

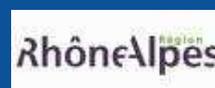
Développement des FILIÈRES BIOLOGIQUES du MASSIF CENTRAL pour répondre aux besoins de la RESTAURATION HORS DOMICILE (RHD)

Boîte à outils pour l'introduction de produits biologiques en Restauration Hors Domicile



Crédits photos : Aurélie Belleil, Emilie Duval, Itab, Sophie Valleix

Boîte à outils réalisée dans le cadre de la 3^{ème} 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, Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes, et l'Etat (FNADT) dans le cadre de la convention de Massif / Massif Central.



Premier ministre
Ministère de l'espace rural
et de l'aménagement du territoire



Une boîte à outils : pour quoi faire ?

Cette boîte à outils est destinée à tous ceux qui participent à l'introduction de produits bio en Restauration Hors Domicile ou qui souhaitent le faire.

Elle se décline en différentes fiches thématiques opérationnelles et concrètes qui vous donneront des clés, des outils, des résultats d'études, des témoignages et des contacts de personnes ressources et vous permettront ainsi d'accompagner au mieux l'introduction de produits bio en RHD sur votre territoire.

Les différents thèmes suivants sont abordés :

- l'approvisionnement de la restauration collective*
- la structuration des filières et la professionnalisation des producteurs bio vis-à-vis du débouché « Restauration collective »*
- l'accompagnement des cuisines et des établissements*
- le développement de produits transformés pour la RHD*
- la sensibilisation à l'agriculture biologique (tout public)*
- les leviers d'action politiques pour développer l'approvisionnement en produits bio de la RHD*
- l'évolution de l'introduction des produits biologiques dans la restauration collective sur le Massif Central de 2010 à 2012*
- l'empreinte écologique des repas et/ou produits bio.*

Ces différentes fiches se font écho les unes aux autres et ne sont pas vraiment dissociables : en effet, introduire des produits bio en RHD est un tout, il faut mener de front ces différentes actions pour que le développement de la bio en RHD s'inscrive dans la durée.

Cette boîte à outils a été réalisée par les acteurs du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile (RHD) » piloté par le Pôle AB Massif Central et financé par l'Etat (FNADT) et les Régions Auvergne, Bourgogne, Languedoc-Roussillon, Limousin, Midi-Pyrénées et Rhône-Alpes dans le cadre de la Convention de Massif/Massif Central de 2008 à 2013. Son objectif est de capitaliser les différents résultats de ce projet et de les diffuser à tout acteur intéressé par le sujet.

Présentation du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile (RHD) »

Résumé du projet :

Ce projet vise à développer les repas bio en restauration hors domicile (crèches, écoles, restaurants d'entreprises, hôpitaux, maisons de retraite...) **sur le Massif Central afin de garantir à tous (quel que soit le revenu de la personne) une alimentation saine et de qualité et de développer l'agriculture biologique pour préserver l'environnement.** Afin de travailler le plus efficacement possible, les acteurs bio (producteurs, plateformes de distribution, lycées agricoles) ont choisi de mutualiser leurs efforts et leurs compétences à l'échelle du Massif Central. Le Pôle AB Massif Central coordonne ainsi un important projet collectif (plus de 12 partenaires) depuis 2008. Ce projet s'articule en 5 axes de travail. Depuis son lancement, il a permis de développer l'introduction de produits bio en RHD et de professionnaliser cette action : amélioration de l'organisation collective des producteurs et transformateurs pour ce débouché, planification de l'offre, développement d'outils pour sensibiliser les élus, convives, gestionnaires ou cuisiniers...

1. Contexte

L'approvisionnement de la RHD en produits bio constitue un **enjeu fort** pour le développement de l'agriculture bio, la structuration de filières bio locales et ainsi pour :

- participer à la **préservation de l'environnement** (qualité de l'eau, de l'air, des sols...);
- offrir une **alimentation de qualité aux habitants quel que soit leur revenu et quel que soit le contexte** : zone rurale enclavée ou non (équité de service public);
- **relocaliser l'alimentation** des habitants d'un territoire et, ainsi, maintenir une activité économique (production et transformation) sur ce territoire.

