



# INTRODUCTION DE VIANDE BIOLOGIQUE EN RESTAURATION COLLECTIVE

DÉCODAGE DE LA FILIÈRE,  
À PARTIR DE RETOURS  
D'INITIATIVES NATIONALES



ISBN : 978-2-9539210-0-7

Réalisé dans le cadre de la 2<sup>ème</sup> tranche du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration collective » porté par le Pôle AB Massif Central, financée par les Régions Auvergne, Bourgogne, Limousin, Languedoc Roussillon, et l'Etat (FNADT) dans le cadre de la convention de Massif/Massif Central.





# LE CONTEXTE DE CETTE ÉTUDE

L'introduction de produits biologiques en restauration collective a vu le jour en 1993, avec l'opération « Manger Bio » organisée par le CIVAM du Gard.

D'abord ponctuelles, ces initiatives se sont multipliées, jusqu'à connaître un réel essor à partir de 2006.

Cette évolution a été notamment encouragée par le Grenelle de l'Environnement en 2007, dont un des axes d'actions pour favoriser l'agriculture biologique est d'introduire des produits biologiques dans la restauration collective. La circulaire du 2 mai 2008 relative à l'exemplarité de l'Etat fixe pour objectif l'introduction de 20 % de denrées biologiques en 2012 dans les services de restauration collective de l'Etat et sous tutelle de l'Etat (restaurants administratifs, restauration hospitalière, restauration universitaire et secteur pénitentiaire). Par ailleurs, on note une réelle demande de la part des convives et des parents d'élèves pour introduire des produits biologiques en restauration collective.

Si quelques collectivités ont fait le choix de passer à des repas 100 % biologiques, la majorité ont choisi d'introduire des ingrédients de manière progressive. Les produits biologiques les plus introduits sont, dans l'ordre décroissant, les fruits, les produits laitiers et les légumes, les produits d'épicerie, la volaille fraîche puis les autres viandes en frais (Agence Bio, 2010).

La viande semble difficile à introduire en restauration collective. Du point de vue des collectivités, le problème majeur réside dans le surcoût à l'achat, et dans les difficultés d'approvisionnement. Du côté des producteurs, le marché de la restauration collective apparaît instable, et, du fait des morceaux et des volumes demandés, il rend difficile le respect de l'équilibre matière. Par ailleurs, la restauration collective est un marché particulier qui a des attentes et des contraintes à respecter.

Face à cet enjeu, ABioDoc a proposé de faire un point sur les initiatives d'introduction de la viande biologique en France. Essentiellement bibliographique, ce travail a permis de comprendre les principaux freins à l'introduction de viande biologique en restauration collective et de relever les principales initiatives qui ont vu le jour. Complété par des entretiens téléphoniques, il a permis d'identifier les leviers mis en œuvre pour la réalisation d'expériences réussies.

Ce travail a été réalisé dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration collective », porté par le Pôle AB Massif Central, et qui s'inscrit en complément des actions engagées au niveau de chaque région ou département.

Programmé jusqu'en 2013, ce projet regroupe ABioDoc, AgriBioArdèche, l'APABA, l'ARDAB, Auvergne Biologique, le CFPPA des Vaseix, le GABLIM, et le SEDARB, en partenariat avec Auvergne Bio Distribution, BioAPro, Manger Bio Limousin et la FRAB Languedoc Roussillon.

## SOMMAIRE

1- Fonctionnement de la restauration collective .....	4
2- La filière viande biologique .....	8
3- Les freins à l'introduction de viande biologique en restauration collective.....	10
4- Les réponses apportées par les différentes initiatives étudiées .....	11
✓ Limiter le surcoût .....	11
✓ Garantir l'approvisionnement .....	14
✓ Créer/utiliser les opérateurs locaux de la filière .....	17
✓ Appels d'offre : adapter sa procédure d'achat .....	18
✓ Accompagner les initiatives collectives .....	19
5- Conclusion .....	22
6- Bibliographie .....	23
Présentation d'ABioDoc et du Pôle AB Massif Central .....	26

# 1- FONCTIONNEMENT DE LA RESTAURATION COLLECTIVE (1/4)

## Les volumes de repas distribués<sup>1</sup>

Environ **8 millions de repas** sont servis chaque jour par près de 73 000 structures de restauration collective, publique ou privée. Les trois principaux domaines distribués sont :

- **l'enseignement** : restauration scolaire et universitaire (39 % des repas servis)
- **la santé et le social** : restauration hospitalière, maisons de retraite (38 % des repas servis)
- **le travail** : restauration d'entreprise et administrative (15 % des repas servis)
- **les autres collectivités** : centres de vacances, armée, établissements pénitentiaires (8 % des repas servis)

<sup>1</sup> Estimations 2009 Girafood Services pour l'Agence Bio

## Les différents modes de gestion

En restauration collective, il existe deux modes de gestion : la gestion directe et la gestion concédée.

- En **gestion directe**, c'est le service restauration de la collectivité qui gère directement les achats auprès des fournisseurs. Les plats sont préparés soit au niveau du restaurant collectif, soit au niveau d'une cuisine centrale. Ce mode de gestion représente 63,8 % du marché, et concerne des collectivités de toutes tailles.
- En **gestion concédée**, la collectivité délègue tout ou partie de l'organisation de la restauration à une société de restauration collective (Avenance, Sodexo...) ou à une association. La prestation de cette société est variable, depuis la simple mise en relation avec les fournisseurs, jusqu'à la réalisation complète des prestations de restauration et d'hygiène. Ce type de gestion représente 36,2 % du marché, et concerne surtout la restauration d'entreprise.

## Les modes d'achat

L'approvisionnement peut se faire suivant deux modalités :

- Le mode d'achat **de gré à gré** (le gestionnaire de la cuisine prend directement contact avec le fournisseur), qui est plus fréquent en gestion directe, et dans le secteur privé. De par sa simplicité, il permet de s'engager avec un fournisseur très rapidement. Si les produits engendrent un surcoût, le choix doit être néanmoins validé par le conseil d'administration. Par ailleurs, notons que le fournisseur peut perdre le marché tout aussi rapidement qu'il l'a gagné.
- Les achats par **appels d'offre**, qui sont réalisés par des collectivités plus grandes, ou pour mettre en concurrence différents fournisseurs. La durée moyenne des marchés obtenus par appel d'offre est de trois ans. Les appels d'offre passés par les collectivités publiques sont soumis au code des marchés publics.

Le seuil de mise en concurrence obligatoire est de 4 000 euros (décision du Conseil d'Etat n° 329100 du 10 février 2010).

Concernant les **appels d'offres**, il est important de rappeler deux points :

- La sélection d'un fournisseur sur le critère de la provenance est interdite ;

- A partir d'un certain montant, les procédures de passation d'un marché sont très lourdes. En cas de non respect des termes du marché par le fournisseur, le client préfère souvent rompre le marché.

L'achat public peut être **mutualisé**, sous forme de groupement d'achat. Cela permet d'alléger les procédures, et de réaliser des économies d'achat (le tarif des fournisseurs dépend souvent du montant global du marché). Le groupement se traduit alors par un cahier des charges commun aux différents membres. Cette organisation peut néanmoins limiter le choix des produits achetés.

## Les fournisseurs de la restauration collective

Les achats de la restauration collective se font en direct auprès de producteurs, auprès de groupements de producteurs, ou par le biais de grossistes ou d'une centrale d'achat.

Les **sociétés de restauration collective** utilisent souvent pour les produits biologiques les mêmes circuits de distribution que pour les produits conventionnels. Leurs principaux fournisseurs, spécialisés en bio ou non, sont Biocoop, Biofinesse, ID Service, Naturdis et Team Ouest.

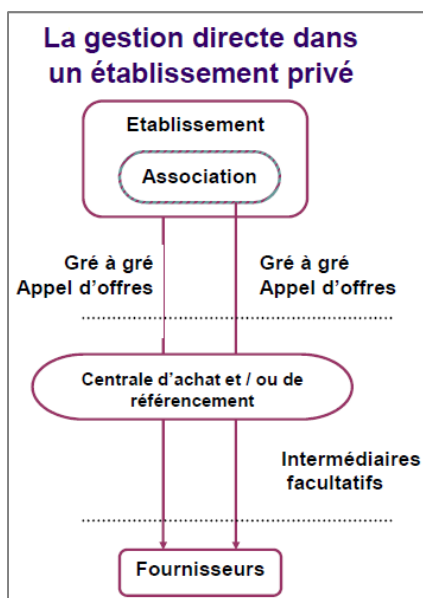
Le référencement de produits locaux est plus ou moins possible, selon la taille et la complexité des procédures et du cahier des charges des sociétés de restauration collective. Il est surtout possible dans les sociétés de petite taille, ou au contraire dans les sociétés nationales, qui souhaitent développer l'achat local, notamment pour en faire bénéficier leur image de marque. Par exemple, des distributeurs tels que Pomona et Sodifragel, qui fournissent la cuisine centrale de Dijon, référencent des produits locaux dans leurs catalogues, et s'engagent à appliquer des rabais sur les commandes passées sur catalogue.

Les petites **structures de restauration privées et autonomes** sont, elles, totalement libres de leurs achats. Les tarifs sont rarement négociés, et valent généralement les prix catalogue. Leur autonomie leur apporte de la flexibilité. Elles peuvent par exemple adapter leurs menus pour bénéficier d'offres ou de promotions.

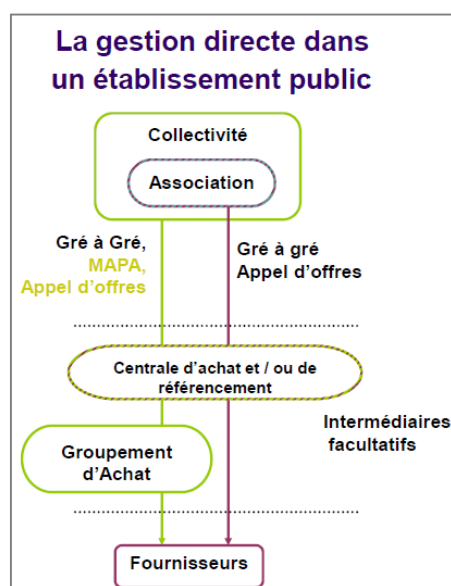
# 1- FONCTIONNEMENT DE LA RESTAURATION COLLECTIVE (2/4)

Les différents types de fonctionnement de la restauration collective influent sur la possibilité de travailler avec des producteurs locaux.

Les graphiques ci-dessous sont issus de : FARACO C., 2010. *Approvisionner la restauration collective avec des produits agricoles locaux : Modalités d'accès en fonction des systèmes d'achat* (Présentation de la Chambre d'Agriculture du Rhône et du Laboratoire d'Etudes Rurales lors de la journée du 21 juin 2010, organisée par la FNAB et la FNCIVAM dans le cadre du Réseau Rural Français.)



Un **établissement privé en gestion directe**, semble être le fonctionnement le moins contraignant pour un approvisionnement local. Pour répondre à la demande, le producteur doit être référencé selon la politique de la centrale. Les difficultés principales reposent sur la réactivité de la politique d'achat, la visibilité de la structure pour l'approcher, et la faisabilité du référencement.



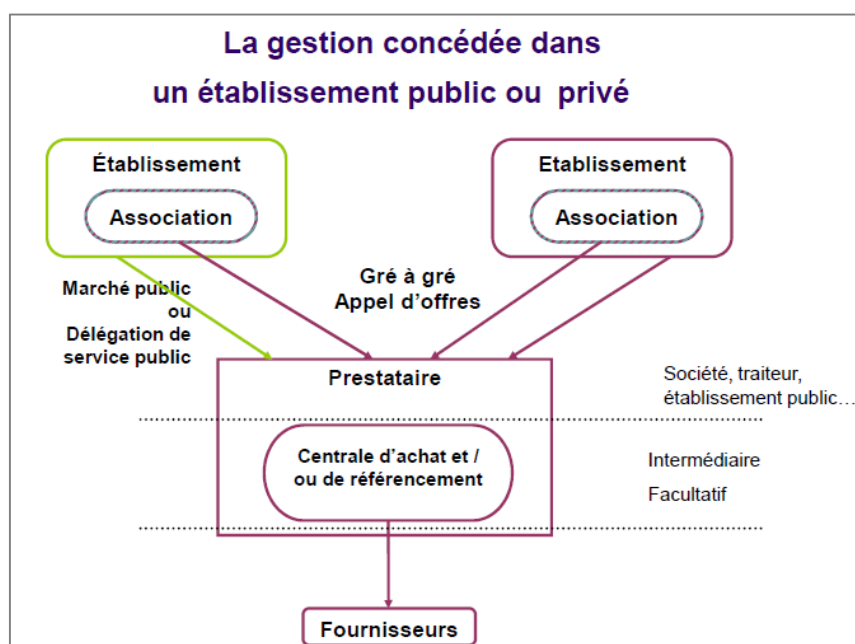
Les **établissements publics en gestion directe** peuvent se regrouper pour passer leurs appels d'offres. Le groupement d'achat constitue un outil de massification, qui permet de bénéficier de meilleurs prix, ou d'améliorer la qualité du marché.

