

PÔLE AGRICULTURE BIOLOGIQUE

MASSIF CENTRAL

2013

Synthèse de l'Observatoire 2010-2012

L'introduction de produits biologiques
dans les établissements de restauration
collective dans
le Massif Central

Maître d'ouvrage du projet : Pôle Agriculture Biologique Massif Central

Avec le soutien financier de Léa Nature et, dans le cadre de la Convention Massif Central, de la DATAR Massif Central et des conseils régionaux d'Auvergne, de Bourgogne, du Limousin, du Languedoc Roussillon, de Midi Pyrénées et de Rhône Alpes.



Le projet « *Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile* (projet RHD BIO Massif Central) » est coordonné par le Pôle Agriculture Biologique Massif Central et associe de nombreux acteurs de la bio à l'échelle du Massif Central, comme des groupements de producteurs (ARDAB, SEDARB, Agri Bio Ardèche, APABA, Bio 82), des interprofessions (Auvergne Biologique, Inter Bio Limousin, Sud et Bio), des plateformes de distribution (Manger Bio Limousin, Auvergne Bio Distribution, Bio A Pro), des lycées agricoles (EPL Naves et EPL Limoges les Vasseix), un établissement supérieur d'enseignement agricole (ISARA) et le Centre national de documentation en AB, ABioDoc (service de VetAgro Sup).

C'est dans le cadre de ce projet que l'Observatoire sur « *l'introduction de produits biologiques en RHD à l'échelle du Massif Central* » a été mis en place en 2011 et conduit jusqu'en 2013.

Ce présent document présente divers résultats de cet Observatoire.

Le Pôle AB MC tient à remercier l'ensemble des établissements sondés pour le temps qu'ils nous ont consacré durant cet Observatoire ainsi que les financeurs du projet RHD et de l'Observatoire : dans le cadre de la Convention Massif Central la DATAR Massif Central, les conseils régionaux d'Auvergne, de Bourgogne, de Languedoc Roussillon, du Limousin, de Midi Pyrénées et de Rhône Alpes ou encore Léa Nature.

Les documents réalisés dans le cadre de l'observatoire 2010-2012 sur l'introduction de produits biologiques en restauration collective dans le Massif Central

- Observatoire 2012 : *Introduction de produits biologiques en restauration collective dans le Massif Central*, 118 pages.
- Observatoire 2010-2012 : *Introduction de produits biologiques en restauration collective dans le Massif Central*, 90 pages.
- Réponses aux objectifs de l'Observatoire 2012 : *Introduction de produits biologiques en restauration collective dans le Massif Central*, 24 pages.
- Synthèse pluriannuelle de l'Observatoire 2010-2012 : *Introduction de produits biologiques en restauration collective dans le Massif Central*, 20 pages.
- Synthèse pluriannuelle de l'Observatoire 2012 : *Introduction de produits biologiques en restauration collective dans le Massif Central*, 22 pages.
- Pistes d'actions et de développement pour les plateformes et les GAB du Massif Central, 16 pages.

Tous ces documents sont disponibles et téléchargeables sur le site ABioDoc :
<http://www.abiodoc.com/pole-ABMC/publications/rhd>

La reproduction des informations contenues dans ces documents est autorisée sous réserve de la mention de la source.

Observatoire 2010-2012 :

Introduction de produits biologiques dans les établissements de restauration collective à l'échelle du Massif Central

Ce présent observatoire fait partie du projet « **Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile** ». Ce projet a plusieurs objectifs : développer l'approvisionnement de produits AB en RHD, mais aussi développer les productions locales biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la RHD et organiser de la meilleure façon cette filière.

Dans le cadre de ce projet il a été fait le choix d'étudier l'évolution de l'introduction de produits AB en restauration collective sur le Massif Central, mais aussi les difficultés auxquelles les restaurants collectifs sont confrontés. Ces questionnements ont donc abouti à la création d'un observatoire en 2011 conduit jusqu'en 2013. Cet observatoire répond à trois principales missions :

L'information : grâce à un suivi annuel nous avons une connaissance de l'évolution des actions d'introduction des repas biologiques dans le Massif Central. Cela permet d'effectuer un bilan à la fois qualitatif et quantitatif (repas, volumes des produits) et une identification des besoins et des attentes des restaurants collectifs.

L'évaluation des actions de la restauration collective : principalement au niveau de leurs approvisionnements, de leurs adaptations et de l'impact sur le développement local de l'agriculture biologique.

Les propositions : afin de mieux accompagner les restaurants collectifs et de définir de nouvelles actions pour répondre à leurs besoins.

Idées clés pour le Massif Central

1 : les établissements formant l'échantillon d'étude

Cet observatoire s'appuie sur un questionnaire destiné à un échantillon d'établissements de restauration collective construit à l'échelle du Massif Central. Pour la durée d'étude de notre observatoire, il convient de préciser que nous travaillons en N+1, c'est à dire que pour les années d'exercices et donc d'études de 2010 2011 et 2012, les données ont été collectées en 2011, 2012 et 2013 (exemple : pour l'année d'exercice en 2012, les informations ont été récoltées en N+1, donc en 2013). 146 établissements de restauration collective ont été interrogés à l'échelle du Massif Central et ils ont été suivis tout au long de la durée de l'observatoire, soit trois ans. Afin de trouver ces 146 établissements introduisant des produits AB à l'échelle du Massif Central, de nombreux établissements ont dû être contactés, soit **350**. A partir de ces **350 établissements**, deux types d'échantillons d'établissements de restauration collective ont été constitués :

- **Echantillon n°1** : il est constitué de **204 établissements**, qui ont répondu en 2010 ne pas introduire de produits AB. Suite à cette caractéristique, il a été décidé qu'ils seraient recontactés en 2011 et 2012 pour savoir s'ils introduisaient nouvellement ou non des

produits AB. Trois uniques questions leurs ont été adressés à savoir « **Introduisez-vous des produits AB dans vos menus ?** », « **Si oui, depuis quand ?** », « **Si non, quelles sont les raisons de cette non introduction** ».

