bœuf bourguignon VBF 60/70g bio	France	France	FRANCE		France		France
Boulettes de viandes pur bœuf VBF 15% MG 30g bio		France	FRANCE		France		France
Bœuf égréné bio VBF 15% MG bio	France	France	FRANCE		France		France
Bœuf égréné bio VBF cuit IQF							
Steack haché VBF bio					France		France
Steack haché VBF bio		France	FRANCE		France		France
Steack haché VBF bio		France	FRANCE		France		France
Burger VBF bio							
B - BŒUF NON VBF							
Boulettes de viandes pur bœuf 15% MG 30g bio							
Bœuf égréné bio 15% MG bio							
Bœuf égréné bio cuit IQF							
Steack haché bio							
Steack haché bio							
Steack haché bio							
Burger bio							
C - AUTRES VIANDES							
Haut de cuisse de poulet bio			FRANCE	VENDEE	France		
Cuisse de poulet bio			FRANCE	VENDEE	France		
Pilon de poulet bio			FRANCE	VENDEE	France		
Pilon de poulet LABEL ROUGE						France	
Sauté de poulet bio		France	FRANCE	VENDEE	France		France
Sauté de poulet bio cuit						Allemagne	
Sauté de porc bio	France	France	FRANCE		France		France
Sauté de porc BLEU BLANC CŒUR							
⑤ DIVERS							
Lasagnes bio			ALLEMAGNE		France		

ANNEXE V : Origine des principaux produits carnés proposés par six fournisseurs

1 BŒUF & VEAU						
Bourguignon (collier, boîte à moëlle, jarret) VBF bio	Sud Ouest	France	France			France
Merguez bœuf VBF mouton bio		France		France		France
Sauté de bœuf VBF bio cuit						
Rôti de bœuf VBF bio cuit						
Rôti de bœuf VBF macreuse bio			F			
Rôti de bœuf VBF tende de tranche bio	France		fr			France
Sauté de veau VBF bio	France		FR			France
Steack haché VBF 15% MG bio						France
Steack haché VBF 15% MG bio			FR			France
Steack haché VBF 15% MG bio						France
Bourguignon (collier, boîte à moëlle, jarret, etc.) bio		France				
Burger de bœuf bio						
Sauté de bœuf bio cuit						
Rôti de bœuf bio cuit						
Merguez bœuf mouton bio						
Rôti de bœuf macreuse bio						
Steack haché 15% MG bio						
Steack haché 15% MG bio						
Steack haché 15% MG bio						
Côtes de porc bio	France		FR	France		France
Rôti de porc cuit épaule bio	France					
Rôti de porc cuit longe bio		France		France		
Rôti de porc frais échine bio	France	France		France		France
Rôti de porc frais épaule bio	France	France		France		France
Rôti de porc frais longe bio		France	FR	France		France
Sauté de porc bio	France	France	FR	France		France
Côte de porc label rouge						
Sauté de porc label rouge						
Rôti de porc label rouge						
Sauté de porc label rouge bleu, blanc, cœur						
Rôti porc label rouge bleu, blanc, cœur						
Côte porc label rouge bleu, blanc, cœur						
Cuisse de poulet entière bio	France		FR		France	France
Escalope de dinde bio	France				France	France
Filet entier de poulet bio	France		FR		France	France
Haut de cuisse de poulet bio	France				France	France
Pilon de poulet bio	France				France	France
Poulet fermier PAC bio			FR		France	
Poulet PAC bio	France		FR		France	France
Sauté de dinde bio	France				France	
Sauté de poulet sans os sans peau bio	France				France	France
Sauté de volaille bio						

Cuisse de poulet entière Label Rouge					France	
Escalope de dinde Label Rouge						
Filet entier de poulet Label Rouge					France	
Haut de cuisse de poulet Label Rouge					France	
Pilon de poulet Label Rouge					France	
Poulet fermier PAC Label Rouge					France	
Poulet PAC Label Rouge					France	
Sauté de dinde Label Rouge						
Sauté de poulet sans os sans peau Label Rouge					France	