Le fonctionnement en gré à gré est possible sous le seuil de 4000 €.

Il existe peu de centrales d'achat pour les achats publics alimentaires.

Si l'achat est concédé à une association, elle peut déroger aux règles de mise en concurrence de la commande publique.

MAPA : Marché à Procédure adaptée



En **gestion concédée**, les achats dépendent de la centrale d'achat du prestataire et/ou d'un référencement interne, ce qui implique une faible (voire absente) autonomie pour la cuisine dans le choix de ses fournisseurs. Le producteur local, s'il veut fournir cette cuisine, doit se faire référencer ou bénéficier d'une dérogation au référencement.

L'approvisionnement local peut être favorisé par l'élaboration d'un cahier des charges adéquat. Il dépend grandement de l'image de marque ou de la politique de la société de restauration collective. C'est d'ailleurs ce dernier point qui explique l'explosion de la demande de repas à base de produits bio et/ou locaux...

# 1- FONCTIONNEMENT DE LA RESTAURATION COLLECTIVE (3/4)

## Quelques spécificités de la restauration collective

### En matière de prix

En restauration collective, le prix des produits est décisif. Les budgets dédiés à la nourriture sont cadrés et ne doivent pas dépasser certains montants. Par ailleurs la restauration collective ne dispose pas pour l'instant de mercuriale dédiée (cours officiel des denrées sur un marché public). C'est un marché qui se situe entre le gros et le demi-gros avec des prix livraison incluse. **Ainsi, le producteur doit mettre en place une politique de prix spécifique à la restauration collective, cohérente avec ses autres débouchés.**

### En matière de grammage et de conditionnement

Les grammages sont très réglementés ; ils doivent être homogènes et correspondre à des portions adaptées aux convives. Les menus doivent respecter les recommandations du GEMRCN (Groupe d'Etude des Marchés Restauration Collective Nutrition). Le conditionnement est aussi réglementé. Ainsi, **les produits carnés doivent obligatoirement être conditionnés sous vide, sauf le poulet.**

### Les horaires et aspects techniques

La restauration collective a ses rythmes. Les livraisons sont souvent effectuées à J-1 ou J-2, et à des horaires précis (souvent avant 10h ou 11h du matin). Sur les bons de livraison doivent figurer : le nom du fournisseur, la nature du produit, le poids. Les personnels des sites de restauration apprécient également que figure le chiffrage en euros.

Par ailleurs, beaucoup des restaurants collectifs, notamment les restaurants scolaires, suivent le calendrier des vacances scolaires et, hormis ceux qui accueillent un centre de loisirs, sont fermés sur ces périodes (18 semaines environ). **Ces périodes sont à prendre en compte par les producteurs pour la planification de leur production.**

### Les aspects sanitaires

Les collectivités ont l'obligation de mettre en place un Plan de Maîtrise Sanitaire. Ce plan décrit les mesures prises par l'établissement pour assurer l'hygiène et la sécurité alimentaire de ses productions vis-à-vis des dangers biologiques, physiques et chimiques. Il comprend les éléments nécessaires à la mise en place et les preuves de l'application des bonnes pratiques d'hygiène (Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène), un plan HACCP et la mise en œuvre d'une traçabilité.

Tous les transformateurs fermiers exerçant une activité de vente directe au consommateur et commercialisant une partie de leur production à des intermédiaires situés à plus de 80 km du lieu de fabrication doivent être agréés CE. Par ailleurs, le transport en frigo est obligatoire. Pour une livraison à moins de 80 km du lieu de fabrication, il est possible de livrer en caisson isotherme. Par contre, à chaque caisson isotherme ne doit correspondre qu'une livraison.

Cependant, toute cuisine aux normes CE est tenue de s'approvisionner auprès de fournisseurs étant également aux normes CE, sans dérogation possible et donc sans transport en caisson isotherme. Cette norme CE est indissociable de l'agrément « cuisine centrale », nécessaire quand des repas sont servis dans un autre endroit que le lieu de préparation. Ainsi, **de nombreuses collectivités exigent que leurs fournisseurs soient agréés CE, quelle que soit la distance de l'atelier de transformation.**

### La traçabilité et l'étiquetage

Les personnels de cuisine ont une obligation de garder trace de leurs approvisionnements, afin de pouvoir informer les consommateurs ou, en cas de problème, afin de pouvoir rappeler ou retirer des produits. **Les produits doivent donc être étiquetés correctement par les fournisseurs.**

### Les délais de paiement

Pour les acheteurs publics, le délai de paiement est de 45 jours ouvrés. **Pour la viande, il est de 20 jours à la date de facturation, une facture étant obligatoire à chaque livraison (cf. loi 92-1442 du 31/12/92).** Dans la pratique, les délais sont de l'ordre de 15 jours pour les établissements publics dotés d'une certaine autonomie financière. **La mention sur la facture d'un délai de paiement très court, peut inciter les restaurants collectifs à réagir au plus vite.**



# 1- FONCTIONNEMENT DE LA RESTAURATION COLLECTIVE (4/4)

## Le potentiel d'introduction de viande biologique en restauration collective

D'après le baromètre CSA/Agence Bio 2008 « perception et consommation des produits biologiques » :

- ✓ 78 % des parents des enfants qui n'ont jamais eu de repas avec des produits biologiques le souhaiteraient,
- ✓ 42 % des Français se disent intéressés par des repas bio au restaurant,
- ✓ 38 % des actifs se disent intéressés par des produits bio dans leur restaurant d'entreprise.

Cette demande croissante de la société civile, ainsi que les objectifs du Grenelle de l'Environnement (20 % de produits biologiques dans la restauration collective en 2012), encouragent le développement des initiatives d'introduction de produits biologiques en restauration collective. Les modalités de ces initiatives sont très variables d'un restaurant à l'autre. Certains proposent des plats avec ingrédients biologiques, d'autres des plats biologiques, ou encore des menus complètement biologiques. Certains proposent des repas ponctuels, alors que d'autres préfèrent des introductions régulières.

**On estime que 10 à 15 % de la viande biologique (volaille, bœuf, et porc) distribuée en restauration collective en France provient d'importations.** Les principaux pays d'origine sont l'Allemagne, les Pays-Bas, le Danemark, l'Italie et l'Argentine (Etude Gressard/CSA/Agence Bio 2009).

Le développement de l'introduction de produits biologiques en restauration collective doit également participer au développement des filières locales !

« **Bio et local, c'est l'idéal !** »

Pour ce faire, certains préfèrent augmenter progressivement le nombre d'ingrédients biologiques introduits et à en assurer la durabilité, plutôt que de réaliser des menus totalement biologiques de manière très ponctuelle. D'autres acteurs estiment que les menus complets, lorsqu'ils sont périodiques (1/semaine ou 1/mois) et planifiés sont plus structurants pour l'ensemble de la filière biologique. Cependant, dans les situations d'insertion régulière de composants, la viande est rarement sélectionnée comme composante car elle est jugée trop onéreuse...

Les éléments d'information qui composent cette brochure se rapportent essentiellement à des initiatives d'introduction de viande biologique locale .

### Pour en savoir plus :

ARDAB, 2010. *Introduire des produits bio en restauration collective : Pense bête sur les aspects sanitaires : synthèse bibliographique.* ARDAB, 14 p.

BIZIEUX A., 2011. *Mieux connaître les cuisines collectives et leurs fournisseurs pour mieux identifier les possibilités d'introduction de produits locaux : Quels produits et quelle réalité économique ?*, Chambre d'Agriculture Rhône Alpes.

Cabinet GRESSARD, CSA, Agence Bio, 2009. *PRODUITS BIOLOGIQUES EN RESTAURATION COLLECTIVE : évaluation des besoins, identification des attentes des acheteurs et mise en relation avec les caractéristiques de l'offre pour une dynamique de développement*, Septembre 2009, consultable en ligne sur le site Internet de l'Agence Bio : [http://www.agencebio.org/upload/rapportGressard\\_Tome I.pdf](http://www.agencebio.org/upload/rapportGressard_Tome I.pdf)

LABRIET J, GRUNEWALD E., 2010. *S'impliquer dans la restauration collective biologique : guide pratique destiné aux agriculteurs biologiques*, FNAB, 13 p.

DRAAF Rhône Alpes, Préfecture de région Rhône Alpes, 2010, *Guide pratique : Favoriser une restauration collective de proximité et de qualité*, DRAAF de Rhône Alpes, 194 p.

UPRM, 1999. *Guide des bonnes pratiques d'hygiène en restauration collective à caractère social*, consultable sur Internet : [http://www.repasbio35.fr/images/guide\\_bonnes\\_pratiques.pdf](http://www.repasbio35.fr/images/guide_bonnes_pratiques.pdf)

Page spécialisée du site de l'Agence Bio sur « les produits biologiques en restauration collective » : <http://www.agencebio.org/pageEdito.asp?IDPAGE=42&n1=17>

Site de la Fédération nationale de l'agriculture biologique des régions de France (FNAB) dédié à la restauration collective : <http://www.repasbio.org>

## 2- LA FILIÈRE VIANDE BIOLOGIQUE (1/2)

### Les chiffres de la production

Le tableau ci-contre présente les effectifs des principales productions d'élevage. Ces chiffres ont montré une progression en 2010, suite aux nombreuses conversions qui ont été enregistrées en 2009.

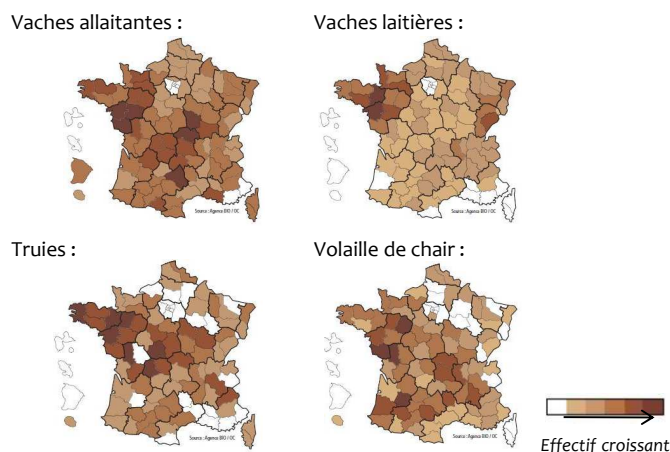
Type d'animal	Effectif 2010 (nb de têtes bio)	Evolution 2010/2009
Vache allaitante	84 902	+ 6 %
Vache laitière	83 181	+ 5 %
Brebis allaitante	118 147	+ 6 %
Truie	6348	+ 30 %
Poulets de chair	7 066 287	+ 17 %

Effectifs des productions animales françaises en AB (certifiées AB ou en conversion) en 2010 (source : Agence Bio)

### La localisation de la production

Les grandes régions d'élevage sont, par type d'animal :

- **Vache allaitante** : Pays de la Loire, Auvergne, Midi Pyrénées, Basse Normandie, Bourgogne et Bretagne
- **Vache laitière** : Pays de la Loire, Bretagne, Basse Normandie, Franche Comté
- **Brebis allaitante** : Midi Pyrénées, Auvergne, PACA, Rhone Alpes
- **Truie** : Pays de la Loire, Bretagne, Centre, Limousin
- **Volaille de chair** : Pays de la Loire, Poitou Charente, Aquitaine, Midi Pyrénées, Auvergne



Localisation des principaux élevages (source : Agence Bio - 2009)

### La commercialisation actuelle<sup>1</sup>

Si les gros bovins et les porcs sont principalement destinés aux GMS (grandes et moyennes surfaces), les veaux partent majoritairement en boucherie. Les agneaux se répartissent équitablement entre ces deux secteurs de distribution.

**La viande biologique la plus utilisée en restauration hors domicile est la volaille.** Ce secteur a également distribué 1 665 tonnes de viande bovine, ovine et porcine en 2009, soit une augmentation par rapport à 2008 de 8 % pour les bovins allaitants, de 25 % pour les bovins laitiers et de 67 % pour le veau.