- **Echantillon n°2 : c'est celui qui va former l'échantillon d'étude.** Il est constitué de **146 établissements** (tab.n°1) et ce sont ces derniers auxquels est adressé le questionnaire. Chaque année, ces établissements sont contactés et c'est à partir de leurs réponses que les analyses ont pu être faites. De plus, sur ces **146 établissements**, il a été décidé que seules les **cuisines seules** et **centrales** seront interrogées, ce qui conduit à avoir réalisé **52 entretiens**. Les cuisines satellites composant notre échantillon sont au nombre de **94** et sont rattachées à des cuisines centrales qui leur livrent les repas en liaison chaude ou froide.

Tableau n°1 : caractéristiques des 146 établissements de l'échantillon n°2 faisant l'objet du questionnaire

	Auvergne	Bourgogne	Languedoc Roussillon	Limousin	Rhône Alpes	Midi Pyrénées	Total
Nombre d'établissements	45	5	6	28	28	34	146
Cuisines seules	16	2	2	6	6	2	34
Cuisines centrales	7	1	2	4	2	2	18
Cuisines satellites	22	2	2	18	20	30	94
Enseignement	30	5	3	13	20	27	98
Santé/sociale	6	0	3	6	4	5	24
Travail	8	0	0	7	2	2	19
Autres	1	0	0	2	2	0	5

La composition de l'échantillon d'étude :

- **18 cuisines centrales** (12 % de l'échantillon).
- **94 cuisines satellites** (64 % de l'échantillon).
- **34 cuisines « seules »** (24 % de l'échantillon).

Les cuisines centrales sont des cuisines desservant leur propre établissement mais aussi d'autres structures qui leur sont rattachées qui sont appelées cuisines satellites. Les cuisines seules, sont des cuisines desservant des repas exclusivement pour leur propre établissement.

41 % des établissements ont une légumerie et **59 %** n'en ont pas. Cela est lié au fait que **64 %** des établissements sont des cuisines satellites. Ces cuisines seules et centrales ont toutes une légumerie.

En ce qui concerne le mode de gestion des établissements sondés (échantillon n°2) :

- **145 établissements** sont en gestion directe : la structure gère alors en direct son service de restauration, des achats jusqu'à l'assiette. Les plats sont alors préparés soit dans le restaurant collectif, soit au niveau d'une cuisine centrale.
- **1 établissement** est en gestion concédée : la structure délègue dans ce cas à une société de restauration collective tout ou une partie de l'organisation de sa restauration.

Depuis la mise en place de l'observatoire et donc du suivi de ces établissements, aucun d'entre eux n'a changé de statut (cuisines seules, centrales et satellites) et ils ont tous conservés le même mode de gestion, ce qui conduit que nous avons toujours un seul établissement en gestion concédée.

En revanche, depuis 2010, certains d'entre eux n'ont pas continué ce projet d'introduction (tab.n°2). En 2011, deux établissements ont arrêté mais on reprit en 2012, et en 2012 sept d'entre eux ont totalement arrêté ce qui explique que nous n'avons pas le même nombre d'entretiens réalisés et donc le même nombre d'établissements pour les analyses entre 2010 et 2012.

Tableau n°2 : caractéristiques des projets d'introduction des établissements de l'échantillon n°2, 2010-2012

	Nombre d'établissements	% d'établissements	Cuisines seules	Cuisines centrales	Cuisines satellites	Nombre d'entretiens
Introduction AB 2010	146	100 %	34	18	94	52
Introduction AB 2011	144	99 %	34	17	93	51
Introduction AB 2012	139	95 %	31	16	92	47
Introduction AB en 2011 mais non en 2012	7	5 %	3	2	2	0
Introduction AB en 2012 mais non en 2011	2	1 %		1	1	0

En 2012, **sept établissements** ont arrêté leur projet d'introduction de produits biologiques et il s'agit :

- d'une cuisine centrale et une cuisine satellite desservie par cette première, relevant du secteur de la santé et réalisant au déjeuner à elles deux **1 040 repas**.
- d'une cuisine seule relevant du secteur de la santé réalisant au déjeuner **80 repas**.
- de deux cuisines seules relevant du secteur de l'enseignement, réalisant au déjeuner à elles deux **810 repas**.
- d'une cuisine centrale et une cuisine satellite desservie par cette première, relevant du secteur de l'enseignement et réalisant au total à elles deux **240 repas au déjeuner**.

Les raisons justifiant ces arrêts sont : des problèmes de coûts, une préférence pour l'introduction de produits locaux conventionnels, les difficultés à s'organiser avec les producteurs et les transformateurs de l'agriculture biologique (disponibilité des produits), mais aussi des réorganisations de personnel et des réticences vis-à-vis de ces produits, aussi bien de la part des gestionnaires, que des cuisiniers ou que des convives. Il faut ajouter à ceci, que certaines de ces structures sont extrêmement enclavées et qu'elles ont des difficultés pour se faire livrer, ce qui explique aussi ces arrêts. Notons toutefois, qu'il y a pour projet pour deux de ces sept structures de réintroduire à nouveau des produits AB pour 2014.

D'autre part, sur ce même échantillon, trois structures ont déclaré ne plus introduire de produits AB en 2013, mais comme elles en introduisaient en 2012, elles ont été comprises dans l'analyse.

Notre analyse pour l'observatoire 2013, portant sur l'année civile de 2012, sera donc basée sur les réponses des 139 établissements.

