

Guide d'introduction des produits bio en restauration collective

Début 2012, en France, près de 6 restaurants collectifs sur 10 proposaient des produits biologiques dans leurs menus, dont 73% des restaurants scolaires¹.

Par ailleurs, 62% des Français se disaient intéressés par des repas avec des produits biologiques dans les hôpitaux, 60% dans les maisons de retraite, et 53% des actifs avaient la même attente concernant leur restaurant d'entreprise².

Des outils disponibles au plan national et en régions

Pour réussir l'introduction des produits biologiques, bien s'informer au préalable et engager des actions pédagogiques pour sensibiliser l'ensemble des acteurs, le personnel et les convives aux questions d'environnement, de bien-être animal et de biodiversité, en même temps qu'à l'importance d'une alimentation équilibrée est toujours utile, dans le cadre d'un projet global cohérent avec le développement durable.

L'Agence Bio, plateforme nationale d'information et d'actions pour le développement de l'agriculture biologique, propose sur son site www.agencebio.org et son espace restaurateurs de nombreuses informations et liens utiles, notamment :

- les chiffres de l'observatoire national des produits bio en restauration collective,
- un partage d'expériences d'introduction de produits bio en restauration collective (en lien avec le site www.restaurationbio.org),
- des lettres d'information thématiques,
- un annuaire des fournisseurs de produits bio spécifiques à la restauration collective,
- des supports d'information et de communication téléchargeables,
- des guides pédagogiques et d'animation,
- les Minutes Bio, des vidéos concernant la restauration collective...



Un vrai réseau pour vous soutenir dans votre démarche

Rassemblés au sein du comité de pilotage « Actions en restauration collective bio », de nombreux acteurs peuvent vous accompagner dans votre démarche d'introduction de produits bio, notamment pour la recherche de fournisseurs ou les questions liées aux marchés publics. En voici une liste non exhaustive :

- Le réseau FNAB : www.fnab.org ; www.repasbio.org
- Le SYNABIO : www.synabio.com
- Le CCC : www.ccc-france.fr
- Le SNRC : www.snrc-site.com
- Les relais bio régionaux et tous les autres partenaires que vous trouverez dans la rubrique « partenaires » du site www.agencebio.org

¹ Observatoire des produits bio en restauration collective Agence Bio/CSA 2012

² Baromètre Agence Bio/CSA « Perception et consommation des produits biologiques »

Comment faire en pratique ?

1/ Choisir les produits et la formule

Plusieurs formules sont possibles :

- des menus totalement bio ;
- des plats biologiques ;
- des ingrédients ou produits bio (ex : viande, pain, fruit, produits laitiers...).

Il est possible d'en proposer tous les jours, régulièrement ou de temps en temps, l'important étant de choisir une formule adaptée à l'offre en produits biologiques et aux attentes des convives.

2/ Choisir ses fournisseurs

Les coordonnées de producteurs et entreprises proposant des produits pour la restauration sont disponibles sur l'annuaire professionnel de l'Agence Bio : <http://annuaire.agencebio.org>

Les relais bio régionaux peuvent vous aider à orienter votre choix (cf rubrique « partenaires » du site www.agencebio.org). En bio, les possibilités d'approvisionnement sont en effet multiples :

- approvisionnement direct auprès de producteurs, regroupés en plateformes dans certaines régions ;
- achat auprès de fournisseurs spécialisés, agissant à l'échelle régionale ou nationale ;
- achat auprès des sociétés de restauration collective qui ont introduit des produits bio dans leur gamme pour répondre à la demande des collectivités.

3/ Limiter les surcoûts



En général, les produits issus de l'agriculture biologique sont plus chers à l'achat qu'en conventionnel, du fait de méthodes de production de type extensif, du recours à une main d'œuvre plus importante et des coûts de certification des fournisseurs notamment.

Quelques mesures simples permettent de limiter nettement ce surcoût :

- limiter le gaspillage ;
- privilégier la régularité dans les approvisionnements et adopter une logistique appropriée ;
- privilégier les produits de saison ;
- construire ses menus en fonction de l'offre, tout en veillant au respect de l'équilibre nutritionnel et de l'équilibre matières ;
- introduire des céréales et des légumineuses (large gamme disponible en bio) ;
- limiter le nombre de composantes le cas échéant ;
- prendre en compte la spécificité de certains produits bio pour les quantités nécessaires.

4/ Proposer des actions pédagogiques et une communication adaptée

L'Agence Bio propose des supports de communication adaptés, téléchargeables directement sur son site Internet et/ ou disponibles auprès des relais régionaux (cf exemples en fin de document).

De nombreuses régions proposent également des outils spécifiques et un accompagnement ou de la formation dans le domaine de la bio et de la restauration collective.

5/ Un principe de base : pas de tromperie du consommateur

En aucun cas il ne doit y avoir tromperie du consommateur sur ce qui est réellement bio dans le plat/ le menu présenté sur la carte et servi : le règlement CE 834/2007 concernant le mode de production biologique encadre strictement l'utilisation des termes « bio » et « biologique », et les produits auxquels ils sont attribués.