(en tonnes)	Grandes et moyennes surfaces	Boucherie	Magasin spécialisé	Restauration hors domicile	Total
Gros Bovins laitiers	2 985	135	114	673	3 907
Gros Bovins allaitants	2 914	954	572	637	5 077
Veaux	94	274	61	50	479
Agneaux	262	193	60	48	563
Porcs	1 935	711	1 010	257	3 913
<b>TOTAUX par destination</b>	<b>8 190</b>	<b>2 267</b>	<b>1 817</b>	<b>1 665</b>	<b>13 939</b>

Volumes de viande bovine, ovine et porcine biologique par secteur de distribution et en restauration hors domicile, en 2009, en tonnes<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Observatoire des viandes biologiques de la Commission Bio d'Interbev in Agence bio, Agriculture biologique : Chiffres clés : Edition 2010)

### Les perspectives de commercialisation en restauration collective<sup>2</sup>

En 2008, environ 12 000 têtes de boucherie biologiques étaient utilisées pour la restauration collective (en frais et en surgelé). D'après les évolutions déclarées par les restaurants collectifs, les besoins seraient de près de 90 000 têtes en 2012, les besoins des restaurants publics d'Etat, engagés par les dispositions du Grenelle, représentant 54 500 têtes. On estime également à 350 000 têtes de boucherie les besoins en 2012 si l'ensemble des restaurants collectifs répondait aux objectifs fixés par la loi Grenelle 1.

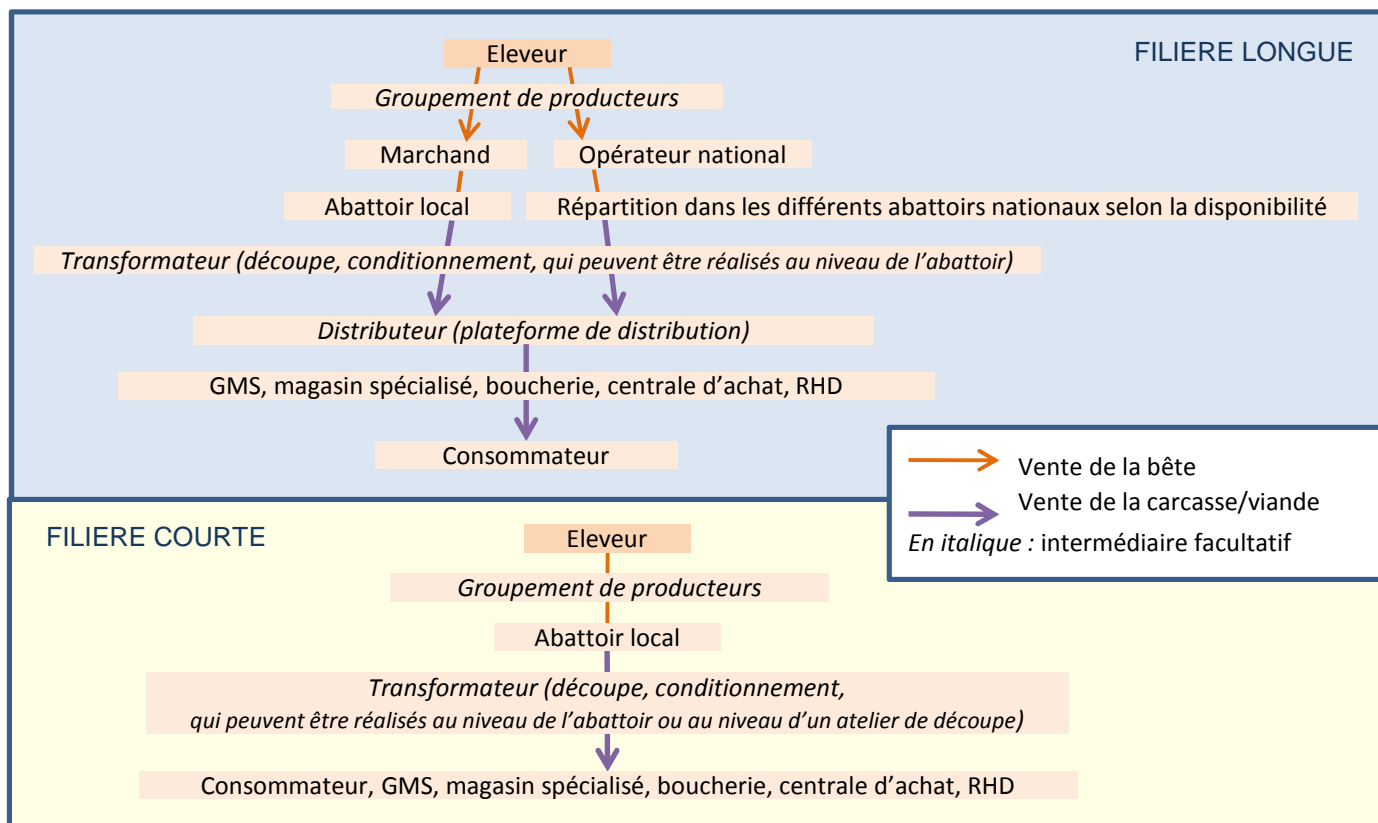
<sup>2</sup> Etude Gressard/CSA/Agence Bio 2009



## 2- LA FILIÈRE VIANDE BIOLOGIQUE (2/2)

### Les filières de production

Les différents acteurs intervenant dans la filière viande sont présentés dans les schémas ci-dessous. La définition de la filière courte communément utilisée fixe un maximum d'un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Néanmoins en filière viande, l'abattage et la découpe sont deux opérations qui doivent être réalisés par des prestataires (hormis en cas de présence d'un atelier d'abattage de volaille sur l'exploitation). Nous nous sommes donc permis d'élargir cette notion. En filière courte, l'éleveur sous-traite les activités d'abattage et de découpe à un ou deux intermédiaires, tout en restant propriétaire de la bête, qu'il commercialise ensuite par ses soins. Au contraire, en filière longue, l'éleveur vend ses bêtes à un marchand ou à un opérateur national, qui vont se charger d'organiser l'abattage, la transformation puis la commercialisation. L'implication de l'éleveur dans la filière est tout à fait différente. L'intervention d'un groupement de producteurs est possible dans les deux cas.



### Les contraintes de l'élevage

Par rapport à d'autres productions, l'activité d'élevage **nécessite du temps** pour arriver au terme d'une production. En filière bovine par exemple, les génisses sont abattues aux alentours de 2 ans et demi.

La maturité des animaux est plus ou moins **saisonnalisée** en fonction du type d'élevage (notamment en cas de naissances groupées). **Par ailleurs, certains animaux ne sont pas valorisés en agriculture biologique.** C'est le cas des jeunes bovins mâles, pour lesquels aucune filière n'existe, et qui sont le plus souvent vendus en maigre vers l'export, dans des filières conventionnelles.

Enfin, **il n'est pas rare que les éleveurs ne valorisent pas la totalité des carcasses en bio.** En effet, les différents morceaux de viande ne sont pas utilisés de manière homogène. En bovin et porcin, les avants (pièces à bouillir et à rôtir) sont moins chers, alors que les arrières (pièces à griller) sont mieux valorisés. En volaille également, la question se pose lorsqu'elles ne sont pas commercialisées entières. **Or l'important pour un éleveur est de valoriser l'ensemble de l'animal** et de trouver un débouché pour l'ensemble des morceaux.

Pour en savoir plus :

AGENCE BIO, 2011. *L'agriculture Biologique, chiffres –clés – Edition 2011*, 243 p., Ed. Agence Bio, consultable sur le site Internet de l'Agence Bio : [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)

# 3- LES FREINS À L'INTRODUCTION DE VIANDE BIOLOGIQUE EN RESTAURATION COLLECTIVE

Si les démarches d'introduction de produits biologiques sont nombreuses dans la bibliographie (près de 26 000 établissements de restauration collective introduisent des produits biologiques en France en 2009, d'après l'Agence Bio), **les témoignages concernant le cas particulier de la viande sont plus rares**. Ils permettent néanmoins de mettre en évidence les principaux freins à l'introduction de viande biologique en restauration collective perçus par les producteurs et les collectivités.

## Les freins à l'introduction de viande biologique en restauration collective

### DU POINT DE VUE DES COLLECTIVITÉS

#### Le prix de la viande biologique

Les produits carnés issus de l'agriculture biologique sont nettement plus chers à l'achat par rapport aux produits habituellement servis en restauration collective. Plusieurs facteurs expliquent ce surcoût :

- le mode de production biologique est plus coûteux : cahier des charges strict à respecter, traçabilité, coût de la certification, durée d'élevage plus longue... (2 à 3 fois plus de temps en volailles biologiques, par exemple, impliquant plus d'alimentation, pôle de dépenses important en AB),

- la taille, souvent réduite, des structures qui composent la filière ne permet pas de réaliser d'économie d'échelle équivalente à la filière conventionnelle,

- le secteur de la restauration collective a l'habitude d'utiliser des produits carnés très bon marché, le différentiel est donc important.

Afin d'améliorer la qualité des produits servis, et pour limiter le surcoût, certaines collectivités choisissent de servir de la viande labellisée (Label Rouge ou marque locale) plutôt que de la viande biologique.

#### Les difficultés d'approvisionnement

Pour un approvisionnement local, en viande biologique, de la restauration collective, le cheptel régional doit être suffisamment important pour disposer d'animaux matures qui répondent au volume demandé lors de chaque approvisionnement. Or ces volumes peuvent se révéler très importants, dans le cas notamment de cuisines centrales de grosses collectivités.

Par ailleurs, on observe une disparité entre les différentes régions françaises, dans lesquelles l'élevage biologique est plus ou moins présent.

Enfin, le monde de l'élevage est soumis à des aléas, et il existe toujours des risques tels que, par exemple, des pertes de production ou une mauvaise évaluation du poids carcasse de la part de l'éleveur. Certaines livraisons peuvent s'en trouver impactées.

### DU POINT DE VUE DES PRODUCTEURS

#### Manque de transformateurs agréés

La filière viande biologique n'est pas structurée de la même manière sur le territoire. Certaines régions sont mal équipées en termes d'abattoirs, d'ateliers de transformation certifiés AB, voire agréés CE.

#### Un équilibre matière difficile à maintenir

La restauration collective ne valorise pas l'ensemble des animaux de boucherie et, parmi les animaux valorisés, seuls certains morceaux sont utilisés. Pour le bœuf, ce sont les bas morceaux (bœuf bourguignon, bœuf haché) ; pour le porc : les saucisses, le sauté, la poitrine, le rôti ; pour le veau : la blanquette ; pour le mouton : le sauté ; enfin pour l'agneau : le sauté, voire le gigot (Etude Gressard/CSA/Agence Bio 2009). **Le reste des carcasses doit trouver une valorisation à travers les autres circuits de distribution** (GMS, commerces de proximité, bouchers ou vente directe).

Les difficultés d'atteinte d'équilibre matière se répercutent sur différents opérateurs de la filière (producteur, groupement de producteurs, transformateur ou distributeur), en fonction de la structuration de celle-ci.

#### Particularités de la restauration collective

La restauration collective est jugée comme un débouché **peu fiable** par les producteurs. En effet, c'est un marché récent (2 à 3 ans), très concurrentiel, et peu rémunérateur. Les commandes ne sont pas régulières dans le temps (moins de commandes l'été et en fin d'année), et les engagements sont rarement pris sur le long terme. Les restaurants collectifs doivent aussi répondre à des mesures d'hygiène draconiennes, à un cahier des charges et son organisation est contraignante pour le producteur (commandes par appel d'offre, court délai entre commande et livraison, délais de paiement, heures de livraison ...).

## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

### - LIMITER LE SURCÔT (1/3) -

#### Le surcoût : frein principal du point de vue de la restauration collective

Le surcoût est le frein principal à l'introduction de produits biologiques en restauration collective.

En 2010, 9 établissements sur 10 ayant introduit des produits biologiques ont déclaré un surcoût, de 21 % en moyenne et de 30 % par menu entièrement biologique. Néanmoins, une majorité des établissements (61 %) a mis en place des actions ayant pour objectif de le réduire, notamment en limitant le gaspillage (83 %), en mettant en concurrence les fournisseurs (83 %), en travaillant sur l'éducation alimentaire (74 %), en groupant les achats (71 %), en remplaçant certains produits par d'autres moins coûteux (68 %), ou en contractualisant l'approvisionnement avec les fournisseurs (65 %). Finalement, 14 % des établissements qui introduisent des produits biologiques affirment compenser l'intégralité du surcoût (Agence bio, Observatoire 2010 de la restauration collective de l'Agence Bio).

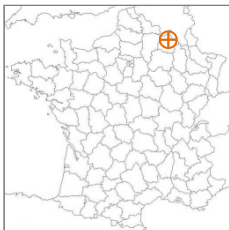
**Ce surcoût concerne particulièrement la viande.** Il est d'autant plus important que la viande traditionnellement introduite en restauration collective est bon marché. Le projet d'introduction de viande biologique doit s'inscrire dans une démarche globale de l'établissement. Ainsi, les leviers mis en place pour diminuer le surcoût dans les établissements qui introduisent de la viande biologique et relevés dans la bibliographie concernent à la fois la viande, mais aussi tout autre aménagement au niveau du restaurant collectif.