2 : les résultats obtenus de l'échantillon n°1

Tableau n°3 : les caractéristiques des établissements ayant introduits des produits AB en 2011 et 2012 de l'échantillon n°1

Caractéristiques	Nombre d'établissements	% d'établissements
Pas d'introduction AB en 2010	204	100 %
Pas d'introduction AB en 2011	138	68 %
Introduction AB en 2011 et 2012	47	23 %
Introduction AB en 2011 et non en 2012	17	8 %
Introduction en 2011	64	31 %
Non connu en 2011	2	1 %
Pas d'introduction en 2012	136	67 %
Introduction AB en 2012	68	33 %
Introduction en 2012 et non en 2011	21	10 %
Futur projet d'introduction AB	10	5 %

En 2011, **68 %** de notre échantillon (tab.n°3) n'introduisent aucun produit AB et **67 %** en 2012. En 2012, nous avons pu savoir les raisons de cette non introduction, mais seulement 77 établissements ont pu nous répondre. Pour **43 %**, les produits AB coûtent trop cher, **25 %** ne sont pas convaincu par les produits issus de l'AB, **8 %** préfèrent intégrer des produits locaux conventionnels et pour **12 %** c'est à cause de leur mode de gestion qui ne leur permet pas d'en introduire. Notons que **13 %** des établissements nous ayant indiqué ne pas introduire de produits AB en 2012, l'ont comme futur projet.

D'autre part, en 2011, **8 %** des établissements qui faisaient du bio, ne l'ont pas continué en 2012 et les raisons sont assez diverses (problèmes budgétaires, préférence pour les produits locaux, mode de gestion...). Malgré ces « échecs », nous avons tout de même des signes encourageants, puisque **73 %** des établissements qui ont introduit des produits AB en 2011 ont continué de le faire en 2012 et pour 2012, **21 établissements supplémentaires** ont eu ce projet. Ce qui conduit à ce que **33 %** des établissements de notre échantillon introduisent du bio en 2012 (soit **68 structures**). Pour ces dernières, seules **28** ont pu nous expliquer pourquoi elles avaient ce projet d'introduction, à savoir : pour **50 %** par obligation afin de répondre aux objectifs de l'état et de leurs municipalités, pour **28.5 %** grâce à des introductions ponctuelles et **18 %** suite à la motivation interne de l'établissement, particulièrement de l'équipe de cuisine.

3 : les résultats obtenus de l'échantillon n°2

3.1 : le projet d'introduction de produits AB

Les principales personnes portant et ayant porté le projet d'introduction de produits AB restent les gestionnaires associés aux élus locaux (**42 %** en **2012** ; **21 %** en 2011 ; **31 %** en 2010). Ces derniers semblent avoir passé le relais en interne aux gestionnaires qui gèrent seul le projet dans **30 % des établissements en 2010**, **37 %** en **2011** et **21 %** en **2012**.

En 2010, il avait été demandé aux établissements l'origine, l'élément déclencheur de ce projet d'introduction. **34 %** d'entre eux avaient cité **la pression liée aux objectifs de l'état**, **21 %** le choix des élus, donnée que nous pouvons rattacher à la première et **14 %** lié à une demande d'autres usagers (parents d'élèves, comité d'entreprise...).

Depuis 2010, les motivations pour poursuivre ce projet d'introduction ont évolué. En effet, pour cette même année, arrive en tête l'environnement (**39 %**) alors qu'il n'est cité que par **8 % des établissements** en 2011 et **4 %** en 2012. En revanche, **la pression liée aux objectifs de l'état** arrive en tête avec **42 %** en **2011** et **41 %** en **2012**, alors qu'elle n'est citée que par **17 % des établissements en 2010**. En 2012, **27 %** des établissements ont cité comme motivation le fait de pouvoir proposer des produits de qualité à leurs convives (contre **4 %** en 2011 et **5 %** en 2010) et la motivation de l'équipe de cuisine est la première motivation pour **13 %** des structures en 2012 (**3 %** en 2011 ; **0 %** 2010).

Au cours des entretiens, il avait été demandé aux établissements comment ils imaginaient leur projet d'introduction pour les années à venir.

En 2010, **73 %** ont répondu être dans une dynamique future de croissance (soit **106 établissements**). **85 %** d'entre eux (soit **90 établissements**) ont réellement augmenté leur introduction de produits AB en 2011 et **15 %** d'entre eux (soit **16 établissements**) n'ont donc pas augmenté. Dans le détail, pour ces établissements, **14** étaient dans une phase de stagnation et deux établissements ont diminué leur introduction, principalement pour des raisons budgétaires et des difficultés d'organisation pour contacter les fournisseurs de produits AB.

En 2011, **61 %** des sondés ont déclaré se voir dans une dynamique future de croissance (soit **81 établissements**). Mais seulement **22 %** (soit **18 établissements**) ont réellement augmenté leur introduction en 2012, **19 %** ont vu stagner leur introduction pour l'année 2012 et **61 %** ont diminué.

En 2012, **58 %** des établissements se projettent dans une dynamique future de croissance, **20 %** dans une dynamique future de stagnation et **22 %** en régression.

Il est, d'une manière générale, très difficile pour les établissements de rester objectifs et de se projeter. Ces données ne sont donc que des indications afin de nous donner une tendance générale, une vision d'ensemble.

D'autre part, les établissements ont pu nous citer des freins à l'introduction de (plus de) produits AB. Le premier frein cité par les établissements est **le coût supplémentaire** que cela entraîne. Mais cette réponse est surtout citée en 2010 (**93 %**) et 2011 (**79 %**), alors qu'en 2012 le coût est le frein noté que pour **46 %** des établissements. Cette évolution s'explique par le fait que les établissements, progressivement, arrivent à gérer le surcoût par différents moyens, comme les promotions, ou par un changement de type et/ou de fréquence d'introduction. Le calibre des produits est essentiellement cité comme frein en 2012 tout comme le contact avec les personnes de l'AB pour l'approvisionnement.

De plus, un deuxième frein a pu être cité par les sondés. **Le coût** est encore cité par les établissements, mais il ne représente que le deuxième frein pour **8 %** des structures en 2012 contre **5 %** en 2010. La disponibilité des produits pose aussi des problèmes pour **46 % des établissements** en 2012, contre **11 %** en 2011 et **17 %** en 2010. Le contact avec les personnes de l'AB pour mener des actions de sensibilisation est aussi un frein, principalement en 2011 (**22.5 %**), contre **6 %** en 2010 et **1 %** en 2012. Le deuxième frein le plus cité en 2010 est le volume des produits (**29 %**), alors qu'il n'est cité que par **5 %** des établissements en 2011 et **10 %** en 2012.