L'approvisionnement de la restauration collective par des produits bio s'est fortement développé, notamment suite au Grenelle de l'Environnement et au plan Barnier. Ainsi, début 2012, 57 % des restaurants collectifs ont déclaré proposer des produits biologiques à leurs convives, soit plus d'un établissement sur deux, alors qu'ils n'étaient que 4 % avant 2006 (étude CSA/Agence Bio-2011).

Sur le Massif Central (6 régions, soit 22 départements), des actions de Restauration Hors Domicile (RHD) bio se sont progressivement mises en place, mais de façon différente d'un département ou d'une région à l'autre. Depuis 2005, un **réseau** actif s'est peu à peu structuré à l'échelle interrégionale pour assurer **une veille sur ce thème, mutualiser des informations et outils et avoir des temps de partage d'expériences.** En mai 2007, lors des commissions organisées par le Pôle AB

Massif Central pour identifier les besoins en termes de Recherche et Développement pour 2007-2013, quatre thèmes prioritaires ont été mis en évidence, dont l'un sur l'accompagnement du développement de la restauration hors domicile biologique. La nécessité de maintenir un réseau d'échanges, de **renforcer la mutualisation** et de mettre en place des **réflexions et actions fédératrices** sur ce secteur pour des questions transversales a été confirmée. Il a semblé particulièrement important de **relever le défi de l'approvisionnement en produits biologiques** pour la restauration collective en privilégiant le développement des **filières agroalimentaires locales**, présentes sur le Massif Central et dont les activités restent à consolider.

Ainsi, un important projet collectif s'est mis en place de 2008 à 2013 autour du « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la RHD ». Différents partenaires locaux se sont mobilisés pour cette action : des groupements de producteurs bio (SEDARB, ARDAB, APABA, AgriBioArdèche, GABLIM, Bio 82 et LotABné), des interprofessions (Auvergne Biologique, Inter Bio Limousin, Sud et Bio), des plateformes de distribution (Auvergne Bio Distribution, Manger Bio Limousin, Bio A Pro), des lycées agricoles ou établissements d'enseignement supérieur (EPL de Limoges, ISARA, Lycée de Naves) et le centre national de ressources en AB (ABioDoc). Le Pôle AB Massif Central assure la coordination technique et administrative de ce projet.

2. Objectifs principaux du projet

Ce projet a pour objectif de **relever le défi de l'approvisionnement en produits biologiques pour la Restauration Hors Domicile (RHD) sur le Massif Central**. Il vise à la fois à développer la production locale de produits bio à l'échelle du Massif Central pour répondre aux besoins de la RHD, à contribuer à l'organisation de cette filière RHD, et à amplifier l'introduction de produits bio en RHD.

Pour répondre à ces objectifs, le projet se décline en cinq thèmes d'actions réalisées par les différents partenaires :

- développer et accompagner la production (offre) pour la RHD bio ;
- contribuer à l'organisation de la filière RHD bio ;
- répondre aux besoins et exigences qualitatives de la RHD bio ;
- développer les outils pédagogiques et la communication ;
- créer un observatoire sur la RHD bio : tableau de bord et de suivi.

3. Détail des actions prévues par l'ensemble des partenaires

L'ensemble des partenaires de ce projet agissent pour :

- développer la production et les filières bio locales afin que les repas soient composés de produits bio locaux ;
- mettre en adéquation l'offre de produits bio et la demande des restaurants de façon professionnelle (par exemple, mise en place de plateforme pour centraliser les commandes et distribuer les produits, planification des commandes pour correspondre à l'offre...) ;
- sensibiliser et accompagner des acteurs clés pour toucher de plus en plus de restaurants ;
- sensibiliser les convives à l'AB pour les amener à une réflexion sur leur alimentation.

Ce projet a un effet levier car il permet la mutualisation d'outils et d'expériences pour les différents partenaires : le collectif avance ainsi plus vite et mieux.

4. Acteurs touchés par ce projet

Ce projet touche différents acteurs : les acteurs de la production et des filières bio (producteurs, transformateurs...), les acteurs de la mise en place des repas bio (élus, gestionnaires, cuisiniers, plateformes de distribution...) et les convives (scolaires, étudiants, adultes...).