#### → Connaître l'offre pour planifier

Il est essentiel que le restaurant collectif connaisse les producteurs et transformateurs de sa région, afin d'évaluer les possibilités d'approvisionnement local. Cette connaissance peut lui permettre d'adapter ses commandes à l'offre disponible.

Par ailleurs, une planification à l'avance permet à la filière viande de s'organiser pour fournir les quantités demandées à la date prévue, mais aussi pour trouver d'autres débouchés et valoriser en bio le reste de la carcasse.

Cet élément est d'autant plus important que la taille de la collectivité est grande.



#### E X E M P L E D ' I N I T I A T I V E

Ainsi, ce constat a été fait à **Charleville Mézières**, en Champagne Ardennes : « La planification a lieu en mai pour les menus de septembre à septembre [...]. La planification annuelle des menus permet aux producteurs de faire des efforts sur les prix car ils sont sûrs de vendre leur marchandise » (fiche initiative, site Internet DRAAF Rhône Alpes et site <http://macantinebio.wordpress.com>).

#### → Valorisation de bêtes entières en restauration collective

Afin de valoriser des bêtes entières en restauration collective, des initiatives visent à répartir le coût des morceaux arrière sur la bête entière. L'objectif est de réduire le prix des morceaux arrières, plus chers que les morceaux avant afin qu'il soient eux aussi valorisés en restauration collective. L'équilibre matière n'est donc plus à gérer et l'ensemble de la bête est valorisé en bio. Le gain de temps par rapport à la recherche d'autres circuits de commercialisation, ou par rapport à la vente directe, peut permettre au producteur d'ajuster son prix de vente.

Par ailleurs, dans les restaurants administratifs ou dans ceux des personnels de CHU, qui servent des adultes, les convives reçoivent régulièrement des beefsteaks... Ainsi, l'engagement des services publics dans l'introduction de produits biologiques en restauration collective favorise l'équilibre matière.



#### E X E M P L E S D ' I N I T I A T I V E S

Dans le Limousin, le Conseil Général de la Corrèze a mis en place une organisation à l'échelle de plusieurs collèges : chaque collège récupère une partie d'un bovin et une rotation est mise en place. Tous les établissements paient la viande le même prix, quel que soit le morceau reçu. Néanmoins, le Conseil Général prend en charge le surcoût de l'opération.

Dans le Rhône, une filière steak haché bio locale a été mise en place par l'ARDAB. Les steaks hachés sont réalisés à partir de vaches de réforme entières. Le prix de vente « lisse » les différences entre morceaux avant et morceaux arrières.

## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

### - LIMITER LE SURCÔÛ (2/3) -

#### → Adapter les menus

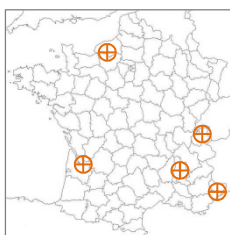
En restauration collective, les menus doivent répondre aux besoins nutritionnels des convives. Ainsi, les collectivités doivent respecter les recommandations du GEMRCN (Groupe d'Etude des Marchés Restauration Collective Nutrition) et notamment adapter les portions aux tranches d'âges des convives. Il s'avère que les portions de viande habituellement servies par personne peuvent généralement être réduites, tout en respectant les besoins nutritifs. Par ailleurs, d'après l'OMS (Office Mondial de la Santé), il est recommandé de compléter les protéines animales par des protéines végétales.

Les cuisiniers observent également que la viande biologique perd moins d'eau à la cuisson que la viande traditionnellement utilisée en restauration collective. Pour une même portion à l'assiette, la quantité de viande achetée est moindre. Des expériences seront réalisées prochainement par la commission bio d'Interbev.

**Ainsi, la diminution des portions de viande, tout en respectant l'équilibre nutritionnel des menus, et les moindres pertes à la cuisson permettent de limiter les quantités de viande achetée, et de compenser ainsi en partie l'achat plus onéreux de viande biologique.**

Des formations sont proposées pour les cuisiniers et les gestionnaires de cuisine sur ce sujet et beaucoup en ressortent convaincus. Néanmoins, c'est un message encore difficile à faire entendre aux usagers de la restauration collective. La sensibilisation des convives pour accompagner ce changement est essentielle. Les enfants n'ont en général pas de problème avec les réductions de portions carnées, voir leur substitution. Dans ce cas, c'est plutôt avec les parents qu'il faut communiquer. La diminution est d'autant plus simple à faire passer avec les plats où la viande est présentée en petits morceaux (lasagnes, bolognaise, légumes farcis, poulet au wok...).

Enfin, des produits de qualité nécessitent moins d'assaisonnements et d'additifs alimentaires (exhausteurs de goût, ...). Des aliments sans grand intérêt nutritionnel peuvent être supprimés des menus (par exemple les nuggets, les pâtisseries industrielles...). Le nombre de composants du menu et la limitation du choix des plats peuvent permettre des économies supplémentaires.



#### E X E M P L E S D ' I N I T I A T I V E S

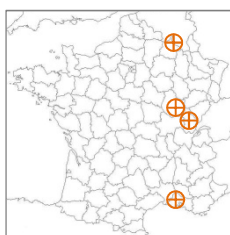
Différents articles de la revue « La cuisine collective » décrivent des initiatives en ce sens. Ainsi, dans la Drôme, avec l'opération Manger Mieux Manger Bio, les portions servies sont adaptées à chaque tranche d'âge. Par ailleurs, des repas semi-alternatifs sont proposés occasionnellement (moins de viande, compensée par des protéines végétales). A l'école du Rouret, en région PACA, et à Bègle, en Gironde, des repas 100 % bio sont proposés toute l'année, avec un seul menu proposé par jour. A la cuisine centrale de Rouen, les menus seront également revus pour le passage en bio, avec la diminution des portions de viande et le passage à 4 composants.

Au lycée Lachenal, en Haute-Savoie, la diminution des portions de viande a été difficile à faire accepter aux élèves. Des assiettes plus petites ont été achetées pour diminuer l'impression d'assiettes moins remplies (témoignage sur le site de la FNAB).

#### → Adapter le matériel des cuisines

Une cuisson douce et longue de la viande permet d'allonger la durée de vie des produits, en évitant l'altération des vitamines. Elle permet une cuisson sans graisse ajoutée et l'obtention d'un niveau de tendreté plus important, par dissolution des collagènes, tout en concentrant les arômes. Par ailleurs, les pertes en grammage sont limitées. Ainsi, ce mode de cuisson permet à la fois de conserver toutes les qualités nutritives et organoleptiques de la viande et de limiter les pertes à la cuisson.

D'autres aménagements des cuisines peuvent permettre de réduire les coûts. Ainsi, la possibilité de cuisiner à partir de produits bruts permet d'économiser sur l'opération de transformation. La mise en place d'une légumerie, ou l'achat de matériel pour fabriquer des soupes en sont une illustration.



#### E X E M P L E S D ' I N I T I A T I V E S

La cuisine centrale de Dijon, ainsi que celle de Lons-le-Saunier, sont équipées d'un système de cuisson sous vide à basse température. Leur utilisation pendant la nuit (horaires creuses) permet en outre de diminuer la consommation d'électricité.

A Salons de Provence, dans les Bouches du Rhône, une extension de la cuisine centrale a permis la mise en place d'une légumerie (article de « la cuisine collective »).

A Charleville Mézières, dans les Ardennes, un équipement pour élaborer des soupes permet de préparer et servir des soupes et potages à un coût réduit (initiative citée sur le site de la FNAB).

## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

### - LIMITER LE SURCÔT (3/3) -

#### → Lutter contre le gaspillage

Pour limiter les dépenses, il est essentiel de limiter le gaspillage sur l'ensemble du plateau. La viande et le plat principal sont les plus retrouvés dans les poubelles, ce qui illustre bien qu'il vaut mieux de plus petites rations de viande de meilleure qualité, que des rations plus grandes mais moins bonnes et jetées à la poubelle. **Les personnels de restaurants collectifs qui ont introduit des produits biologiques notent unanimement une diminution des déchets sur les plateaux.**

Il est également important de servir à l'assiette et de porter attention à la présentation.

Enfin, d'autres initiatives concernent le service du pain et du fromage, également sources de gaspillage (voir ci-dessous).



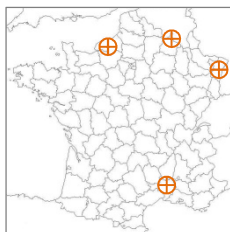
#### E X E M P L E S D ' I N I T I A T I V E S

*La revue « La Cuisine Collective », dans un article consacré à la cuisine collective de Barjac, précise que le fromage n'est plus proposé en portions, mais à la coupe, ce qui limite le gaspillage, mais aussi réduit le coût induit par l'emballage.*

*Le service du pain est placé en bout de self dans la Drôme et est limité à 1 ou 2 tranches par personne.*

#### → Rationaliser les coûts non alimentaires

Le surcoût lié à l'introduction de produits biologiques peut être compensé par une organisation différente au niveau des cuisines : mode de gestion, petit matériel, logistique.



#### E X E M P L E S D ' I N I T I A T I V E S

*La cuisine centrale de Rouen a internalisé la marge réalisée par l'ancien prestataire privé en passant en régie directe.*

*Le premier travail de rationalisation des coûts de la collectivité de Charleville Mézières a porté sur des postes non alimentaires : barquettes, logistique... A Barjac, lors des pique-niques, les gobelets ne sont plus en plastique mais sont lavables, les barquettes jetables ont été remplacées par des ramequins, et l'emballage est fait dans du papier kraft.*

*A l'OPABA, groupement de producteurs biologiques en Alsace livrant la restauration collective, des réflexions sont menées sur l'utilisation de cagettes en plastiques, lavables et recyclables, moins chères que des cagettes en bois, qui sont mises à la poubelle.*

#### → Regrouper des appels d'offre

Au niveau de la commande des produits, les collectivités de petite taille peuvent opter pour un regroupement des appels d'offre. Cette organisation permet de regrouper les commandes, de rechercher des volumes plus importants de produits et de négocier des tarifs plus bas. C'est ce qu'ont fait les communes de **Blanc-Mesnil** et de **Pantin**, au nord de Paris (*La Cuisine Collective*). Néanmoins, ce regroupement implique un cahier des charges commun et peut limiter chaque collectivité dans le choix des produits qu'elle souhaite commander.

#### → Facturer ou prendre en charge le surcoût ?

Grâce aux différentes pistes présentées ci-dessus, le surcoût lié à l'achat des matières premières est modéré. Cependant, si 14 % des collectivités affirment compenser le surcoût lié à l'achat par ailleurs, celui-ci persiste dans la majorité des collectivités.

Certaines d'entre elles font le choix de le prendre en charge (tout ou partie), alors que d'autres le répercutent sur la facture de l'utilisateur. C'est surtout le cas en restauration d'entreprise. En restauration scolaire, cette répercussion, quand elle existe, tient compte du quotient familial.



## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

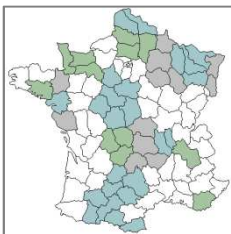
### - GARANTIR L'APPROVISIONNEMENT (1/3) -

#### La garantie de l'approvisionnement

Afin d'honorer leurs commandes, les producteurs qui souhaitent fournir la restauration collective ont la nécessité de s'organiser pour livrer des produits homogènes, en grande quantité, à une date précise. Mais la production agricole est soumise à des aléas (maladies...), qui peuvent affecter les livraisons prévues. Le regroupement de producteurs permet à la fois de multiplier l'offre proposée (en volume et en diversité), mais aussi de mettre en commun des outils (planification, logistique) et de répartir les risques sur l'ensemble d'entre eux.

#### → L'organisation des producteurs autour de plateformes d'approvisionnement

Les plateformes d'approvisionnement de produits biologiques sont des outils de regroupement de l'offre locale des produits biologiques. Ce sont des organisations économiques de différents types : Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif (SCIC), Associations loi 1901 ou Groupements d'Intérêts Economiques (GIE). Ces outils économiques de distribution de produits bio locaux couvrent aujourd'hui la quasi-totalité du territoire français. Ils regroupent des producteurs, et parfois aussi des transformateurs.