3.2 : l'évolution du nombre et de la fréquence des repas AB servis par les établissements sondés

Au préalable de la présentation de l'évolution du nombre de repas AB servis par les établissements sondés, il convient de présenter la méthode utilisée afin de la calculer :

- l'introduction de produits biologiques, quelle que soit sa forme (un ou plusieurs produits, plats ou menus 100% AB), ne se fait dans les établissements qu'au **déjeuner**. Il convient donc de savoir combien chaque établissement sert de repas au déjeuner.
- ensuite le type d'introduction que les établissements pratiquent (plats, produits, menus) et leurs fréquences d'introduction (hebdomadaire, mensuelle...). A chaque fréquence d'introduction correspond un coefficient multiplicateur (tab. n°4) qui est appliqué au nombre de repas servis au déjeuner.

Exemple : un établissement sert tous les jours en moyenne au déjeuner 500 repas, et en 2012 a introduit des menus 100 % AB au moins une fois par mois. **Méthode de calcul** : $500 \times 12 = 6\,000$. 6 000 menus 100 % AB ont été servis par cet établissement en 2012.

Donc, plus les structures servent de déjeuners et plus la fréquence d'introduction est régulière, plus il y aura de repas bio servis.

Tableau n°4 : méthode de calcul des repas AB servis dans les établissements sondés

Fréquence d'introduction	Coefficient multiplicateur appliqué au nombre de repas servis au déjeuner
Quotidienne	340
Hebdomadaire	47
Mensuelle	12
Trimestrielle	4
Annuelle	1
Ponctuelle	1

Le nombre de repas bio servis par les établissements a connu une augmentation de **134 %** depuis 2010, puisque cette année-là, **716 113** repas AB ont été servis contre **1 397 240** en 2011 et **1 680 095** en 2012. Ces repas AB correspondent à trois types d'introduction qui sont : l'introduction d'un ou plusieurs produits AB, de plats biologiques ou de menus 100 % AB.

L'introduction d'un ou plusieurs produits biologiques, 2010-2012 :

En 2010, **67** établissements pratiquaient cette introduction, contre **110** en 2011 et **135** en 2012. **610 776** repas composés d'un ou plusieurs produits AB ont été servis, contre **1 153 869** en 2011 et **1 520 931** en 2012, soit une augmentation de **149 %**. Ce type d'introduction est celui qui est le plus pratiqué par les établissements puisqu'ils représentent :

- en 2010 : **85 %** du total des repas AB pris ;
- en 2011 : **83 %** du total des repas AB pris ;
- en 2012 : **90.5 %** du total des repas AB pris.

Pour ce qui est de la fréquence d'introduction, ces repas ont été servis en majorité **au moins une fois par mois** en 2010, alors qu'en 2011 et 2012 la principale fréquence d'introduction est **quotidienne**.

L'introduction de plats biologiques, 2010-2012 :

En 2010, **15 établissements** pratiquaient l'introduction de plats biologiques, contre **23** en 2011 et **49** en 2012. En 2010, **25 404** repas composés de plats AB ont été servis, contre **204 314** en 2011 et **100 255** en 2012. L'évolution de ce type d'introduction est particulière puisque nous avons eu une augmentation de **704 %** entre 2010 et 2011 puis une diminution de **51 %** entre 2011 et 2012.

En 2010 et 2012, la principale fréquence d'introduction est **mensuelle**, alors qu'en 2011 elle est **hebdomadaire**. Cette évolution du nombre de plats AB servis par les structures sondées s'explique par le fait qu'il y a moins d'établissements qui introduisent des plats de façon hebdomadaire et ceux qui le font en 2012 préfèrent les servir au mois plutôt qu'à la semaine.

L'introduction de menus 100 % AB, 2010-2012 :

En 2010, **94 établissements** de notre échantillon servaient des menus 100 % AB, contre **41** en 2011 et 2012. En 2010, **79 933** menus 100 % AB ont été servis contre **39 057** en 2011 et **58 909** en 2012. Cette diminution entre 2010 et 2011 s'explique par une préférence pour l'introduction de plats AB, mais aussi d'un ou plusieurs produits AB.

La principale fréquence d'introduction est **hebdomadaire** pour 2011 et 2012, alors qu'elle était **mensuelle** en 2010.

Les produits AB, les plats AB et les menus 100 % AB :

Depuis 2010, certains établissements réalisent plusieurs types d'introduction.

En 2010, **80 %** des sondés (soit **116**) ne réalisaient qu'un seul type d'introduction ce qui représentait **49 %** du total des repas AB servis, soit **353 396** repas. Seulement **21 %** des établissements réalisaient deux types d'introductions et cela correspondait essentiellement à des introductions de menus 100 % AB et un ou plusieurs produits AB. Cette double introduction représentait **362 717** repas AB servis, soit **51 %** du total des repas AB servis en 2010.

En 2011, **77 %** des sondés (soit **111**) ne réalisaient qu'un seul type d'introduction, ce qui représentait **46 %** du total des repas AB servis, soit **636 796 repas**. **23 %** réalisaient deux types d'introductions et plus précisément **16 %** pratiquaient l'introduction de menus 100 % AB et de produits AB, soit **479 330 repas** et **7 %** pratiquaient des plats AB et des produits AB, soit **281 114** repas.

En 2012, **54 %** des établissements (soit **75**) ne réalisaient qu'un seul type d'introduction, ce qui représentait **49 %** du total des repas AB servis, soit **828 875 repas**. **30 %** des établissements ont réalisé deux types d'introductions : **10 %** des menus 100 % AB et des produits AB (soit **102 410** repas) et **20 %** des plats AB et des produits AB (soit **500 915** repas). Cette double introduction représentait en 2012 **36 %** du total des repas AB servis en 2012. Un fait nouveau apparaît par rapport à 2010 et 2011 : **15 %** des établissements pratiquaient les trois types d'introductions, ce qui représente **247 895** repas servis.