Allumettes d'épaule de porc cuite sous vide bio	France		FR	France		France
Boudin blanc bio	France		FR	France		France
Boudin noir bio	France		FR	France		France
Chipolatas bio	France	France	FR	France		France
Épaule entière DD bio	France		FR	France		France
Jambon DD supérieur demi bio			FR	France		France
Jambon DD supérieur entier bio	France			France		
Lardons fumés bio	France		FR	France		France
Merguez bio	France	France	FR	France		France
Mortadelle bio	France		FR	France		France
Pâté de campagne bio	France		FR	France		France
Pâté de foie bio	France		FR	France		France
Pâté de campagne bleu blanc cœur						
Pâté de foie bleu blanc cœur						
Rillettes de porc bio	France		FR	France		France
Saucisse de Francfort bio	France		FR	France		France
Saucisse de Montbéliard bio	France		FR	France		France
Saucisse de Strasbourg bio						
Saucisse de Toulouse bio	France		FR	France		France
Saucisson à l'ail fumé bio	France					
Saucisson à l'ail nature bio			FR	France		France
Saucisson sec bio	France		FR	France		France

ANNEXE VI : Liste des principaux fournisseurs en bio des restaurants collectifs de la région Languedoc-Roussillon

N°	Fournisseurs	Statut	Type de fournisseurs	Spécialité	Adresse	CP	Ville	Tél	e-mail
1	Paganotto Marcel	SARL	grossiste	fruits et légumes	15 chemin des caves	30340	Saint-Privat-des-Vieux	04 66 30 14 10	
2	Pomona Passion Froid	SA	grossiste mixte	distribution de produits agroalimentaires frais et surgelés	3214 route de Montpellier - marché gare	30941	Nîmes Cedex 9	04 66 84 93 81	
3	Distrisud	SAS	grossiste mixte	produits laitiers et avicoles	59 allée de la Nesque - ZA Prato 4	84210	Pernes les fontaines	04 90 60 50 05	
4	Distrisud	SAS	grossiste mixte	produits laitiers, œufs, huiles et matière grasses comestibles	Chemin des Pielles	34110	Frontignan	04 67 51 72 00	
5	Le Friboul	SARL	grossiste mixte	volaille et gibier	le marché gare - 281 avenue du marché gare	34070	Montpellier	04 67 91 06 76	
6	Pro à pro distribution	SA	grossiste	épicerie - frais - boissons - hygiène et entretien	rue du Comte de la Pérouse - ZA Clésud - BP 49	13142	Miramas Cedex	04 90 17 73 00	
7	Eau Couleur Terre		producteur	fruits et légumes?		34300	Agde		
8	Davigel	SA	grossiste mixte	surgelé (fabrication, gros)	Chemin Verdière	13880	Velaux	04 42 46 45 00	
9	Alter Eco (achat sur internet)	SA	grossiste bio	épicerie	36 Bd de la Bastille	75012	Paris	01 47 42 32 20	
10	Maison Ramon	SARL	Grossiste	produits laitiers, œufs, huiles	rue Robert Fulton	11000	Carcassonne	04 68 25 63 31	
11	PRO à PRO	SA	Grossiste	épicerie - frais - boissons - hygiène et entretien	Morer - Espace Polygone 10, rue du Chasselas - BP 89906	66962	Perpignan Cedex	04 68 52 71 71	
12	Sud Primeurs Cordellane		Grossiste	fruits et légumes	ZI Bouriette - avenue Gutenberg	11000	Carcassonne	04 68 10 23 70	
13	David Dereu - la belle verte		Producteur	gel, jechères, légumes plein champ maraîchage sous abris poules pondeuses - œufs	pueh delvas	34230	Plaisan	06 52 27 52 10	
14	Société Ambre		grossiste bio	épicerie	132, émile Antoine ZA du copra	30340	Mejanne lès Ales	04 66 34 22 10	commercial@ambres-bio.fr
15	Lou Passou bio		producteur	fromage	route de Boyne	48500	Le Massegros	04 66 49 90 39	