En cas de contrôle par les services de l'Etat (Directions Départementales de la Protection des Populations), les restaurateurs faisant référence à ces termes doivent être en mesure de fournir tous les justificatifs démontrant que leurs menus sont composés, en tout ou partie, avec des produits et/ou des ingrédients issus de l'agriculture biologique. C'est pourquoi, avant chaque achat, il est essentiel de s'assurer que les produits sont bien issus de l'agriculture biologique en demandant au fournisseur un certificat à son nom les mentionnant. Ce document, ainsi que la facture, l'étiquetage et le bon de livraison précisant le caractère biologique des produits, sont à conserver à titre de preuve.

RECOMMANDATIONS AUX OPERATEURS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE A CARACTERE SOCIAL QUI SOUHAITENT COMMUNIQUER SUR LE CARACTERE BIOLOGIQUE DE LEURS PRODUITS

Conformément à l'article L. 120-1 et L. 121-1 du Code de la Consommation, toute allégation ou toute référence à l'agriculture biologique doit être loyale, lisible et compréhensible quant à la portée des engagements annoncés. Il est donc recommandé aux professionnels de la restauration qui souhaitent communiquer sur le caractère biologique de leurs produits de s'assurer que leur communication et/ou présentation n'est pas de nature à induire le consommateur en erreur, le règlement européen n°834/2007 encadrant strictement l'utilisation des termes « bio » et « biologique » et les produits auxquels ils sont attribués.

RAPPEL : toute utilisation du logo AB (logo de communication d'utilisation facultative) doit faire l'objet d'une demande préalable d'autorisation auprès de l'Agence BIO (règles d'usage et formulaire téléchargeables sur www.agencebio.org espace professionnels/étiquetage et logos).

Niveau d'introduction d'ingrédients bio	Conditions particulières	Exemples	Communication possible <u>en lien avec le menu et les ingrédients</u>	Utilisation possible des termes « bio » / « biologique » et de la marque AB de communication, <u>en lien avec le menu et les ingrédients</u>
Cas 1 : Un ou plusieurs produits dans le menu sont bio	Pouvoir distinguer facilement les produits bio et non bio	Exemple : pain bio, aubergines bio, yaourt bio, pomme bio...	« Pain bio » « Aubergines bio »	Termes « bio »/ « biologique » et marque AB: Uniquement en lien direct et à proximité immédiate des produits bio.
Cas 2 : Un plat ou un menu est bio	Au moins 95% des ingrédients du plat sont issus de l'agriculture biologique (les 5% restants n'étant pas disponibles en bio) Tous les plats constituant le menu sont bio	Exemple 1 : « Lasagne bio » Au moins 95% des ingrédients sont bio Exemple 2 : « Steak Frites bio » Le steak et les pommes de terre (et l'huile) sont bio Exemple 3: « Assiette de crudités bio » Toutes les crudités de l'assiette (et la sauce) sont bio Exemple 4 : « Menu de saison bio » L'ensemble des plats qui composent le menu sont issus de l'agriculture biologique	« Plat bio »	Termes « bio »/ « biologique » et marque AB: Uniquement en lien direct et à proximité immédiate des plats ou menus bio
Cas 3 : L'ensemble des plats ou menus sont bio	Au moins 95% des ingrédients du plat sont issus de l'agriculture biologique, les 5% restants n'étant pas disponibles en bio Tous les plats constituant le menu sont bio	Exemple : restaurant collectif bio		Termes « bio »/ « biologique » et marque AB: Utilisables sur tous supports en lien avec des produits bio et dans la présentation générale du restaurant collectif.

NB : il est impossible d'utiliser le terme bio et/ou la marque AB à côté de la dénomination d'un plat si l'ensemble du plat n'est pas bio.

Exemple : ratatouille où seules les aubergines sont bio. Dans ce cas :

1^{ère} communication possible :

Dans le menu : « Ratatouille* »

En bas du menu : « *Les aubergines sont bio » OU « *Les ingrédients suivants sont issus de l'agriculture biologique : aubergines »

2^{ème} communication possible :

Dans le menu : « Ratatouille (aubergines bio) »

Exemples d'outils d'information et de communication disponibles auprès de l'Agence Bio

De nombreux outils d'information et de communication sur l'agriculture biologique utilisables en restauration collective sont proposés par l'Agence BIO. Retrouvez-les sur www.agencebio.org

Quelques exemples d'outils actuellement proposés :



Affiches 60*80 et A3



Affiche Saisonnalité A3



Affiche « Personnalisable » A3 papier + PVC/Weleda » 40*60



Guirlande 5 fanions



Dépliant adultes 3 volets 15x21 cm



Dépliant enfants 3 volets 15x21 cm



Le mémo Bio en restauration collective



Dépliant-poster enfants



Autres outils spécifiques enfants