3.3 : les principaux fournisseurs et les produits AB introduits par les établissements sondés

Ce sont les **grossistes mixtes** qui dominent le marché en étant les principaux fournisseurs de produits AB pour **61.5 %** des sondés en 2010, **65 %** en 2011 et **42 %** en 2012. Les **grossistes biologiques** sont aussi de plus en plus utilisés, avec **22 %** en 2012 contre **12 %** en 2010. Une autre tendance apparaît, à savoir le plus grand recours aux plateformes de distribution (**24 %** en 2012 ; **12 %** en 2010).

Les plateformes de distribution, toutes confondues, sont les principales sources d’approvisionnement de produits AB pour **24 %** des sondés en 2012 et **12 %** en 2010. En effet, à l’échelle du Massif Central, il existe trois plateformes de distribution qui sont des structures spécialisées dans l’approvisionnement de produits biologiques pour les établissements de restauration collective :

- **Auvergne Bio Distribution**, à l’échelle de l’Auvergne.
- **Manger Bio Limousin**, à l’échelle du Limousin.
- **Bio A Pro**, à l’échelle du Rhône et de la Loire.

Lors de l’observatoire, les établissements étant desservis par une plateforme ont fait l’objet d’une analyse à part entière. En 2012 les établissements desservis par les plateformes ont servi **778 289** repas AB, soit **46 %** du total des repas AB servis, contre **254 526** en 2010. Le principal frein à l’introduction de (plus de) produits AB par les établissements desservis par les plateformes est le coût (**76 %** en 2010 ; **50 %** en 2012), puis le contact avec les personnes de l’AB pour l’approvisionnement (**35 %** en 2010 ; **38 %** en 2012).

En 2010, **711** produits AB ont été introduits, **1 414** en 2011 et **2 169** en 2012. Les quatre produits AB les plus introduits depuis 2010 ont évolué. Les yaourts restent les principaux produits AB introduits depuis 2010. En 2012, ils sont suivis par les carottes, les tomates et les pommes de terre. Point commun avec 2011, les tomates, les carottes et les pommes de terre sont aussi les produits les plus introduits. En revanche, en 2010 la viande bovine faisait partie des quatre produits AB les plus introduits. Cette situation s’explique par le fait que le prix de la viande est plus élevée en général que d’autres produits et encore plus lorsque la viande est biologique. Mais il faut nuancer cette situation par le fait où peu de produits AB étaient introduits en 2010.

La majorité des produits provient de la France en général, c’est-à-dire dans une région hors Massif Central (**64 %** en 2010 ; **68.5 %** en 2011 et **59 %** en 2012). **28 %** avaient une provenance locale en 2010, contre **16 %** en 2011 et **21 %** en 2012, et **8 %** provenaient du Massif Central (région du Massif Central mais différente de celle de l’établissement sondé) en 2010, **9.4 %** en 2011 et **12 %** en 2012. Notons qu’en 2012 seulement **4 %** des produits AB introduits proviennent de l’étranger et **2.1 %** en 2011 et cela va correspondre essentiellement à des produits exotiques comme les bananes, ananas...

Parallèlement à ces produits biologiques, il a été demandé aux établissements s’ils introduisaient d’autres produits labélisés. **61 %** des établissements en ont introduits, contre **72 %** en 2011 et **88 %** en 2012. Pour ce qui est de l’origine géographique de ces produits labélisés, une tendance à l’approvisionnement local se dessine fortement, puisqu’en 2010 **43 %** avaient une provenance locale, **66 %** en 2011 et **71 %** en 2012. Ces produits sont assez divers : fromages de type

AOC, AOP et IGP (Saint Nectaire, Rocamadour...), viande sous label rouge mais aussi des volailles fermières ainsi que des fruits comme les pommes du Limousin.

Les motivations des établissements afin d'introduire d'autres produits labélisés sont : la volonté d'insérer des produits alimentaires locaux (**41 %** en 2012 ; **7 %** en 2011), de pouvoir proposer des produits de qualité à leurs convives (**27 %** en 2012 ; **65 %** en 2011) et pour **19 %** des sondés en 2012 (contre **21 %** en 2011) la principale motivation est l'obligation qui est souvent liée au cahier des charges des établissements, ainsi que des décisions prises par les sièges.

3.4 : les actions de sensibilisation et les réactions vis-à-vis de l'AB au sein des établissements

Les actions de sensibilisation regroupent différentes démarches pédagogiques :

- la pose d'une affiche, d'un panneau ;
- la mise en place de dessous de plateaux ;
- l'écriture sur le menu de l'information « repas bio » ;
- la sensibilisation pendant les cours ;
- les animations que des organismes ou des personnes mettent en place pour un public donné.

C'est en 2011 que les établissements pratiquaient le plus d'actions de sensibilisation vis-à-vis des produits AB (tab.n°5). D'une manière générale, ce sont les affiches et les animations qui sont les plus utilisées. Elles sont réalisées par les gestionnaires, les fournisseurs, comme Auvergne Bio Distribution, mais aussi des producteurs locaux qui viennent réaliser des animations autour de leurs produits, principalement dans les établissements relevant de l'enseignement.

Tableau n°5 : les différentes actions de sensibilisation réalisées par les établissements sondés, 2010-2012

Type de sensibilisation	2012		2011		2010	
	Nombre d'établissements	%	Nombre d'établissements	%	Nombre d'établissements	%
Affiches	34	40 %	59	48,4 %	22	31 %
Animation	37	45 %	25	20,5 %	29	40,9 %
Conférences	1	1 %	0	0 %	0	0 %
Mentionné sur le menu	1	1 %	34	27,8 %	18	25,3 %
Plaquette	4	5 %	3	2,5 %	0	0 %
Réunions et discussions	2	2%	0	0 %	0	0 %
Dessous de plateaux	0	0 %	0	0 %	0	1,4 %
Sensibilisation pendant les cours	5	6 %	1	0,8 %	1	1,4 %
Total	84	100 %	122	100 %	70	100 %

Depuis 2010, au cours des entretiens, les sondés ont pu nous détailler les réactions au sein de leur établissement vis-à-vis des produits AB, de la part de leurs convives, de leurs cuisiniers et de leur équipe de cuisine.