N°	Fournisseurs	Statut	Type de fournisseurs	Spécialité	Adresse	CP	Ville	Tél	e-mail
16	Verfeuille	SARL	transformateur	transformation et conservation de fruits	Mas le regent	30450	Genolhac	04 66 61 10 98	verfeuille@wanadoo.fr
17	Transgourmet	SAS	grossiste mixte	multiproduits			Saint Martin de Crau	08 11 65 65 88	eric.bugada@transgourmet.fr andre.koczorowski@transgourmet.fr
18	Eurofruit		grossiste bio	fruits et légumes	Route de Nîmes	30561	Saint Hilaire de Brethmas	5 66 86 09 27	
19	Etablissements Buisson	SARL	grossiste mixte	fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche	rue du Nord	30320	Poullx	04 66 75 23 38	
20	BIOGARDEN		grossiste bio	fruits et légumes	Mas Saint Jean	30127	Bellegarde	04 67 01 61 11	boigarden@wanadoo.fr
21	UNI-VERT	Coop	grossiste bio	fruits et légumes	Petit Chemin d'Espeyran	30800	Saint Gilles	04 66 20 75 25	regtmeier@uni-vert.com
22	Alazard et Roux	SAS	grossiste mixte	Viande	Chemin de la Grasille	13150	Tarascon	04 90 91 17 67	alazard-roux@wanadoo.fr
23	Au fournil de Saint estève		Transformateur (artisan boulanger pâtissier)	Pain et pâtisserie	Chemin de St Esteve	30128	Garons	04 66 70 02 13	
24	Alès Viande		grossiste	viande, salaison et fabrication charcuterie	ZI de Brueges - 1652, av des Frères Lumière	30100	Alès	04 66 86 02 60	
25	Biofinesse		distributeur bio pour collectivité	produits sec, frais et surgelé (de la 1ere à la 5eme gamme)	ZAC de Gabardie - 10, rue Paule Raymondis	31200	Toulouse	05 61 47 11 12	info@biofinesse.com
26	ProNatura Méditerranée		Grossiste bio	fruits et légumes	530 avenue de MILAN	66000	Perpignan	04 68 54 79 79	info@pronatura.com
27	Super U		Grande distribution		19 route d'Alès	30000	Nîmes	08 99 23 10 18	
28	Rayneau		Producteur	culture de fruits à pépins et à noyau	20 chemin de Crousells	66500	Moligt Les Bains	08 99 23 88 59	
29	Le jardin d'Yvonne		Producteur	fruits et légumes	carrer major	66320	Joch	04 68 05 08 74	yvoneschmies@yahoo.de
30	Goyty Xavier		producteur	brebis viande + légumes plein champ + maraîchage sous abris	4 ancien chemin de villefranche	66820	Fuilla		mariam.baouab@yahoo.fr
31	Le pain d'eric		Boulangerie	Pain	Camelas Plaine	66300	Camelas	04 68 53 21 07	lepainderic@hotmail.fr
32	Picco Maurice - Persuy Catherine		Producteur	Œufs, fruits et légumes	L'Astange	66500	Los Masos	04 68 05 35 90	piccomaurice@yahoo.fr
33	Banet Albert		Producteur	culture fruitière	Les Pharaderes	66500	Eus		
34	Blanquer Alain		Producteur				Feuilla		

N°	Fournisseurs	Statut	Type de fournisseurs	Spécialité	Adresse	CP	Ville	Tél	e-mail
35	Calvet J. Pierre		producteur				Fuilla		
36	Le verger de Feïscès		producteur				Eus		
37	Tostivint Loïc		producteur		RN 116	66320	Marquixanes	06 20 69 52 65	
38	Joly Xavier		producteur	fruits et légumes	Mas d'en Benissac	66820	Fuilla	04 34 56 71 65	jenniognier@yahoo.fr
39	Gavignaud Etablissements		grossiste bio	fruits et légumes	463 avenue Milan	66000	Perpignan	04 68 85 42 75	
40	Coopérative Catalane de Viande et Bétail	Coopérative	Coopérative	viande	Maison de l'élevage Cerdagne Capcir - RN 116	66800	Err	04 68 04 50 44	
41	Provence Primeurs		Distributeur	Fruits et légumes	MIN SUD - Bât 13 - 135 avenue Pierre Semard	84000	Avignon	04 90 13 41 80	contact@provenceprimeurs.com
42	Boulangerie Dubois		Boulangerie	boulangerie, pâtisserie, commerces de bouche	avenue Frédéric Mistral	30650	Rochefort du Gard	08 99 23 01 53	
43	Agriviande		Producteur	Viande	ZA de Plaisance - Laries	12120	Cassagnes-Bégonhès	05 65 46 22 30	agriviande@wanadoo.fr
44	Brake France		grossiste mixte	multiproduits	1501 avenue Joliot Curie	30900	Nîmes	04 66 28 65 28	
45	Le Pain et Levain		boulangerie, pâtisserie		6 Bis, rue des Halles	30000	Nîmes	04 66 67 57 06	
46	Pomona		grossiste mixte	multiproduits	3214 Route de Montpellier	30941	Nîmes		
47	Cyranie Industrie		grossiste mixte	multiproduits	ZA de la Gare	49360	Maulevrier	02 41 65 89 65	ventes@cyranie.fr
48	Barral primeur		grossiste	fruits et légumes	281, avenue du marché gare	34000	Montpellier	04 67 92 29 53	barralfruits@free.fr
49	Buonomo primeurs		grossiste mixte	fruits et légumes	9 chemin de la poule d'eau	34110	Vic la gardiole	04 67 89 39 60	-
50	Sica du Caroux	société coopérative	coopérative	fruits et légumes	route de Saint Pons	34600	Villemagne l'Argentière	04 67 94 00 74	sicacaroux@wanadoo.fr
51	Société Paindor			produits de boulangerie	5 rue de la Prade ZI Sud	34880	Laverune	04 67 27 26 40	montpellier@paindor.fr
52	Jean Floch			produits carnés	BP 20 111 Kerbéthune Moréac	56501	Locminé cedex	02 97 61 66 00	
53	SDA (société de distribution avicole)			volaille, gibiers, foies gras, bœuf, porc et produits frais élaborés	ZI de l'Hermitage	44150	Ancenis	02 51 14 26 40	