Région	Structure	Statut	Zone de chalandise
Alsace	SCIC Solibio	SCIC	Alsace
Auvergne	SCIC Auvergne Bio Distribution	SCIC	Auvergne
Basse Normandie	SCIC Inter Bio Normandie Services	SCIC	Normandie
Bretagne	Manger Bio 35	GIE	Ille et Vilaine
	Manger Bio 56	Association 1901	Morbihan
Centre	Self Bio Centre	SCIC	Centre
Champagne Ardenne	Manger Bio Champagne Ardenne	Association 1901	Champagne Ardenne
Limousin	Manger Bio Limousin	Association 1901	Limousin
Lorraine	SCIC Paysan Bio Lorrain	SCIC	Lorraine
Midi Pyrénées	SCIC Resto Bio	SCIC	Midi Pyrénées et Pyrénées Atlantiques
Nord Pas de Calais	Norabio	Association 1901	Nord Pas de Calais
Pays de la Loire	Manger Bio 44	Association 1901	Loire Atlantique
	Manger Bio 85	GIE	Vendée
Picardie	Bio d'Ici d'Abord	SCIC	Picardie
Provence	SCIC Agribio Provence	SCIC	Var
Rhône Alpes	Manger Bio d'Ici Alpes Bugey	Association 1901	Isère
	Bio A Pro (69)	Association 1901	Rhône et Loire

Source : site Internet de la FNAB <http://www.repasbio.org>

Plusieurs modalités d'organisation existent et peuvent se combiner au niveau de ces plateformes :

- la **mise en relation** producteurs - sites : les producteurs qui sont en capacité de livrer la restauration collective sont référencés dans un annuaire (départemental ou régional). Cet outil permet aux établissements de s'approvisionner au plus près. Cette forme souple implique peu de besoins financiers et humains. Néanmoins, le client a peu de visibilité sur la disponibilité des produits, et le gestionnaire de restauration doit prendre contact avec autant d'interlocuteurs que de fournisseurs.

- la **plateforme virtuelle** : il s'agit de constituer un catalogue à partir des produits disponibles en région. L'offre est davantage visible par le client. Les demandes des sites sont répercutées sur différents producteurs, qui livrent en direct. Une facture commune est ensuite émise. Cette formule permet au gestionnaire de restauration de n'avoir qu'un interlocuteur, et une seule facture pour l'ensemble des produits biologiques achetés. Elle nécessite une implication assez forte des producteurs, et la logistique peut s'avérer coûteuse.

- la **plateforme physique** : un catalogue est constitué, et les produits sont regroupés sur un lieu physique avant d'être acheminés en une seule fois sur les sites. L'offre et la disponibilité des produits sont bien visibles par le client. Cette forme permet également d'avoir un interlocuteur, une facture et une livraison uniques. Néanmoins, les investissements financiers sont conséquents.

Pour les produits carnés, la plateforme est bien souvent une plateforme virtuelle.



## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

### - GARANTIR L'APPROVISIONNEMENT (2/3) -

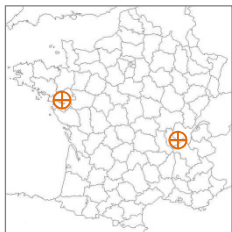
Le regroupement de l'offre de différents producteurs permet de proposer une gamme de produits plus large au client. Par ailleurs, la mise en place d'un interlocuteur unique permet un gain de temps certain pour les producteurs et les clients et l'offre gagne en lisibilité. Enfin, cette organisation permet de regrouper les services au sein d'une seule structure :

- la facturation : la plateforme (de regroupement, ou virtuelle) achète les produits, et les revend en n'émettant qu'une facture par acheteur ;
- la livraison : le regroupement permet d'optimiser les flux logistiques. Les gains de temps et d'énergie induits permettent de proposer des prix plus attractifs ;
- la réponse aux marchés publics : le regroupement de l'offre au sein d'une structure collective facilite la candidature aux appels d'offres publics ;
- le démarchage commercial : la relation et le suivi commercial sont effectués par une seule personne ou entité. L'offre et les services sont ainsi plus lisibles.

La moitié de ces plateformes se sont regroupées dans l'association « Manger Bio Ici et Maintenant », créée en mars 2010. Cette organisation permet une mutualisation supplémentaire à une échelle nationale.

#### → La planification de la demande permet de structurer l'offre

Afin d'aider à la structuration de l'offre, il est préférable que les collectivités introduisent régulièrement des ingrédients ou produits biologiques à leurs menus, plutôt que de proposer des menus 100 % biologiques ponctuellement dans l'année. En fonction de la taille de la collectivité, et particulièrement en cas d'une commande de gros volumes, il est indispensable de planifier les menus à l'avance, pour que la filière puisse s'organiser. Dans le cas d'appels d'offres, les achats sont contractualisés pour une période de un à trois ans. Les achats de gré-à-gré n'impliquent pas de contrat. Certains restaurants collectifs signent des chartes ou des conventions en guise d'engagement pour un mode d'approvisionnement ou d'engagement auprès d'un fournisseur.



#### E X E M P L E S D ' I N I T I A T I V E S

A Bouvron, en Loire Atlantique, la Charte des Petits Palais a été signée en janvier 2008 entre la commune, le restaurant scolaire, l'école et le GAB 44. Ce document formalise la démarche « bien manger au restaurant scolaire », par rapport à l'organisation du restaurant, au choix des produits et des circuits d'approvisionnement, à l'environnement et à l'aménagement du territoire, et par rapport à l'accompagnement pédagogique de l'initiative.

Dans le Rhône, une convention de partenariat a été signée en octobre 2010 entre l'Etat, le Conseil Général du Rhône, la Chambre d'Agriculture du Rhône et l'office public d'aménagement et de construction du Rhône en faveur de l'approvisionnement local en restauration collective et du développement de magasins de produits locaux dans le département du Rhône.

#### → L'organisation de la logistique

Les plateformes sont souvent virtuelles pour la viande. Le stockage et la livraison sont réalisés par les producteurs, les transformateurs ou des prestataires. Le transport représente un coût important pour les producteurs qui travaillent avec la restauration collective, car ils doivent assurer ou faire assurer la livraison. De plus, les contraintes réglementaires concernant le transport limitent le rayon de livraison à 80 km pour le producteur s'il n'est pas agréé CE. Par ailleurs, chaque caisson ne doit correspondre qu'à un site de livraison, afin d'assurer le respect de la chaîne du froid.

L'agrément CE permet aux producteurs de livrer ou de faire livrer à une distance plus importante. Par ailleurs, l'organisation de la logistique est facilitée dans le cas d'un regroupement des producteurs. En effet, la mutualisation permet de regrouper des livraisons, et ainsi d'en limiter les frais (commandes, transports).

Par ailleurs, la gestion collective de l'offre permet de travailler sur des quantités suffisantes, de mettre en place le circuit logistique le plus adapté et de raisonner les livraisons (fréquence, circuits). Des zones de proximité peuvent être définies (40 à 50 km) au sein desquelles les échanges sont favorisés, les livraisons sont couplées...

La réalisation de catalogues par les plateformes permet aussi aux collectivités de s'adresser aux producteurs les plus proches.

## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

### - GARANTIR L'APPROVISIONNEMENT (3/3) -



#### E X E M P L E S D ' I N I T I A T I V E S

En Isère, les prix sont lissés entre les différents producteurs de la plateforme. C'est le producteur le plus proche qui livre la collectivité.

En Alsace, la filière viande est structurée autour de l'atelier de transformation de la grande distribution, la coopérative Coop Alsace, qui achète, découpe et assure la livraison de la viande. Les circuits logistiques conventionnels sont utilisés, ce qui permet de réaliser des économies d'échelle au niveau de la logistique.

### → Astuces pour prévenir d'éventuels manques en viande locale

Afin de prévenir d'éventuels manques en viande locale, différentes stratégies peuvent être mises en œuvre.

- Tout comme pour les fruits et légumes, il existe une **saisonnalité des viandes**, qui dépend notamment de l'organisation de l'élevage. Par ailleurs, on note également une saisonnalité de la consommation : les particuliers ne consomment pas les mêmes morceaux en fonction de la période de l'année. Ainsi, en hiver, les morceaux avants (pot-au-feu, ...) sont bien appréciés, alors qu'en été, les morceaux arrières, à griller, sont préférés. Les achats de la restauration collective peuvent être raisonnés en contre-saison par rapport aux particuliers, afin que ces deux segments se complètent. Un calendrier des viandes a été diffusé par CCC et Interbev en 2008.

- Afin de valoriser tous les morceaux de viande, des adaptations sont nécessaires dans les choix des morceaux achetés et du mode de cuisson. La viande labellisée (bio, Label Rouge...) n'a pas les mêmes propriétés que les viandes conventionnelles traditionnellement achetées en restauration collective. Ainsi, certains morceaux qui ne pouvaient être utilisés pour certains plats peuvent l'être dans le cas de la viande de qualité. Des formations sur le choix des produits et les modes de cuisson sont proposées par la filière viande (ex. INTERBEV) ainsi que par le Centre National de Formation professionnelle, à destination des gestionnaires et chefs cuisiniers.

- En général, les cuisiniers préfèrent utiliser les produits de qualité en frais. Néanmoins, la surgélation peut s'avérer utile pour le producteur (afin de rassembler les volumes demandés pour une commande) et pour le restaurateur (afin de s'assurer une solution de secours en cas de problème d'approvisionnement).

- Si la proximité des produits biologiques utilisés en restauration collective est à privilégier, le recours à une filière nationale peut néanmoins permettre de s'approvisionner en volumes supérieurs à l'offre locale.



#### E X E M P L E D ' I N I T I A T I V E

En Isère, la société Vercors Restauration, qui a mis en place l'introduction de viande locale dans les menus, a travaillé sur la redéfinition des muscles qui donnent le même résultat après cuisson que les morceaux initialement achetés, afin de maximiser le nombre de kilos achetés par animal pour un menu.

Pour en savoir plus :

Site Internet de la FNAB consacré à la restauration collective : [www.repasbio.org](http://www.repasbio.org)

Interbev (association nationale interprofessionnelle du Bétail et des Viandes), et le Centre d'information des Viandes (plateforme d'échanges et d'information) ont créé un logiciel et un guide d'information des viandes en RHD, qui sont disponibles gratuitement sur : [www.interbev.fr](http://www.interbev.fr) et sur l'espace professionnel du site CIV : [www.civ-viande.org/guide-rhd](http://www.civ-viande.org/guide-rhd).

## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES - CRÉER/UTILISER LES OPÉRATEURS LOCAUX DE LA FILIÈRE -

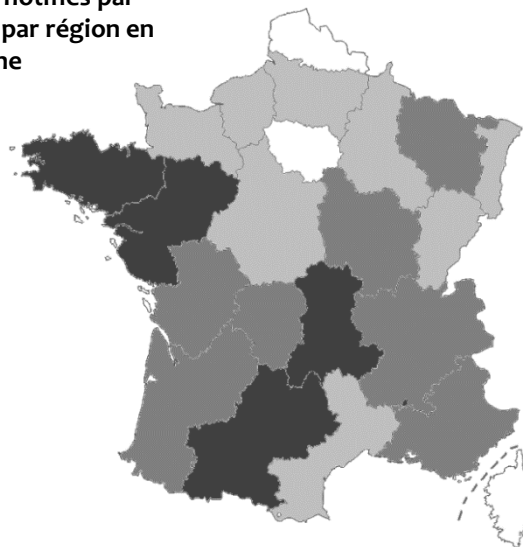
### Filière : structurer un réseau d'opérateurs locaux

En fonction des régions, la filière viande locale biologique est plus ou moins bien structurée.

L'Agence Bio a notifié, début 2011, 121 abattoirs ayant une activité biologique. La carte ci-contre présente leur répartition par région. On note une disparité importante entre les régions.

En Auvergne, tout comme en Midi Pyrénées par exemple, la présence de transformateurs historiques permet de centraliser et de gérer des volumes importants de viande. En Limousin au contraire, le manque d'opérateurs certifiés AB et agréés CE est clairement identifié par les acteurs de la filière comme un frein au développement de la viande biologique locale.

Nombre d'abattoirs notifiés par l'Agence Bio en 2011 par région en France métropolitaine



Source des données : site Internet de l'Agence Bio

Tous les types d'animaux ne sont pas abattus par l'ensemble des abattoirs. A titre d'exemple, deux fois plus d'entreprises abattent des animaux allaitants plutôt que des animaux laitiers. Par ailleurs, ils sont de tailles très différentes et, parmi la centaine d'abattoirs notifiés, plus d'une cinquantaine ont une activité en gros bovins biologiques mais seulement quelques gros opérateurs traitent la majorité des volumes (de l'ordre de 70 %) <sup>(1)</sup>.

Cette présence de quelques gros opérateurs rejoint la tendance générale à la concentration des outils d'abattage et de transformation industrielle qui s'est développée au niveau des filières viandes en conventionnel <sup>(1)</sup>.