5. Apports du projet depuis son démarrage

Depuis 2008, le projet a permis de renforcer le développement de l'introduction de produits bio en RHD et de professionnaliser cette action : augmentation du nombre de repas bio, amélioration de l'organisation collective des producteurs et des transformateurs, accompagnement pour la mise en place de plateformes de distribution, planification des commandes de la RHD pour correspondre à l'offre, adaptation aux contraintes sanitaires et logistiques de la RHD, développement d'outils diversifiés pour sensibiliser les élus, convives, gestionnaires ou cuisiniers...

Julie GRENIER, chargée de projets au Pôle Agriculture Biologique Massif Central

Boîte à outils pour l'introduction de produits biologiques en RHD

Fiche 1 : L'approvisionnement de la restauration collective



Fiche 2 : La structuration des filières et la professionnalisation des producteurs bio vis-à-vis du débouché « Restauration collective »

Fiche 3 : La sensibilisation et l'accompagnement des cuisines et des établissements



Fiche 4 : Le développement de produits transformés pour la restauration collective

Fiche 5 : La sensibilisation des convives



Fiche 6 : Les leviers d'action politiques pour développer l'approvisionnement en produits biologiques de la restauration collective

Fiche 7 : L'introduction de produits biologiques dans la restauration collective sur le Massif Central : évolution de 2010 à 2012



Fiche 8 : L'empreinte environnementale de l'approvisionnement en restauration collective



L'approvisionnement de la restauration collective

- ✓ Mobiliser les fournisseurs
- ✓ Favoriser l'interconnaissance entre fournisseurs et établissements de restauration collective
- ✓ Organiser les livraisons

FICHE THEMATIQUE N° 1 : L'APPROVISIONNEMENT DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

Types d'action : étude, création d'outils, expériences.

Mots clefs : fournisseurs bio, logistique, planification, implication.

Résultats produits dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile » (2008-13), financé par l'Etat (FNADT), les Conseils Régionaux Auvergne, Limousin, Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées dans le cadre de la Convention de Massif/Massif Central.

Dans les témoignages de nombreuses expériences d'introduction de produits bio en restauration collective réussies, la méthode et la concertation sont des éléments déterminants. De la mobilisation des producteurs d'un territoire à la mise en place des rouages logistiques de l'approvisionnement, il faut du temps, des outils, mais surtout ne pas négliger le lien humain et les dynamiques qui se font et se défont entre les différents acteurs. Nous restituons dans la présente fiche quelques repères méthodologiques et les principaux résultats d'actions et d'expérimentations menées aux étapes clés de différentes démarches d'approvisionnement bio et locales.

1. MOBILISER LES FOURNISSEURS

La mobilisation des fournisseurs est fondamentale mais encore timide sur certains secteurs. Malgré les encouragements politiques et les dynamiques territoriales, beaucoup de producteurs hésitent encore à se positionner sur ce marché. La réorientation de tout ou partie des débouchés de l'exploitation vers un circuit de proximité géographique peut impliquer une posture et des prises de position qui vont bien au-delà du simple changement de clientèle.

En travaillant sur l'identification et la compréhension des représentations des producteurs sur le débouché de la restauration collective, ainsi que sur l'identification des compétences nécessaires au positionnement de l'agriculteur sur ce marché, il est possible de repérer des leviers de mobilisation.

Par ailleurs, l'appui à la professionnalisation des producteurs pour qu'ils deviennent fournisseurs de la restauration collective peut se mener de manière complémentaire aux actions plutôt destinées aux restaurants ou aux convives.

1.1. Développer la production

Même si la production bio peut être élevée et diversifiée dans certaines zones géographiques, comme en Ardèche avec plus de 500 fermes en AB, les productions ne sont pas toujours adaptées aux besoins de la restauration collective (nature, volumes, conditionnement...). Par ailleurs, en Ardèche, l'orientation des agriculteurs vers ce débouché reste encore assez faible, les producteurs « historiques » s'étant parfois positionnés sur des créneaux plus directs (marchés, magasins de producteurs...).

Aujourd'hui, dans un contexte d'engorgement des débouchés sur ces circuits, l'émergence de la restauration collective comme circuit de commercialisation complémentaire peut paraître intéressante. Cela suppose pour les structures de développement de sensibiliser et d'accompagner les porteurs de projet sur des thématiques ciblées pour répondre aux spécificités de ce marché.