N°	Fournisseurs	Statut	Type de fournisseurs	Spécialité	Adresse	CP	Ville	Tél	e-mail
N°	Fournisseurs	Statut	Type de fournisseurs	Spécialité	Adresse	CP	Ville	Tél	e-mail
54	Alpes Frais production	SA		pain et pâtisserie fraîche - préparations et conserves à base de légumes	436, avenue Emile Romanet	38340	Voreppe	04 76 50 88 49	cledoledec@cpierreclot.com
55	Vicens Midi primeur		grossiste	fruits et légumes	3412 route de Montpellier	30900	Nîmes	04 66 84 47 62	
56	Ales Pain	SARL	boulangerie, biscuiterie	boulangerie, pâtisserie	Av Jean Perrin - ZI de Bruèges	30100	Alès	04 66 86 71 70	
57	NaturDis	SAS	grossiste bio	multiproduits	57, Bld Marcel Pagnol - BP 23177	6131	Grasse Cedex	04 92 42 48 48	
58	Sud Aveyron Viande	SARL	grossiste mixte	Viande	249 bis rue Etienne Delmas	12100	Millau	05 65 60 06 92	
59	Biocoop restauration	SARL	magasin bio	multiproduits	ZA de Conforland 6 CS 46851 Melesse	35768	Saint-Grégoire	02 99 13 36 41	v.chavet@biocoop.fr
60	Ceze sur Vin	Sarl coopérative	producteur	fruits et légumes	route de bagnols	30290	Laudun l'ardoise	04 66 90 25 60	cezesurvin@gmail.com
61	Alterbio France		grossiste bio	fruits et légumes	Rue Levasseur - ZI Saint-Charles	66000	Perpignan	04 68 68 38 28	info@alterbio.com
62	Maison Farret	SAS	grossiste mixte	viandes, produits laitiers et œufs	ZAC Pole actif 11 Allée du Piot	30660	Gallargues Le Montueux	04 66 35 96 00	laurent.souchet@groupepg.fr
63	Pomona episaveur		grossiste	produits épicerie et hygiène	pomona episaveurs sud est -	84	Loriol du Comtat	04 90 65 73 22	
64	Sobraques distribution		grossiste	surgelé (fabrication, gros)	ZAC du Capiscol - rue saint Victor	34420	Villeneuve les Béziers	04 67 76 39 00	
65	Sobraques		grossiste	produits surgelés, produits frais et épicerie	335, avenue de Milan	66025	Perpignan Cedex	04 68 85 66 60	
66	Socopa		abatteur, transformateur	viande	route de cosne	3430	Villefranche d'Allier		contact@socopa-viandes.fr
67	Bretagne desserts		fabrication pâtisseries	pâtisserie	ZA de Kerdroual - rue Jean Moulin - BP 60129	56271	Ploemeur Cedex	02 97 86 48 38	contact@bretagne-desserts.com
68	La Cheville Alésienne	EUR	Grossiste viande	viande	112 rue andre boulle	30100	Alès	09 60 54 05 89	
69	Bio Audema		Magasin bio	multiproduits	Mas Saint Pastour	30310	Vergeze	04 66 88 69 73	