Les réactions des convives s'améliorent avec le temps puisqu'en 2010 seulement **34.9 %** avaient une bonne réaction, contre **63 %** en 2011 et 2012. En 2010, **44.5 %** ne faisaient aucune

différence entre ces produits et ceux issus de l'agriculture conventionnelle, contre **2 %** en 2012. En revanche en 2012, **25 %** sont indifférents au fait de consommer des produits AB contre **31 %** en 2011.

77 % des cuisiniers ont une bonne réaction à l'égard des produits biologiques en 2012 contre **72 %** en 2011 et **39 %** en 2010. **42 %** de ces cuisiniers étaient réticents en 2010, contre **17 %** en 2011 et **14.3 %** en 2012.

Les équipes de cuisine ont une bonne réaction pour **47 %** d'entre eux en 2010, **72 %** en 2011 et **66 %** en 2012. **22 %** sont réticents en 2010 contre **14 %** en 2012, en revanche **10 %** (2010) ne font pas de différence entre ces produits et ceux de l'agriculture conventionnelle contre **11.5 %** en 2012.

Exemple de résultats dans certaines régions du Massif Central

1 : La région Auvergne

45 établissements de restauration collective ont été interrogés en Auvergne, soit **31 %** des établissements sondés. En 2011, **deux** établissements avaient arrêté leur introduction mais ils ont repris en 2012. En revanche, **trois** structures ont arrêté leur projet d'introduction en 2012 pour des raisons de coût mais aussi de préférence pour l'introduction de produits locaux conventionnels.

En 2010, il fut demandé aux établissements quel était l'élément déclencheur de leur projet d'introduction. Pour **34 %**, c'était la pression liée aux objectifs de l'état, pour **21 %** le choix des élus, pour **14 %** la demande d'autres usagers (parents d'élèves, comité d'entreprise) et pour **12 %** afin d'obtenir des financements supplémentaires.

Depuis 2010, ce sont **les gestionnaires qui portent le plus le projet**, seuls (**31 %** en 2012 ; **67 %** en 2011 ; **40 %** en 2012) ou accompagnés par les élus locaux (**31 %** en 2012 ; **29 %** en 2010), les chefs cuisiniers (**10 %** en 2012 ; **2 %** en 2010) ou bien la direction (**14 %** en 2012).

Malgré cela, **l'association « gestionnaire et élus locaux » a disparu en 2011**. Cette situation s'explique par le fait que ce projet d'introduction émane des élus locaux afin de répondre aux objectifs de l'état, et donc les données de 2010 (**29 %**). Les élus locaux ont ensuite passer le relais, mais pour des raisons qui menaçaient cette poursuite d'introduction (restructurations, réticences des cuisiniers, du personnel de cuisine...), ils se sont réengagés dans ce projet en 2012.

La pression liée aux objectifs de l'état est la principale source de motivation pour **51 %** des sondés en 2011 et **45 %** en 2012, alors qu'elle n'était pas citée en 2010. En revanche, il est fortement possible que la donnée « **choix des élus locaux** », citée par **29 %** des établissements en 2010, corresponde à cette pression exercée par l'état. **La motivation de l'équipe de cuisine** est aussi une source de motivation importante, principalement en 2012 (**21 %**).

Le nombre total de repas AB servis est passé de **279 307** en 2010 à **543 775** en 2012, soit **95 %** d'augmentation. Au niveau des types d'introduction, **261 226** repas composés d'un ou plusieurs produits AB ont été servis en 2010, **431 197** en 2011 et **497 781** en 2012. **624** plats AB ont été introduits en 2010 contre **10 324** en 2011 et **28 080** en 2012, ce qui représente une augmentation de **4 400 %** en trois ans. Pour ce qui est des menus 100 % AB, **17 457** ont été servis en 2010, **15 428** en 2011 et **17 914** en 2012.

66 % des établissements utilisent en 2012 la plateforme Auvergne Bio distribution (seule ou accompagnée par un autre fournisseur) contre **36 %** en 2010. Le recours aux grossistes mixtes est encore important, puisque **28 %** les utilisent en 2012 et 2011 et **30 %** en 2010.

Au niveau des produits AB les plus introduits : en **2010** ce sont les carottes (**9.5 %**), la viande bovine (**9 %**) et les pommes de terre (**8.6 %**) ; en **2011** ce sont les yaourts (**6.7 %**), les desserts lactés (**5.3 %**) et les pommes de terre (**5 %**) ; en **2012** ce sont les yaourts (**6.9 %**), le fromage (**5.1 %**) et les pommes (**4.9 %**). En ce qui concerne l'origine géographique de ces produits, **26 %** provenaient d'Auvergne en 2010 contre **20 %** en 2012 et **59 %** en 2012, et **59 %** étaient d'origine française en 2010 contre **78 %** en 2011 et **34 %** en 2012.

Pour les établissements sondés à l'échelle de l'Auvergne, le principal frein à l'introduction de (plus de) produits AB est le coût, cité par **89 %** des sondés en 2010, **98 %** en 2011 et **55 %** en 2012. **36 %** (2012) ont cité le contact avec les personnes de l'AB pour l'approvisionnement comme principal frein à l'introduction de produits AB.