Pour aller plus loin :

Contact : Elodie LE GAL - Agri Bio Ardèche

4 avenue de l'Europe Unie - BP 421

07004 PRIVAS Cedex

Tél. : 04 75 64 82 96

Fax : 04 75 20 28 05

Courriel : legal.agribioardeche@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/agri-bio-ardeche

Outils : Des fiches techniques pour accompagner les maraîchers

Des fiches techniques sur la production de légumes ont été réalisées par l'APABA et la FRAB Midi-Pyrénées (Fédération Régionale des Agriculteurs Biologiques). Elles sont au nombre de quatre :

- La carotte ;
- Le poireau ;
- La pomme de terre ;
- La tomate.



Crédit Photos : ITAB

Essentiellement axées sur la partie production et non pas sur la commercialisation, ces fiches présentent les exigences pédoclimatiques de ces espèces, leur place dans la rotation, leur calendrier de production, les variétés préconisées, les points clés de l'itinéraire technique (semis ou plantation, irrigation, gestion des ravageurs...), ainsi que quelques éléments sur la récolte et la conservation.

Pour aller plus loin :

Contact : Lionel LABIT et/ou Sarah DELECOURT – APABA

Carrefour de l'agriculture

12026 RODEZ Cedex 9

Tél. / fax : 05 65 68 11 52

Courriel : restoco@aveyron-bio.fr

Site : www.aveyron-bio.fr

1.2. Sensibiliser et accompagner les candidats à l'installation pour qu'ils envisagent le débouché de la RHF dans leur projet

Lors du montage et du calibrage d'un projet d'installation, il apparaît tout à fait pertinent de sensibiliser et d'encourager les porteurs de projet à envisager l'approvisionnement de la restauration collective comme possible débouché. Malgré l'absence de références technico-économiques précises sur les coûts de production et de livraison notamment, il est apparu possible pour les producteurs en cours d'installation d'élargir le champ de leurs possibilités de commercialisation à ce moment de la concrétisation de leur projet. Leur implication et leurs aptitudes ultérieures à s'adapter à ce marché en seront d'autant plus renforcées.

Outil : Autodiagnostic : compréhension des facteurs déclenchant le positionnement du producteur en tant que fournisseur de la restauration collective

C'est un outil simple permettant au producteur de s'interroger sur sa connaissance de ce marché, de mesurer ses motivations et d'identifier, de son point de vue, les atouts et les limites de ce nouveau débouché pour son exploitation. Cette grille aborde entre autres : les conditions de réussite et d'échec perçues par le producteur, un questionnement sur la stratégie d'exploitation, la capacité structurelle de l'exploitation, l'organisation et le temps de travail inhérent à ce marché, sa volonté et sa capacité d'engagement et de contractualisation, une réflexion sur : « travailler seul ou s'organiser collectivement ».

Ce diagnostic peut être considéré comme un outil d'aide à la décision pour le producteur, en préalable à une seconde étape de positionnement. L'analyse de l'autodiagnostic devrait permettre de répondre à la question suivante : « A partir de mes motivations, en mettant en balance les atouts que j'identifie sur ce marché et les freins que je perçois, suis-je prêt à aller vers le débouché de la restauration collective ? ».

Au-delà de l'aspect « aide à la décision », cette grille peut certainement être aussi utilisée comme un outil de mobilisation des producteurs. Elle peut être proposée lors de formations, éventuellement dans le cadre du dispositif PPP (Plan de Professionnalisation Personnalisé), voir au niveau du Point Accueil Installation.

Outil : Grille d'auto-positionnement : évaluation des compétences personnelles et professionnelles

Cet outil constitue une seconde étape dans le positionnement du producteur. La grille d'auto-positionnement lui permettra de s'interroger sur les compétences nécessaires au positionnement sur ce marché nouveau pour l'exploitation, celles qu'il possède déjà, et ses besoins.