70	EURL Thierry Alezard	EURL	commerce détail	fruits et légumes	10 place du marché	30120	Le Vigan	04 67 81 25 10	
71	Inghelbrecht J Tanagr		producteur	Œufs	Varagnes	81220	Serviès	05 63 70 53 59	
	Fournisseurs	Statut	Type de fournisseurs	Spécialité	Adresse	CP	Ville	Tél	e-mail
72	Deleuze Maurice	SA	Grossiste mixte	multiproduits	21, grande Terre	30380	Saint Christol lès Alès	04 66 60 60 46	
73	Fromagerie Fermière Sauveplane			Fabrication de fromages	Hameau de CAMPIS	30120	Le Vigan	04 67 81 21 27	
74	Moun Pais	SARL	Grossiste mixte	Fruits et légumes	quart Taillades	30120	Avèze	04 67 81 22 12	
	Banette		Boulangerie pâtisserie	Boulangerie pâtisserie	rue du pouzadou	30120	Le Vigan	08 99 10 13 92	
	goual Bio		Commence	fruits et légumes	avenue de Rochebelle	30120	Avèze	04 67 73 78 08	
77	Synergie Restauration			sont deservi par provence primeur et possède également un jardin maraicher	chemin de brayeux	30700	Blauzac	04 66 01 15 06	
78	Pasquet Luc		producteur	culture légumes, racines et tubercules	Place de la mairie	11220	Montlaur		
79	Au Fournil d'Alaric		producteur	boulangier		11220	Montlaur	06 14 49 06 67	
80	Mr De Chabaneix		producteur	viande	Domaine Aigues vives	11580	Villardebelle	04,68,69,60,01	
81	Guesdon		producteur	culture fruits à pépins et à noyau	20 avenue georges clémenceau	34490	Thezan les Béziers	06 10 84 20 00	
82	Markal		transformateur	fabrication de produits alimentaires à base de céréales	ZA Les Plaines	26320	Saint Marcel Les Valence	04 75 58 72 20	
83	Rascagel		Fabrication surgelés	produits surgelés	913 chemin Trespeaux	30100	Alès	04 66 54 31 70	
84	La Pommerais		Producteur	Fruits et légumes	Route du Soler	66300	Ponteilla	04 68 53 11 81	sylserre@wanado.fr
85	Saveurs des Clos	Coopérative	Coopérative de producteurs	Fruits et légumes	Route de Corbère	66130	Ille sur Têt	04 68 84 87 10	contact@saveurs-des-clos.com
86	Hexagro Grand Fruit Distribution		Grossiste	Fruits et Légumes	boîte 30 - 281 avenue du marche gare	34070	Montpellier	04 67 92 65 43	
87	Biocash		Grossiste	multiproduits	ZI de la Lauze - 17, rue St Exupéry	34430	Saint Jean de Vedas	04 67 13 21 72	contact@biocash.fr

ANNEXE VII : Procédure de calcul des disponibilités régionales en produits Biologiques (tableau 17)

Estimer la production de la région LR en produits issus de l'agriculture Bio s'est avéré une tâche assez complexe. En effet il faut savoir qu'il n'existe pas de recensement complet de la production bio régionale, exprimée en quantités, de la part des organismes d'Etat en charge des statistiques agricoles ou par les agences compétentes en matière d'agriculture biologique. Les seules informations disponibles concernent les surfaces cultivées selon ce mode de production.

Pour estimer la production, il a été nécessaire d'abord de repérer les surfaces dédiées à chaque culture, ainsi que les rendements moyens. Pour les produits transformés, comme le pain et les pâtes, il a été nécessaire de trouver les facteurs de conversion blé tendre-farine-pain et blé dur-semoule-pâtes. Pour les produits laitiers, nous avons procédé aux calculs à partir du nombre de têtes d'animaux, en leur appliquant un facteur de rendement moyen en lait et ensuite un facteur de transformation lait-yaourt ou lait-fromage.

Faute de données précises et fiables disponibles, nos calculs sont à considérer comme des estimations. De plus, ils concernent toute la production bio régionale, indépendamment de sa destination finale (restauration collective, grande distribution, restauration commerciale, vente directe, commerce de gros etc.). Ces estimations ont été utilisées pour évaluer la capacité à répondre aux besoins de la restauration collective, comme si toute la production était destinée à ces structures collectives. Le tableau suivant explique les calculs effectués ainsi que les sources des données.