Les réactions à l'égard des produits AB ont évolué depuis 2010. Les convives ont une meilleure réaction vis-à-vis des produits AB (**58 %** en 2010 ; **58 %** en 2011 **67 %** en 2012). Aujourd'hui, les convives perçoivent une différence entre ces produits et les produits de l'agriculture conventionnelle, notamment au niveau du goût. En revanche, il y a plus de réticence en 2012 (**9.5 %**) qu'en 2011 (**5 %**), mais l'indifférence a fortement diminué (**30 %** en 2011 contre **14 %** en 2012).

74 % des cuisiniers ont une bonne réaction vis-à-vis de l'AB en 2012, contre **81 %** en 2011 et **71 %** en 2010. En revanche, en 2012 **14.2 %** sont indifférents contre **5 %** en 2011.

Le personnel de cuisine a une moins bonne réaction en 2012 (**67 %**) qu'en 2011 (**77 %**) et 2010 (**73 %**), et la part d'indifférence a augmenté passant de **5 %** en 2011 à **19 %** en 2012.

2 : La région Limousin

28 établissements de restauration collective ont été interrogés dans cette région, soit **19 %** des établissements sondés. Mais **deux** structures ont arrêté leur projet d'introduction en 2012 pour des raisons de restructurations, mais elles ont pour projet de réintroduire des produits AB pour la rentrée 2014.

En 2010, il fut demandé aux établissements quel était l'élément déclencheur de leur projet d'introduction. Pour **46 %**, c'était la demande des usagers, pour **21 %** la pression liée aux objectifs de l'état et pour **11 %** la motivation de l'équipe de cuisine.

Ce sont toujours les élus locaux (**46 %** en 2012 ; **43 %** en 2011 ; **42 %** en 2010) et les gestionnaires qui portent le projet d'introduction (**43 %** en 2010 ; **39 %** en 2011 ; **38 %** en 2012). Par ces différents chiffres, il semblerait que les élus locaux s'impliquent beaucoup dans le Limousin afin de développer l'introduction de produits AB.

La pression liée aux objectifs de l'état est la principale source de motivation afin de poursuivre ce projet d'introduction pour **64 %** des sondés en 2010, **71 %** en 2011 et **42 %** en 2012. La motivation

de l'équipe de cuisine est la principale motivation pour **33 %** des établissements en 2012 contre **3 %** en 2011 et elle n'est pas citée en 2010.

Le nombre total de repas AB servis est passé de **264 328** en 2010 à **512 845** en 2012, soit **94 %** d'augmentation. Au niveau des types d'introduction, **235 508** repas composés d'un ou plusieurs produits AB ont été servis en 2010, **244 986** en 2011 et **474 225** en 2012. **24 780** plats AB ont été introduits en 2010 contre **152 200** en 2011 et **19 265** en 2012, ce qui représente une diminution de **22 %** en trois ans. Pour ce qui est des menus 100 % AB, **4 040** ont été servis en 2010, **7 306** en 2011 et **19 355** en 2012.

Les **grossistes mixtes** restent depuis 2010 les principaux fournisseurs de produits AB (**38 %** en 2012 ; **70 %** en 2011 ; **77 %** en 2010). En revanche en 2012, la principale source d'approvisionnement (**46 %**) est à la fois les agriculteurs biologiques locaux et les grossistes mixtes.

La plateforme de distribution Manger Bio Limousin a été plus sollicitée en 2011 (**20 %**) qu'en 2010 (**4 %**) et en 2012 (**12 %**). Cette tendance s'explique par l'arrêt d'introduction de deux établissements de notre échantillon que nous avons présenté précédemment et qui passaient par cette plateforme.

Au niveau des produits AB les plus introduits, celui qui y est le plus depuis 2010 est le yaourt. Pour ce qui est des trois autres produits AB les plus introduits ce sont pour 2012 à part égale les pommes de terre, les tomates et les carottes. Point commun, en 2011 les tomates et les carottes qui sont elles aussi les plus introduites. En revanche nous notons une différence, à l'exception des yaourts, les produits qui étaient le plus servis par les structures en 2010, ne le sont plus en 2012 et il s'agissait de pommes de poires et de fromage.

En ce qui concerne l'origine géographique des produits AB introduits, **14 %** provenaient du Limousin en 2010 contre **37 %** en 2011 et **49 %** en 2012, et **86 %** étaient d'origine française en 2010 contre **57 %** en 2011 et **31 %** en 2012.

Pour les établissements sondés à l'échelle du Limousin, le principal frein à l'introduction de (plus de) produits AB est le coût, cité par **96 %** des sondés en 2010, **100 %** en 2011 et **46 %** en 2012. **50 %** ont cité en 2012 comme principal frein le volume des produits, et **4 %** la disponibilité des produits tout comme en 2010.

Les réactions à l'égard des produits AB ont évolué depuis 2010. Les convives ont une meilleure réaction vis-à-vis des produits AB (**57 %** en 2010 ; **79 %** en 2011 **73 %** en 2012). En revanche, **12 %** sont réticents vis-à-vis de l'agriculture biologique, donnée qui n'était pas apparue en 2010 et 2011 et une part encore importante est indifférente au fait de consommer des produits AB pour **18 %** en 2011 et **15 %** en 2012.

84 % des cuisiniers ont une bonne réaction vis-à-vis de l'AB en 2012, contre **71 %** en 2011 et **14 %** en 2010.

Le personnel de cuisine a une moins bonne réaction en 2012 (**65 %**) qu'en 2011 (**75 %**) et 2010 (**50 %**). **21 %** des établissements ont cité que leur personnel étaient indifférents au fait de travailler avec des produits biologiques, mais cela qu'en 2011, tout comme le fait que ce personnel de cuisine ne perçoit pas de différence entre des produits de l'AB et ceux de l'agriculture conventionnelle pour **31 %** des sondés en 2012.

3 : La région Rhône Alpes

28 établissements de restauration collective ont été interrogés dans la région Rhône Alpes, soit **19 %** des sondés. Mais **un** établissement a arrêté son projet d'introduction en 2012 pour des raisons de coût mais aussi de réticence vis-à-vis de l'agriculture biologique.