Pour aller plus loin :

Contact : Elodie LE GAL - Agri Bio Ardèche

4 avenue de l'Europe Unie - BP 421

07004 PRIVAS Cedex

Tél. : 04 75 64 82 96

Fax : 04 75 20 28 05

Courriel : legal.agribioardeche@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/agri-bio-ardeche

Pour aller plus loin :

Références bibliographiques :

- Chambre d'Agriculture de l'Ardèche, Agri Bio Ardèche, CIVAM Ardèche. *Mieux connaître, mobiliser et accompagner les agriculteurs vers le débouché de la restauration collective.* Etude d'ingénierie. Janvier 2011-mars 2012.
- MARTIN S. *L'approvisionnement de la restauration collective en Ardèche. Structuration des producteurs bio ardéchois pour approvisionner la restauration collective en produits bio et locaux,* Agri Bio Ardèche, 2012.

1.3. Professionnaliser les producteurs

Le développement de l'accueil du public sur les exploitations agricoles répond à deux préoccupations :

- les enfants et les adultes, issus pour la plupart des villes mais aussi du monde rural, sont de plus en plus coupés des réalités du monde agricole et de l'environnement naturel. Nombreux sont ceux qui méconnaissent l'univers de la ferme ;
- face aux enjeux alimentaires et aux enjeux de préservation des ressources naturelles, les populations ressentent le besoin de renouer avec leur environnement proche et de comprendre d'où viennent leurs aliments, comment et par qui ils sont produit.



Crédit photo : Emilie DUVAL

Cependant, créer une ferme pédagogique ou développer l'accueil éducatif à la ferme ne s'improvise pas et les exploitants volontaires se sentent souvent démunis face à leur public. Les structures de développement de la bio peuvent alors apporter leur expertise.

L'interprofession Auvergne Biologique, de par ses missions de développement de la restauration collective bio et de promotion de l'agriculture biologique, accompagne sur le volet pédagogique les établissements et les institutions souhaitant mettre en place des repas bio. A ce titre, en complément d'interventions pédagogiques auprès du public en salle, il apparaît indispensable de proposer des visites de fermes bio et des rencontres avec des exploitants bio. De plus en plus de scolaires sont à la demande de visites de fermes en lien avec les repas bio mis en place dans les établissements scolaires. C'est pourquoi, il est important de créer un réseau de fermes pouvant accueillir des classes en visites, avec des producteurs formés à l'accueil du public.

Plusieurs formations de 5 jours, destinés aux agriculteurs, ont été réalisées par Auvergne Biologique en 2011 et 2012 avec les objectifs suivants :

- créer un réseau de fermes bio pouvant accueillir des scolaires ;
- faire comprendre ce qu'est une ferme pédagogique et conforter les raisons et les potentialités d'un tel projet ;
- professionnaliser les agriculteurs à l'accueil de publics scolaires ;

- clarifier les notions nécessaires à la mise en œuvre de l'accueil sur les plans pédagogiques, législatifs et économiques ;
- s'approprier une méthodologie de projet permettant de construire son idée, étape par étape ;
- connaître les différents publics, leurs particularités et leurs attentes ;
- connaître les ressources nécessaires pour mettre en place ses activités de découverte ;
- créer des outils pédagogiques spécifiques aux visites de ferme ;
- savoir organiser une animation sur sa ferme (organisation, logistique, activités, le matériel, relations avec les visiteurs...);
- savoir communiquer et s'appuyer sur les réseaux éducatifs.



Crédit photo : Emilie Duval

Cette formation a donc pour objet de guider ceux qui souhaitent accueillir sur leur ferme, transmettre des outils pratiques de décision et de mise en œuvre et amorcer leur projet vers l'accueil de public à la ferme.

L'intervenant principal a été Thierry DALBAVIE, formateur en éducation à l'environnement du CPIE Clermont Dômes. Josiane BETTON, formatrice dans l'économie rurale, est intervenue quant à elle sur les aspects législatifs, réglementaires et fiscaux de l'accueil à la ferme (une demi-journée).

La formation s'est par ailleurs appuyée sur des témoignages d'expériences, des mises en situation et sur des temps de construction personnelle pour l'avancée de chaque projet, pour que chaque stagiaire reparte avec une ébauche de visite opérationnelle.

Pour aller plus loin :

Contact : Auvergne Biologique

9 Allée Pierre de Fermat

63170 AUBIERE

Tél. : 04 73 28 78 34

Courriel : contact@auvergnebio.fr

Site : www.auvergnebio.fr

D'autres actions peuvent être organisées :

Des journées techniques ou des formations peuvent être organisées sur des productions ou des thématiques ayant un intérêt pour la restauration hors domicile (démonstration de matériel en légumes de plein champ, stockage des légumes...).