Notons également que la gestion de la logistique (collecte des animaux, allotement, approche abattoir) est plus délicate en agriculture biologique du fait de la dispersion géographique des éleveurs et des faibles volumes à déplacer. La filière viande biologique rencontre encore quelques difficultés d'organisation, notamment en raison de la faible prise en compte des besoins techniques et commerciaux spécifiques à l'agriculture biologique par les opérateurs mixtes (biologiques et conventionnels), étant donné que ce secteur ne représente encore qu'une faible part de leur activité <sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> d'après Interbev, dans la fiche *Bovins viande biologiques : situation en 2009 et enjeux*, RMT DévAB - AXE 3 - Économie - Fiche n° 1

### → Agrandissement ou création d'ateliers d'abattage / de transformation

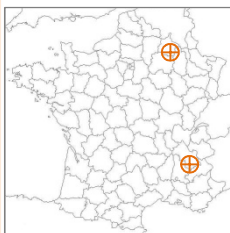
Le marché de la restauration collective est très demandeur, mais aussi très récent. Il n'est donc pas forcément prudent de miser des investissements importants sur cet unique marché. Néanmoins, c'est un segment de diversification très important, qui permet aux producteurs de sécuriser la valorisation de leur production.

Le développement de l'introduction de produits biologiques en restauration collective, de par les volumes importants qu'elle génère, peut motiver la mise en place d'ateliers d'abattage ou de transformation en régions.

#### E X E M P L E S D ' I N I T I A T I V E S

En Isère, il est question de créer un atelier de découpe de viande. Les principaux clients pour les morceaux les plus nobles seraient les boucheries, et les autres pièces pourraient être valorisées par la restauration hors domicile.

L'introduction de viande biologique locale à la cuisine centrale de Charleville Mézières, en Champagne Ardennes, a favorisé l'investissement de structures de transformation et a contribué à en viabiliser d'autres. Ainsi, dans la région, l'atelier bio CE de l'atelier des Eleveurs à Vrigne aux Bois s'est développé : le nombre de bêtes (bovins et ovins) abattues a doublé depuis début 2007, et un boucher supplémentaire a été recruté. Un atelier de découpe et transformation de viande CE a été créé en 2008 par l'EARL Viandes des Monts d'Argonne à Apremont, pour livrer la cuisine centrale en porc et charcuterie. Enfin, un éleveur de volailles, à Naives en Blois, a monté un atelier CE pour la découpe de volailles en 2008 et a créé un emploi.



## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

### - APPELS D'OFFRES : ADAPTER SA PROCÉDURE D'ACHAT -

#### → Favoriser l'achat biologique local

Le Code des marchés publics autorise l'introduction de la référence au mode de production biologique et à des produits bio certifiés, mais pas la référence au critère de proximité.

L'acheteur peut toutefois orienter sa demande de manière à favoriser les produits locaux :

- en instaurant une pondération significative pour le critère qualité ou pour le critère développement durable,
- en imposant des délais de livraison (notion de fraîcheur),
- en achetant les bêtes vivantes (ex à Lons-le-Saunier),
- en sélectionnant des produits grâce à une commission de dégustation...

Par ailleurs, il doit absolument raisonner **l'allotissement** le plus finement possible, en fonction de l'offre locale, pour permettre à de petits fournisseurs de pouvoir répondre au lot correspondant à leur produit.

Par ailleurs, l'article 53 du Code des Marchés Publics stipule que « Lors de la passation d'un marché, un droit de préférence est attribué, à égalité de prix ou équivalence d'offres, à l'offre présentée par une SCOP, par un groupement de producteurs agricoles, par un artisan, une société coopérative d'artisans ou par une société coopérative d'artistes ou par des entreprises adaptées.»

→ Les producteurs peuvent se regrouper pour former un groupement solidaire ou conjoint. Ce type de groupement n'implique pas de statut juridique autre que contractuel. Le groupement solidaire, contrairement au groupement conjoint, implique un engagement de chaque entreprise sur la totalité du marché.

Des informations complètes sur les Marchés Publics, des conseils pour la rédaction des appels d'offres, ainsi que des exemples d'appels d'offres font l'objet de chapitres détaillés dans la bibliographie. Une sélection de références intéressantes est proposée ci-dessous.

#### Pour en savoir plus :

DRAAF Rhône Alpes, Préfecture de région Rhône Alpes, 2010, *Guide pratique : Favoriser une restauration collective de proximité et de qualité*, 194 p., Ed. DRAAF Rhône Alpes, téléchargeable sur le site Internet de la DRAAF Rhône Alpes : [http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/guide\\_mise\\_en\\_ligne\\_cle8d5ec4.pdf](http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/guide_mise_en_ligne_cle8d5ec4.pdf)

GRUNEWALD E., LEPROVOST H., PITEAU A. et al., 2009. *Comment introduire durablement des produits biologiques dans un restaurant scolaire : Guide d'accompagnement à l'attention des gestionnaires et des cuisiniers des collèges et des lycées d'Ile-de-France*, 84 p., éd. GAB ILE DE France

INTERBEV, 2010, *Vademecum sur les questions juridiques concernant l'achat de viande en RHD dans le cadre des marchés publics*. Novembre 2010, consultable en ligne sur le site Internet d'Interbev : <http://www.interbev.fr/fileadmin/docs/Vademecum11-2010.pdf>

Site Internet de la FNAB consacré à la restauration collective : [www.repasbio.org](http://www.repasbio.org)

## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

### - ACCOMPAGNER LES INITIATIVES COLLECTIVES (1/3) -

L'accompagnement des initiatives d'introduction de produits biologiques peut être réalisé par différents types d'acteurs : Etat, collectivités, réseau FNAB, réseau CIVAM, Chambre d'agriculture, associations spécialisées...

Il peut prendre plusieurs formes :

- Financement direct (prise en charge du surcoût des repas biologiques) ou indirect (financement de formations, d'outils),
- Actions de développement (animation, mise en place et/ou suivi d'actions spécifiques, organisation de concertations, de débats, formation...)

#### → La sensibilisation des décideurs (élus et gestionnaires des restaurants collectifs)

Les **élus** jouent un rôle essentiel dans les projets d'introduction de produits biologiques en restauration collective. En effet, nombre de projets sont nés de la volonté politique d'un élu, parfois dans le cadre d'une démarche de projet :

- politique générale de la municipalité,
- politique territoriale de développement durable (Agenda 21),
- politique de protection de l'eau,
- politique sanitaire, nutritionnelle et sociale, liée aux crises et scandales alimentaires récents.



#### E X E M P L E D ' I N I T I A T I V E

*C'est le cas de la commune de **Lons-le-Saunier**, dans le **Jura**, où le Maire a décidé, dans un souci de préservation de la qualité de l'eau potable, d'installer un agriculteur biologique autour des zones de captage. Le pain bio, issu de la farine de ces surfaces, est distribué au niveau des restaurants et cantines municipales. Initiée avec le pain, l'introduction de produits biologiques s'est poursuivie, avec d'autres produits, dont la viande. Depuis 2010, 100 % de la viande de bœuf servie par la municipalité est biologique, d'origine locale.*

Si les politiques territoriales de développement durable (Agenda 21, Plans Climat-Energie Territoriaux) peuvent déclencher le projet d'introduction de produits biologiques en restauration collective, elles peuvent aussi agir en amont, sur la production : soutien à l'installation et au maintien des producteurs, structuration de la filière, accompagnement logistique...

Afin de multiplier les expériences, il est donc essentiel de COMMUNIQUER sur les intérêts de l'agriculture biologique en restauration collective, et de SENSIBILISER les décideurs.

#### → Méconnaissance réciproque des producteurs et de la restauration collective à lever

Par ailleurs, il est indispensable de mettre en relation les producteurs et les acteurs de la restauration collective. Ce sont deux milieux qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble et qui ne connaissent pas leurs modalités de fonctionnement réciproques (Le Velly R., Bottois V., Brechet J.P., et al., 2010). Ainsi, il est nécessaire d'informer les producteurs des contraintes spécifiques de la restauration collective publique, notamment en termes de code des marchés, de calibrage, de conditionnement ou de livraison. Les acteurs de la restauration doivent également prendre conscience des contraintes de l'élevage, notamment en termes de saisonnalité, d'équilibre matière et de l'importance de la planification très en amont.



#### E X E M P L E D ' I N I T I A T I V E

*Des rencontres ont été réalisées par le SEDARB en Bourgogne. Réunissant des coopératives, deux lycées et une cuisine centrale, elles ont permis de faire le point sur les contraintes existantes, les moyens à mettre en place pour les gérer, et de travailler sur les pertes à la cuisson. Les échanges nombreux ont révélé des incompréhensions réciproques. Les cuisiniers et les coopératives n'avaient par exemple pas la même définition des pièces à bouillir !*

## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES

### - ACCOMPAGNER LES INITIATIVES COLLECTIVES (2/3) -

#### → Formation et accompagnement de tous les acteurs

Des actions de formation et de sensibilisation sont réalisées par le réseau FNAB, le réseau CIVAM, les Chambres d'agriculture, des parcs naturels régionaux, des associations (notamment l'association Un Plus Bio), des cuisiniers formateurs et des diététiciens. Elles permettent la création de nombreux outils.

##### ✓ Les producteurs

Les producteurs sont formés et accompagnés pour la commercialisation, la compréhension des contraintes spécifiques de la restauration collective, la réglementation, la logistique, les attentes des collectivités, la réponse aux appels d'offre...

##### ✓ Les personnels d'abattoirs, d'ateliers de découpe, d'entreprises de transport et de logistique...

Les personnels d'abattoirs, d'ateliers de transformation et d'entreprises de transport et de logistique sont formés sur la réglementation de l'agriculture biologique et les précautions à mettre en œuvre, notamment en matière de traçabilité et d'étiquetage.

##### ✓ Les élus, gestionnaires, cuisiniers et personnels de cuisine

Les élus, agents et gestionnaires sont formés et accompagnés pour la préparation et la rédaction des appels d'offre et pour une sensibilisation aux intérêts de ce type de production (intervention de diététiciens, nutritionnistes), tandis que les chefs de cuisines, personnels des cuisines centrales et des équipes d'intendance sont formés et accompagnés sur la construction des menus, les nouvelles façons de cuisiner, les grammages, l'introduction de nouveaux produits, les activités de légumerie et les gains d'efficacité.

Les retours sont très positifs. Les sessions techniques montrent comment mieux travailler les produits et envisager des économies pour amortir le surcoût des produits biologiques.

##### ✓ Les convives et le grand public

La sensibilisation des convives consiste à réaliser des actions d'information et de communication.

La sensibilisation se fait par le biais d'interventions dans les classes, de projets pédagogiques, de rencontres avec des producteurs, de visites de ferme, d'éducation au goût, d'intervention de diététiciens...

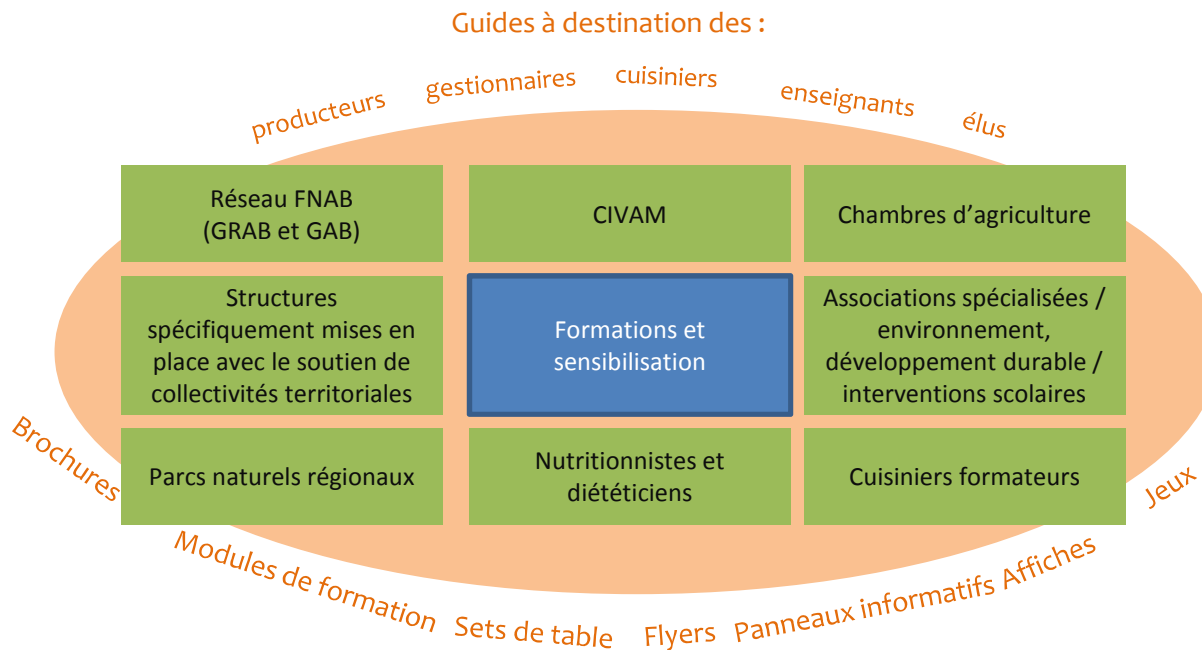
Au niveau de la chaîne de self, les produits biologiques doivent être bien identifiés. Cette information peut également être diffusée sur le site Internet de la collectivité ou de l'établissement...