Fruits (Ha) : 1461	Source: Sud et Bio
Rendement (T/Ha): 30	Source: Agence Bio
Production fruits (T): 43 830	Source: nos calculs
Légumes (Ha): 755	Source: Sud et Bio
Rendement (T/Ha): 30	Source: Agence Bio
Production légumes (T): 22650	Source: nos calculs
Blé dur (T): 1100	Source: FranceAgriMer
1kg blé dur=0,769 kg semoule	Source: Chambre Interdépartementale de l'Agriculture
1 kg semoule=1kg de pâtes	Source: Barilla
Production pâtes (T)= 450	Source: nos calculs
Blé tendre (T): 800	Source: FranceAgriMer
1 kg blé tendre=0,769 kg farine	Source: Agreste
1 kg pain=0,650 kg farine	Moulin Dussart
1 kg pain=0,8 kg blé	Source: nos calculs
1 kg blé=1,25 pain	Source: nos calculs
Production pain= 946 T	Source: nos calculs
Riz (Ha): 600	Source: Parc naturel régional de Camargue
Rendement (T/Ha): 9	Source: INRA
Production riz (T): 5400	Source: nos calculs
Vaches laitières en région (nb): 88	Source: Sud et Bio
Rendement (L/tête): 5000	Source: Agence Bio
Production lait (L): 440 000	Source: nos calculs
Chèvres en région (nb): 2341	Source: Sud et Bio
Rendement (L/tête): 750	Source: ITAB / Agridea / FiBL
1kg fromage=10-12 L	Source: Agence Wallone pour la promotion d'une agriculture de qualité
Production fromage (T): 159	Source: nos calculs
1 kg yaourt=1,2 L lait de vache	Source: Agence Bio
1 pot de yaourt=125 g	Source: nos calculs
Production yaourts (pièces) : 6469593	Source: nos calculs

Sources des données :

Agence BIO, 2009. Rapport Gressard.

Disponible en ligne :

http://www.repasbio.org/files/Respace%20resau%202/rapportGressard_Tomell.pdf

Agence Wallone pour la promotion d'une agriculture de qualité.

Disponible en ligne : <http://www.apaqw.be/page.asp?id=736&langue=FR>

Agreste. <http://agreste.agriculture.gouv.fr/>

Chambre Interdépartementale de l'Agriculture, Service diversification Marketing. Du grain à la farine.

Disponible en ligne : http://www.ile-de-france.chambagri.fr/m_affiche/produit/12xx_farine.pdf

FranceAgriMer, 2011. Chiffres-clés 2010/2011, Prévisions 2011/2012. Les cahiers de FranceAgriMer.

Disponible en ligne : <http://www.franceagrimer.fr/content/download/2828/15232/file/Languedoc-Roussillon-2010.pdf>

INRA. Reportage sur le riz bio camarguais.

Disponible en ligne :

http://www7.inra.fr/comite_agriculture_biologique/toute_l_actu/reportage_riz_bio

ITAB / Agridea / FiBL, 2010. Chèvres laitières bio. Un guide pratique pour l'éleveur

Disponible en ligne : <http://www.itab.asso.fr/downloads/cahiers-elevage/chevres.pdf>

Moulin Dussart. De la Farine au pain.

Disponible en ligne : [http://www.moulin-](http://www.moulin-dussart.be/ressources/De%20la%20farine%20au%20pain.pdf)

[dussart.be/ressources/De%20la%20farine%20au%20pain.pdf](http://www.moulin-dussart.be/ressources/De%20la%20farine%20au%20pain.pdf)

Parc naturel régional de Camargue. Le riz en Camargue.

Disponible en ligne :

http://www.parc-camargue.fr/getlibrarypublicfile.php/68ebe14192c4b9ea640847afb8775ed2/parc-camargue/collection_library_fr/201100114/0001/Le_riz_en_Camargue.pdf

Sud et Bio, 2012. Fiche Filière Fruits et Légumes LR. Production et mise en marché.

Disponibles en ligne : [http://www.sud-et-](http://www.sud-et-bio.com/sites/default/files/Fiche_marches_FEL_Sud&Bio.pdf)

[bio.com/sites/default/files/Fiche_marches_FEL_Sud&Bio.pdf](http://www.sud-et-bio.com/sites/default/files/Fiche_marches_FEL_Sud&Bio.pdf)