Présentation d'un outil auto-construit pour travailler des légumes de plein champ en planches permanentes par un maraîcher bio récemment installé et impliqué dans une plateforme associative qui livre des restaurants scolaires.



Crédit photo : AgriBioArdèche

2. FAVORISER L'INTERCONNAISSANCE ENTRE FOURNISSEURS ET ETABLISSEMENTS DE RESTAURATION COLLECTIVE

D'avantage que dans d'autres systèmes de commercialisation, la connaissance des contraintes de fonctionnement et des composantes du métier de l'autre apparaît comme la pierre angulaire de la future relation client / fournisseur.

Figure n°1 : Illustrations réalisées dans le cadre de l'exposition
« Les idées reçues de la bio »

(Voir Fiche thématique n°5 de cette boîte à outils : Argumenter et sensibiliser)



Dessins réalisés par Bénédicte Moret de l'atelier Bloutouf pour l'exposition « Les idées reçues de la bio ».

Témoignages: La connaissance de la restauration collective, des acteurs, des mécanismes et des opportunités

Les producteurs font volontiers état de leur relative méconnaissance des acteurs de la restauration collective et de leur fonctionnement : « *Je ne connais plus les cuisiniers* », « *on ne connaît pas leurs demandes* », « *certains cuisiniers ne veulent plus qu'ouvrir des boîtes* ».

Ceux qui ont l'habitude des circuits longs de distribution s'interrogent sur l'attente de l'utilisateur du produit final et du consommateur : « *il faut des fruits gros, tous bons, homogènes, et il faut livrer !* », « *les enfants veulent des fruits sans tâche* ». Ils sont plutôt en attente : « *il faut attendre de savoir ce que veulent exactement les établissements* », voire sceptiques sur la demande : « *je connais des agriculteurs qui ont livré il y a 10 ans, ensuite, les cuisiniers ont préféré acheter des légumes déjà préparés* ».

Par essence, les producteurs en circuit courts identifient mieux les attentes du consommateur final, et observent la relative fragilité de cette relation commerciale, souvent basée sur des relations interpersonnelles entre un cuisinier, un gestionnaire ou un intendant et le producteur : « *cela dépend du cuisinier, s'il change, tout change* », « *il faut s'adapter à la demande, c'est ce qui crée la confiance* ». Ils sont conscients de l'attente suscitée : « *il faut avoir du fruit toute une saison, échelonner les récoltes, avoir plusieurs variétés, être équipé pour livrer* », « *il faut des fruits mûrs et tous pareil !* ».

S'agissant des besoins, le producteur se positionne souvent en « offreur » : « *je les contacte dès que j'ai des produits disponibles, et ils me prennent généralement ce que j'ai* », « *c'est généralement moi qui leur propose* ».

La simplicité de l'échange commercial et la relative souplesse dans l'échange avec les acheteurs sont des atouts indéniables pour les producteurs qui ont déjà expérimenté ce débouché.

Si la méconnaissance des logiques de la restauration collective est évidente chez les producteurs, l'inverse, côté représentants des établissements, est également clairement perceptible. La déconnexion des achats de denrées alimentaires de la production locale a de toute évidence éloigné ces deux univers qui évoluaient jusqu'à un passé récent dans l'ignorance des préoccupations de l'autre. Il serait donc utile de prévoir, soit dans la phase de mobilisation des producteurs et de sensibilisation des représentants d'établissements, soit dans le cadre d'une formation s'adressant aux deux types de publics, des séquences consacrées à la connaissance du métier de l'autre.

Informations issues d'entretiens individuels réalisés dans le cadre de l'étude d'ingénierie « *Mieux connaître, mobiliser et accompagner les agriculteurs vers le débouché de la restauration collective* », réalisée par la Chambre d'Agriculture de l'Ardèche, Agri Bio Ardèche et le CIVAM Ardèche entre janvier 2011 et mars 2012.