Des communications spécifiques sont réalisées lors de l'introduction de nouveaux produits biologiques, mais aussi de façon plus générale, dans la presse notamment.



## 4- LES RÉPONSES APPORTÉES AU NIVEAU DES DIFFÉRENTES INITIATIVES - ACCOMPAGNER LES INITIATIVES COLLECTIVES (2/3) -

Ces actions de formation et de sensibilisation font souvent l'objet de partenariats et sont l'occasion de créer de nombreux outils de communication :



De plus, des sites proposent des outils de communication, tels que celui du Printemps bio, géré par l'Agence Bio [www.printempsbio.com](http://www.printempsbio.com), plutôt pour les élèves et le site de l'Union européenne [www.organic-farming.europa.eu](http://www.organic-farming.europa.eu) qui propose affiches, brochures, fiches produits...

Les différents outils pédagogiques utilisés dans les animations sont notamment référencés à la FNAB pour le réseau des GAB (Groupements des agriculteurs biologiques) et au Pôle AB Massif Central dans le cadre du projet portant sur la restauration collective.

### Pour en savoir plus :

- DUCOEURJOLY D., 2010. *Guide pratique pour une restauration collective bio*, 164 p., éd. TERRITORIAL EDITIONS
- GRUNEWALD E., LEPROVOST H., PITEAU A. et al., 2009. *Comment introduire durablement des produits biologiques dans un restaurant scolaire : Guide d'accompagnement à l'attention des gestionnaires et des cuisiniers des collèges et des lycées d'Ile-de-France*, 84 p., éd. GAB ILE DE France
- FNAB, 2009. *Des repas bio en restauration collective*, 4 p., éd. FNAB (Fédération Nationale d'Agriculture Biologique des Régions de France)
- FNCIVAM / FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME, 2009. *Guide de la restauration collective responsable à l'attention des collectivités et des entreprises*, 80 p., éd. FNCIVAM / FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME
- LE GOFF L., MERCIER E., DARCHE E., et al., 2008. *Dossier : Les cantines bio*, BIOCONTACT n° 183, 01/09/2008, 33 pages (p. 46-94)

## 5- CONCLUSION

Tous les retours d'expériences soulignent combien la démarche d'approvisionnement en produits biologiques locaux en restauration collective demande un investissement très important en temps, en énergie, en réflexion, et une remise en cause de la part de l'ensemble de la filière (producteurs, restaurants collectifs et « accompagnateurs »). Des essais sont réalisés à petite échelle, avant de mettre en place la démarche projet et de développer plus significativement les approvisionnements biologiques locaux.

De multiples possibilités se présentent pour mettre en place un approvisionnement biologique local selon le restaurant mais aussi selon le territoire. L'hétérogénéité des restaurants et des territoires ne permet pas des transferts d'expériences simples. Néanmoins, les échanges et les différents témoignages peuvent servir de base à une réflexion, ou consolider une démarche déjà engagée.

## BIBLIOGRAPHIE : POUR EN SAVOIR PLUS...

ABIODOC, 2011. *Compilation bibliographique sur l'introduction de produits biologiques en Restauration Collective*, 96 p., ABioDoc

AGENCE BIO / CSA, 2011. *Rapport : Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective – Etude n° 1001691*, 82 p., éd. AGENCE BIO  
[http://www.agencebio.org/upload/pagesEdito/fichiers/BARO\\_RC\\_2011%20\[Mode%20de%20compatibilité\].pdf](http://www.agencebio.org/upload/pagesEdito/fichiers/BARO_RC_2011%20[Mode%20de%20compatibilité].pdf)

AGENCE BIO, 2011. *Observatoire 2011 des produits biologiques en restauration collective*, 4 p., éd. AGENCE BIO  
[http://www.agencebio.org/upload/pagesEdito/fichiers/observatoire\\_restaurantbio2011.pdf](http://www.agencebio.org/upload/pagesEdito/fichiers/observatoire_restaurantbio2011.pdf)

DEVILLERS Olivier, FLÉCHET Dorian, LE DOUARIN Sarah, et al., 2011. *L'agriculture biologique : Chiffres clés : Edition 2011*, 244 p., éd. AGENCE BIO  
<http://www.agencebio.org/pageEdito.asp?IDPAGE=196&n1=6>

AGENCE BIO, 2011. *Dossier de presse : La bio accentue son rayonnement en France*, 48 p., éd. AGENCE BIO  
[http://www.agencebio.org/upload/actu/fichier/DP\\_BIO\\_conf190511DEF.pdf](http://www.agencebio.org/upload/actu/fichier/DP_BIO_conf190511DEF.pdf)

FNAB, 2011. *Série "Les défis de l'agriculture biologique" : Les filières de commercialisation : Quels débouchés pour la production bio française ? Les enjeux de la structuration des filières biologiques*, 16 p. éd. FNAB  
<http://www.fnab.org/images/files/Se%20former%20s%20%27informer/Nos%20publications/Note%20D%C3%A9fis%20de%20la%20Bio%20N%C2%B0%20-%20les%20fili%C3%A8res%20de%20commercialisation%20VF%28%29.pdf>

SEDARB, 2011. *Guide de la restauration collective BIO en Bourgogne*, 46 p., SEDARB, .  
[http://www.biobourgogne.fr/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=38&Itemid=](http://www.biobourgogne.fr/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=38&Itemid=)

CORABIO, 2011. *Annuaire des fournisseurs bio et en conversion de Rhône-Alpes : Restauration collective - Novembre 2011 : Boissons - Epicerie - Fruits et légumes - Pain - Produits laitiers - Viande et volaille*, 53 p., éd. CORABIO  
[http://www.corabio.org/images/stories/Publications/111110\\_annuaire%20pdf.pdf](http://www.corabio.org/images/stories/Publications/111110_annuaire%20pdf.pdf)

## BIBLIOGRAPHIE : POUR EN SAVOIR PLUS...

- BIZIEUX Adèle, 2011. *Mieux connaître les cuisines collectives et leurs fournisseurs pour mieux identifier les possibilités d'introduction de produits locaux : Quels produits et quelle réalité économique ?*, 4 p. + 25 fiches, éd. CHAMBRE RÉGIONALE D'AGRICULTURE DE RHÔNE-ALPES  
[http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/pj.nsf/TECHPJPARCLEF/08191/\\$File/couverture%20synt.pdf?OpenElement](http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/pj.nsf/TECHPJPARCLEF/08191/$File/couverture%20synt.pdf?OpenElement)
- FRAB LANGUEDOC-ROUSSILLON, 2011. *Annuaire RHD : Annuaire régional Languedoc-Roussillon - Mise à jour du 17 janvier 2011*, 46 p., éd. FRAB LANGUEDOC-ROUSSILLON  
<http://www.agribio-languedoc-roussillon.fr/sites/www.agribio-languedoc-roussillon.fr/files/AnnuaireRegional-RHD-08-02-11.pdf>
- JAUD Jean-Paul, 2011. *Nos enfants nous accuseront*, 168 p., éd. EDITIONS ALTERNATIVES
- MILLOT Guillaume, SOYEUX Annie, 2011. *Agriculture biologique et circuits courts en restauration collective (Veille n° 42)*, 2 p., éd. SERVICE DE LA STATISTIQUE ET DE LA PROSPECTIVE – CENTRE D'ÉTUDES ET DE PROSPECTIVE  
[http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/CEP\\_Veille\\_42\\_Circuits\\_courts\\_en\\_restaurant\\_collective.pdf](http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/CEP_Veille_42_Circuits_courts_en_restaurant_collective.pdf)
- LABRIET Julien, GRUNEWALD Eric, CACHET Elodie, et al., 2010. *S'impliquer dans la restauration collective biologique : Guide pratique à l'usage des organismes de développement et de formation souhaitant accompagner les producteurs*, 80 p., éd. FNAB  
<http://www.repasbio.org/files/GUIDE-FNAB-web.pdf>
- PREFECTURE DE LA REGION RHÔNE-ALPES / DRAAF RHÔNE-ALPES, 2010. *Guide pratique : Favoriser une Restauration Collective de Proximité et de Qualité*, 194 p., éd. DRAAF RHÔNE-ALPES  
[http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/guide\\_mise\\_en\\_ligne\\_cle8d5ec4.pdf](http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/guide_mise_en_ligne_cle8d5ec4.pdf)
- TRAVERSAC Jean-Baptiste, KEBIR Leïla, BOIVIN Nicolas, et al., 2010. *Circuits courts : Contribution au développement régional*, 224 p., éd. EDUCAGRI EDITIONS
- DUCOEURJOLY Delphine, 2010. *Guide pratique pour une restauration collective bio*, 164 p., éd. TERRITORIAL EDITIONS
- AFNOR, 2010. *Recueil de normes : Normes & réglementation : Restauration scolaire*, CD-Rom, éd. AFNOR EDITIONS
- ARDAB, 2010. *Introduire des produits bio en restauration collective : Pense-bête sur les aspects sanitaires : Synthèse bibliographique*, 14 p., éd. ARDAB
- INTERBEV, 2010. *Vademecum sur les questions juridiques concernant l'achat de viande en RHD dans le cadre des marchés publics*. Novembre 2010, <http://www.interbev.fr/fileadmin/docs/Vademecum11-2010.pdf>
- ARDAB, 2010. *ABC BIO ! : Pour découvrir l'agriculture biologique : Le guide pédagogique de l'agriculture biologique en Rhône et Loire : A l'attention des équipes pédagogiques*, 13 p. + ann., éd. ARDAB  
<http://www.corabio.org/images/stories/Ardab/guide-peda-ardab-lycees-pilote.pdf>
- BOTTOIS Vincent / LE VELLY Renan / OLIVIER Fantine, 2010. *Produits locaux en restauration collective : quelles rencontres entre offres et demandes ?* 12 p., Ed Les Carnets Pro de Liproco  
[http://liproco-circuits-courts.com/media/carnet\\_3\\_appro\\_rc\\_go\\_\\_071911200\\_1021\\_24112010.pdf](http://liproco-circuits-courts.com/media/carnet_3_appro_rc_go__071911200_1021_24112010.pdf)
- BIO CONSOM'ACTEURS, 2010. *La bio en restauration collective : Les conditions de la réussite ; Des témoignages pour comprendre*, 18 p., éd. BIO CONSOM'ACTEURS  
[http://www.bioconsomacteursprovence.com/wp-content/uploads/docs/la\\_bio\\_en\\_restaurant\\_collective.pdf](http://www.bioconsomacteursprovence.com/wp-content/uploads/docs/la_bio_en_restaurant_collective.pdf)
- FNAB, 2010. *S'impliquer dans la restauration collective biologique : Guide pratique destiné aux agriculteurs biologiques*, 24 p., éd. FNAB  
<http://www.repasbio.org/files/Documents/PETITGUIDE-FNAB-bd.pdf>