En 2010, il fut demandé aux établissements quel était l'élément déclencheur de leur projet d'introduction. Pour **la totalité des établissements, l'élément déclencheur pour ce projet est la pression liée aux objectifs de l'état.**

Les élus locaux ont toujours un rôle important dans ce projet d'introduction. En effet, soit ils le portent seuls, pour **78 %** des établissements en 2010 et 2011, soit en association avec les gestionnaires (**59 %** en 2012 ; **3.6 %** en 2010). L'introduction de produits AB devient de plus en plus un projet d'établissement pour **26 %** des sondés (contre **4 %** en 2011) particulièrement pour ceux relevant du secteur de la santé/social.

La pression liée aux objectifs de l'état est la principale source de motivation afin de poursuivre ce projet d'introduction pour **25 %** en 2010, **79 %** en 2011 et **81 %** en 2012. En 2010, la motivation qui a été la plus citée est l'environnement pour **61 %** des sondés.

Le nombre totaux de repas AB servis est passé de **103 556** en 2010 à **183 400** en 2012, soit **77 %** d'augmentation. Au niveau des types d'introduction, **84 260** repas composés d'un ou plusieurs produits AB ont été servis en 2010, **90 596** en 2011 et **131 300** en 2012. **En 2010, aucun** plat AB n'a été introduit, en revanche **41 190** ont été servis en 2011 et **31 780** en 2012. Pour ce qui est des menus **100 % AB, 19 296** ont été servis en 2010, **13 855** en 2011 et **20 320** en 2012.

Les **grossistes mixtes** restent depuis 2010 les principaux fournisseurs de produits AB (**92 %** en 2012 ; **93 %** en 2011 ; **89 %** en 2010).

La plateforme de distribution Bio A Pro a été plus sollicitée en 2012 (**7 %**) qu'en 2010 (**1 %**) et en 2011 (**1 %**).

Les quatre produits AB les plus introduits par les établissements sont pour 2012 les yaourts à part égale avec le fromage, suivis par les pommes de terre et les tomates. En 2011, nous retrouvons les yaourts, les pommes de terre, les tomates, et la viande bovine faisaient partie des quatre produits AB les plus introduits. En 2010, les yaourts sont les produits AB les plus introduits suivis par la viande bovine, les carottes et le riz. En ce qui concerne l'origine géographique de ces produits, **16 %** provenaient de la région Rhône Alpes en 2010 contre **14 %** en 2011 et **15 %** en 2012, et **84 %** étaient d'origine française en 2010 contre **80 %** en 2011 et **64 %** en 2012. L'approvisionnement à l'échelle du Massif Central (c'est-à-dire dans une région du Massif Central mais hors de celle de l'établissement sondé) a augmenté depuis 2010 passant de **0 %** à **17 %** en 2012.

En 2010 et 2011, la totalité des établissements nous ont cité le coût comme principal frein à l'introduction de (plus de) produits AB, contre **67 %** en 2012. Les facteurs culturels (réticence essentiellement) sont cités par **22 %** des sondés en 2012, **7,4 %** évoquent les difficultés afin de contacter les personnes de l'AB pour l'approvisionnement et **4 %** évoquent le volume des produits.

Les réactions à l'égard des produits AB ont évolué depuis 2010. En 2010, **25 %** des convives des établissements sondés étaient réticents vis à vis des produits AB, alors que cette réaction n'est plus recensée en 2011 et 2012. Les bonnes réactions sont faibles (**11 %** en 2012 et 2011 ; **7 %** en 2010) et elles ont peu évolué et en 2012 **89 %** des convives semblent complètement indifférents aux produits biologiques.

Les cuisiniers avaient une meilleure réaction en 2010 (**40 %**) qu'en 2011 (**18 %**) et 2012 (**21 %**). La réticence n'apparaît qu'à partir de 2011 et elle est citée par **79 %** des établissements en 2011 et **59 %** en 2012.

Comme pour les cuisiniers, le personnel de cuisine a de moins en moins une bonne réaction à l'égard des produits biologiques (**40 %** en 2010 ; **21 %** en 2011 ; **15 %** en 2012). En 2011, **79 %** ne faisaient aucune différence entre ces produits et ceux de l'agriculture conventionnelle, contre **57 %** en 2010 et **26 %** en 2012. Une nouvelle réaction apparaît qui est la réticence qui n'est mentionnée qu'en 2012 et par **59 %** ces établissements.

Maître d'ouvrage et coordination de ce document :

Judith Fournier, Myriam Vallas (Pôle Agriculture Biologique Massif Central).

Financeurs du projet RHD Bio Massif Central piloté par le pôle :

Dans le cadre de la Convention Massif Central de la DATAR Massif Central et des conseils régionaux d'Auvergne, de Bourgogne, de Languedoc Roussillon, du Limousin, de Midi Pyrénées et de Rhône Alpes et Léa Nature.

Financeurs du projet RHD Bio Massif Central (englobant l'Observatoire RHD bio):



L'Observatoire RHD a été permis aussi grâce au soutien de Léa Nature

Remerciements aux personnes et aux structures de restauration collective du Massif Central qui ont répondu aux enquêtes de l'observatoire, ainsi qu'à Laure Guillerand, Anthelme Pichereau et Judith Fournier, stagiaires dans le cadre de l'observatoire.

Directeur de publication :

Judith Fournier, Myriam Vallas (Pôle Agriculture Biologique Massif Central).

Coordination éditoriale :

Judith Fournier, Myriam Vallas (Pôle Agriculture Biologique Massif Central).

Mise en page :

Judith Fournier, Myriam Vallas (Pôle Agriculture Biologique Massif Central).

Imprimeur :

VetAgro Sup

Imprimé en 2013

La reproduction des informations contenues dans ce document est autorisée sous réserve de la mention de la source.

Contacts

Pôle Agriculture Biologique Massif Central

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont

89 avenue de l'Europe – BP 35 – 63 370 Lempdes

Tél/fax : 04 73 98 69 56