Pour aller plus loin :

Contact: Elodie LE GAL - Agri Bio Ardèche

4 avenue de l'Europe Unie - BP 421

07004 PRIVAS Cedex

Tél. : 04 75 64 82 96

Fax : 04 75 20 28 05

Courriel : legal.agribioardeche@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/agri-bio-ardeche

2.1. Recenser les produits pour la restauration collective de l'Aveyron

Après plusieurs années de travail avec les producteurs biologiques d'Aveyron sur l'approvisionnement de la restauration collective, il a été décidé de recenser et de regrouper l'offre disponible dans un catalogue à destination des différents établissements. Le travail sur la rédaction du catalogue a été un processus qui a permis en quelque sorte de structurer l'offre disponible en Aveyron. Il a également permis aux producteurs de s'organiser entre eux, en définissant les produits disponibles mais aussi leur prix. Afin d'organiser au mieux l'offre sur le territoire du département, neuf secteurs géographiques ont été définis. Les producteurs y ont été répertoriés et un catalogue par secteur a été édité.

L'APABA, l'Association pour la Promotion de l'Agriculture Biologique en Aveyron, a été désignée comme interlocuteur unique. Choisi pour sa bonne connaissance des producteurs bio du département, il permet de faciliter les relations producteurs-établissements. L'APABA est chargée de prendre les commandes et de trouver le(s) producteur(s) le(s) plus en mesure d'y répondre. La livraison et la facturation sont ensuite assurées par le(s) producteur(s) eux-mêmes.

Le catalogue présente dans un premier temps les avantages de l'agriculture biologique et de l'introduction des produits biologiques en restauration collective et, dans un second temps, la diversité des produits sur un territoire (viandes, produits laitiers, légumes, pain...) ainsi que leur coût. Ce catalogue permet donc de mettre en avant la disponibilité de produits biologiques pour la restauration collective sur le département, et constitue un bon outil de présentation de l'offre lors de première(s) prise(s) de contact avec les établissements intéressés. Il est régulièrement mis à jour suivant la volonté de nouveaux producteurs d'y être associés et l'évolution des produits disponibles.

Figure n°2 : La répartition des producteurs et des artisans biologiques en Aveyron