## BIBLIOGRAPHIE : POUR EN SAVOIR PLUS...

- CORABIO, 2010. *Guide pratique de la restauration collective bio en Rhône-Alpes*, 28 p., éd. CORABIO  
<http://www.corabio.org/images/stories/cantine/guide%20pratique%20rhf%20corabio%20double%20page.pdf>
- AUVERGNE BIOLOGIQUE, 2010. *Faites entrer les repas biologiques à l'école : Guide pour la mise en place de repas biologiques et d'un accompagnement éducatif en milieu scolaire*, 5 fiches, éd. AUVERGNE BIOLOGIQUE
- INTERBEV, INAPORC, 2009. *Cahier des Clauses Particulières pour l'achat public de viandes de boucherie réfrigérées ou surgelées, pièces ou hachées, et de produits tripiers*, 79 p., éd. INTERBEV, INAPORC  
<http://www.interbev.fr/fileadmin/docs/ccp.pdf>
- FNAB, 2009. *Des repas bio en restauration collective*, 4 p., éd. FNAB (Fédération Nationale d'Agriculture Biologique des Régions de France)
- FNCIVAM / FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME, 2009. *Guide de la restauration collective responsable à l'attention des collectivités et des entreprises*, 80 p., éd. FNCIVAM / FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME
- Cabinet GRESSARD, CSA, Agence Bio, 2009. *PRODUITS BIOLOGIQUES EN RESTAURATION COLLECTIVE : évaluation des besoins, identification des attentes des acheteurs et mise en relation avec les caractéristiques de l'offre pour une dynamique de développement*, Septembre 2009, consultable en ligne sur le site Internet de l'Agence Bio :  
[http://www.agencebio.org/upload/rapportGressard\\_Tome%20I.pdf](http://www.agencebio.org/upload/rapportGressard_Tome%20I.pdf)
- VALINGOT Mathilde, DESETABLES Amandine, GUITTON Jean-Michel, et al., 2009. *Du bio à la cantine : Mode d'emploi*, 16 p., éd. SNRC, WWF France  
<http://www.wwf.fr/s-informer/actualites/du-bio-a-la-cantine-mode-d-emploi-un-guide-precieux-pour-les-maires>
- GRUNEWALD Eric, LEPROVOST Hélène, PITEAU Angélique, et al, 2009. *Comment introduire durablement des produits biologiques dans un restaurant scolaire : Guide d'accompagnement à l'attention des gestionnaires et des cuisiniers des collèges et des lycées d'Ile-de-France*, 84 p., éd. GAB Ile-de-France  
<http://www.bioiledefrance.fr/pro/images/stories/RCBIO/guide%20gestionnaire%20def.pdf>
- SYNABIO, 2009. *Guide pratique d'introduction de produits biologiques en restauration collective à caractère social*, 6 p., éd. SYNABIO : <http://www.synabio.com/doc/synabio-doc-195.pdf>
- FN CIVAM, FONDATION NICOLAS HULOT, 2009. *Guide de la restauration collective responsable à l'attention des collectivités et des entreprises*, 80 p., éd. FN CIVAM, FONDATION NICOLAS HULOT  
[http://www.fondation-nature-homme.org/sites/default/files/pdf/outils/guide\\_restaurant\\_collective.pdf](http://www.fondation-nature-homme.org/sites/default/files/pdf/outils/guide_restaurant_collective.pdf)
- AGENCE BIO, 2009. *Produits biologiques en restauration collective : Evaluation 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., éd. AGENCE BIO : [http://www.agencebio.org/upload/RapportGressard\\_Tome%20I.pdf](http://www.agencebio.org/upload/RapportGressard_Tome%20I.pdf)
- AGENCE BIO, 2009. *Produits biologiques en restauration collective : Evaluation des besoins, identification des attentes des acheteurs et mise en relation avec les caractéristiques de l'offre pour une dynamique de développement : Tome II. Annexes*, 44 p., éd. AGENCE BIO : [http://www.agencebio.org/upload/rapportGressard\\_TomeII.pdf](http://www.agencebio.org/upload/rapportGressard_TomeII.pdf)
- AGENCE BIO, 2009. *Produits biologiques en restauration collective : Evaluation des besoins, identification des attentes des acheteurs et mise en relation avec les caractéristiques de l'offre pour une dynamique de développement : Tome III. Résultats de l'enquête CSA par sondage. Rapport CSA n° 0900035*, 75 p., éd. AGENCE BIO  
[http://www.agencebio.org/upload/rapportGressard\\_TomeIII.pdf](http://www.agencebio.org/upload/rapportGressard_TomeIII.pdf)
- FNAB, 2009. *Des repas bio en restauration collective*, 4 p., éd. FNAB

# BIBLIOGRAPHIE : SITES INTERNET À CONSULTER

## **ABioDoc**

ABioDoc, le Centre français de ressources documentaires en agriculture biologique, gère la plus importante base de données documentaire française spécialisée en agriculture biologique (Biobase). Cette base, qui comporte plus de 22 000 références, est accessible à tous depuis son site Internet [www.abiodoc.com](http://www.abiodoc.com).

## **Agence Bio**

L'Agence Bio a pour mission de communiquer et promouvoir l'agriculture biologique auprès du grand public, des professionnels de l'agriculture et de l'ensemble de la filière agroalimentaire. Elle a mis en place un observatoire national de l'agriculture biologique et travaille au développement des filières, des marchés et des dynamiques interprofessionnelles en partenariat avec les interprofessions et les offices. Elle travaille également sur la thématique environnement et territoires et participe à l'approfondissement de la connaissance des effets environnementaux et territoriaux de l'agriculture biologique. Elle favorise les liens entre les acteurs de l'agriculture biologique (structures agricoles et entreprises d'aval) et la dynamique du tissu rural dans lequel ils s'insèrent.

De nombreuses données sur les filières et sur la restauration collective sont téléchargeables depuis son site Internet <http://www.agencebio.org>.

## **FNAB**

La FNAB (Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique) a créé un site Internet spécifique à l'introduction de produits biologiques en Restauration Collective : [www.repasbio.org](http://www.repasbio.org). Les différentes thématiques liées à la bio en restauration collective sont abordées, avec des informations, des guides à télécharger, des témoignages...

## **DRAAF Rhône Alpes**

La DRAAF Rhône Alpes a dédié un site Internet à l'introduction de produits locaux en restauration collective : <http://www.achatlocal-consorhonealpes.fr>. Cet espace fait le point sur le contexte, les filières régionales, la saisonnalité des produits. Un espace « réalisations » présente des témoignages complets de restaurants collectifs qui ont mis en place une démarche d'introduction de produits biologiques.

## **La cuisine collective**

Cette revue professionnelle consacre de nombreux articles à l'introduction de produits biologiques en restauration collective, et décrivent des initiatives du point de vue du restaurateur. Certains de ces articles sont disponibles gratuitement en ligne sur le site : [www.la-cuisine-collective.fr](http://www.la-cuisine-collective.fr).

## **LiProCo**

Li-Pro-Co - pour Lien PROducteurs - CONSommateurs - est un projet de recherche sur les circuits courts alimentaires financé par le programme PSDR (Pour et Sur le Développement Régional). Son objectif est d'identifier les facteurs d'émergence et de pérennité des initiatives, qui mettent en avant les proximités entre producteurs et consommateurs pour mieux valoriser les produits alimentaires. Tous les résultats sont diffusés sur le site <http://liproco-circuits-courts.com/>.

## **Autres sites intéressants par rapport au sujet :**

Syndicat national des entreprises bio au service de la filière agriculture biologique : <http://www.synabio.com/>

Association de la restauration collective en gestion directe : <http://www.ccc-france.fr/index.php?page=65>

Syndicat national de la restauration collective : <http://www.snrc-site.com/surete.php?rub=Bio&id=154>

Site géré par le WWF France : <http://www.ouiaubiodansmacantine.fr/>

# PRÉSENTATIONS D'ABIODOC ET DU PÔLE AB MASSIF CENTRAL



## Une mine d'information sur l'agriculture biologique

**ABioDoc, le Centre national de ressources documentaires en agriculture biologique, gère la plus importante base de données documentaire francophone spécialisée en agriculture biologique et qui est accessible à tous depuis son site Internet.**

ABioDoc est un service de VetAgro Sup, établissement d'enseignement supérieur et de recherche en agriculture et en agroalimentaire. Il a pour missions la veille, le traitement et la diffusion d'informations intéressant les acteurs de l'agriculture biologique mais aussi toute personne intéressée par cette thématique. Les données collectées concernent les aspects techniques, économiques et réglementaires en agriculture biologique, mais également des domaines connexes tels que l'agriculture durable, l'agroenvironnement, les énergies renouvelables...

Les services proposés par ABioDoc sont les suivants :

- ✓ un fonds documentaire accessible à tout public et comportant plus de 2000 ouvrages et une centaine de revues ;
- ✓ une base de données bibliographique (Biobase), comportant près de 22 000 références, accessible gratuitement depuis le site Internet d'ABioDoc [www.abiodoc.com](http://www.abiodoc.com) ;
- ✓ une revue bibliographique mensuelle d'actualité (Biopresse) accessible par abonnement en format papier ou pdf ;
- ✓ un service questions réponses permettant de commander des photocopies de documents, des prêts d'ouvrages, des listes bibliographiques personnalisées... ;
- ✓ une base de données des acteurs de la bio, regroupant des intervenants et des organisations de l'agriculture biologique dans les domaines de la formation, de la recherche et du conseil.

ABioDoc

Centre National de Ressources en Agriculture Biologique  
VetAgro Sup – Campus agronomique de Clermont  
89 Avenue de l'Europe - BP 35 - 63370 Lempdes (France)  
Tél. : 04 73 98 13 99 - Fax : 04 73 98 13 98  
[abiodoc@educagri.fr](mailto:abiodoc@educagri.fr) / [www.abiodoc.com](http://www.abiodoc.com)



## Une association pour la recherche développement en agriculture biologique sur le Massif Central

Le Pôle AB Massif Central est une association loi 1901 qui regroupe 4 collèges de professionnels (structures consulaires agricoles, groupements de producteurs biologiques, groupements de transformateurs et distributeurs biologiques, organisations interprofessionnelles et organismes de recherche et formation), ainsi que des membres associés. Par ailleurs, il est membre du collège expérimentation de l'ITAB.

Sa thématique principale est l'élevage et les cultures associées.

Le Pôle AB Massif Central a trois axes d'action principaux :

### ✓ La concertation :

Le Pôle AB Massif Central est un lieu de concertation et d'interface entre les différents acteurs du développement, de la recherche, de la formation, des filières et des territoires. Le Pôle permet de faire émerger les besoins en R&D de tous ces acteurs, de mutualiser leurs actions, compétences, moyens et connaissances en AB sur le Massif Central, et d'agir collectivement.

### ✓ L'ingénierie de projet :

Depuis 2007-2008, le Pôle AB Massif Central est porteur de projet multipartenaires, à l'échelle de la zone Massif Central. Citons notamment un projet sur la performance des systèmes d'élevage biologiques du Massif Central, ou le projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration collective », à l'origine de cette synthèse. Il est également partenaire de projets nationaux.

### ✓ La valorisation et la diffusion des résultats

Le Pôle AB Massif Central valorise les résultats de ses projets auprès d'étudiants, de professionnels... Il organise des journées techniques et des rendez-vous professionnels et participe aux principaux salons professionnels du Massif central. Il édite un bulletin, *Bio Massif*, diffusé à l'ensemble du réseau, et téléchargeable sur la page Internet du Pôle AB Massif Central. Les actes des journées techniques sont également téléchargeables sur le site.

Pôle AB Massif Central

VetAgro Sup – Campus agronomique de Clermont  
89, Avenue de l'Europe - BP 35 - 63370 Lempdes (France)  
Tél. : 04 73 98 69 56 - Fax : 04 73 98 69 57  
[jgenier.polebio@gmail.com](mailto:jgenier.polebio@gmail.com) / [myriamvallas@free.fr](mailto:myriamvallas@free.fr)  
[www.itab.asso.fr/reseaux/polebio.php](http://www.itab.asso.fr/reseaux/polebio.php)



Rédaction : Virginie GAUTHIER (ABioDoc) – mars 2011

Suivi du projet : Julie GRENIER (Pôle AB Massif Central), Sophie VALLEIX (ABioDoc), Rosalie GEIGER (SEDARB)

Relecture : Camille Buisnière (ABioDoc), Samuel Maignan (FRAB Champagne-Ardenne), Sophie Valleix (ABioDoc)

Edition 2011

Cahier technique édité et imprimé par ABioDoc  
**Centre National de Ressources en Agriculture Biologique**  
VetAgro Sup – Campus agronomique de Clermont  
89 avenue de l'Europe – BP 35 – 63 370 LEMPDES  
(France)  
Tél. : 04 73 98 13 99 - Fax : 04 73 98 13 98  
[abiodoc@educagri.fr](mailto:abiodoc@educagri.fr) / [www.abiodoc.com](http://www.abiodoc.com)



La viande biologique locale semble difficile à introduire en restauration collective. Du point de vue des collectivités, le problème majeur réside dans le surcoût à l'achat et dans les difficultés d'approvisionnement. Du côté des producteurs, le marché de la restauration collective apparaît instable, et, du fait des morceaux et des volumes demandés, il rend difficile le respect de l'équilibre matière. Par ailleurs, la restauration collective est un marché particulier qui a des attentes et des contraintes à respecter.

Face à cet enjeu, ABioDoc a réalisé un point sur les initiatives d'introduction de la viande biologique en France. Essentiellement bibliographique, ce travail a permis de comprendre les principaux freins à l'introduction de viande biologique en restauration collective et d'identifier les leviers mis en œuvre pour la réalisation d'expériences réussies.

Prix : Version papier : 15 € ; Version numérique : gratuit