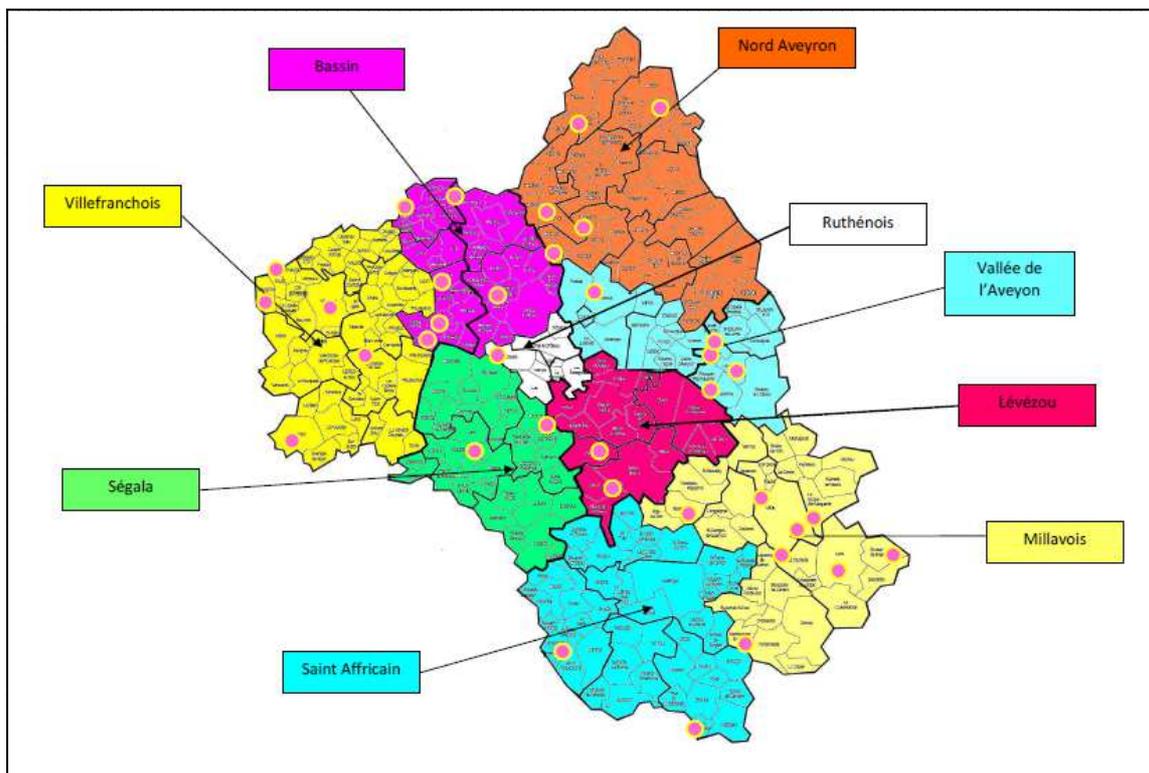


Figure n°3 : Extraits du « Catalogue des produits Bio de l'Aveyron disponibles pour la restauration collective pour le secteur Bassin », Septembre - décembre 2013.

Produits disponibles viandes, volailles et poissons							
Référence	Designation article	Fournisseurs	Unité	quantité mini à commander	conditionnement	Prix* HT/ Unité	DLC/ DLUO
Viande de Jeunes Bovins							
JB-01	sauté (40 à 50g)	Eleveurs	kg	-	sous vide - 3 kg	12,00 €	12j
JB-02	escalopes (120 g)	Eleveurs	kg	-	sous vide - 3 kg	15,00 €	12j
JB-03	rôti (2kg)	Eleveurs	kg	-	sous vide - 3 kg	15,00 €	12j
JB-04	saucisse	Eleveurs	kg	-	sous vide - 3 kg	12,50 €	10j
JB-05	sauté + escalopes + saucisse (répartis en 3 commandes)	Eleveurs	kg	-	sous vide - 3 kg	12,50 €	10j
Viande de bœuf							
VB-03	bœuf bourguignon + rôti (répartis en 2 commandes)	Eleveurs	kg	-	sous vide - 3 kg	12,40 €	10j

Pour aller plus loin :

Contact : Lionel LABIT et/ou Sarah DELECOURT - APABA

Carrefour de l'agriculture

12026 RODEZ Cedex 9

Tél. / fax : 05 65 68 11 52

Courriel : restoco@aveyron-bio.fr

Site : www.aveyron-bio.fr

2.2. Créer du lien entre fournisseurs et restaurateurs à l'échelle d'un territoire

Afin d'encourager les relations agriculteurs - restaurateurs pour une meilleure valorisation des produits bio et locaux dans la restauration traditionnelle, Agri Bio Ardèche a organisé deux repas conviviaux de rencontres sur le territoire du pays VALDAC (Valence Drôme Ardèche Centre).

Partant du constat que les freins, du côté des restaurateurs, sont liés notamment aux conditions de simplicité de fourniture et de sécurité face aux risques de rupture, le prix n'étant bien souvent pas le problème principal, et que c'est surtout une forme de méconnaissance qui limite l'approvisionnement local (méconnaissance que les restaurateurs ont des possibilités qu'ils ont de s'approvisionner directement auprès des producteurs et des contraintes de ces derniers, mais aussi méconnaissance pour nombre d'agriculteurs du débouché que constitue la restauration), Agri Bio Ardèche a choisi de travailler à favoriser une meilleure interconnaissance entre producteurs et restaurateurs, de manière à faciliter le développement de l'approvisionnement local, notamment bio, en restauration traditionnelle.

Afin de favoriser cette interconnaissance entre producteurs et restaurateurs, une forme conviviale de rencontre qui permette aux uns et aux autres d'expérimenter une relation, et qui leur donne envie de la poursuivre, a été proposé, en faisant le pari qu'un repas partagé bio et local serait la bonne formule. En proposant une rencontre gourmande et conviviale, le souhait d'Agri Bio Ardèche était d'attirer un public nombreux et de créer une ambiance propice à des échanges suffisamment approfondis pour donner envie aux participants de maintenir des liens entre eux et de les concrétiser par la mise en place de relations commerciales régulières.

Cette formule permettait aussi de faire expérimenter à des restaurateurs la confection de repas avec des produits bio et locaux et de leur faire partager ces expériences avec d'autres professionnels.

Deux rendez-vous ont été proposés, l'un en décembre 2012, l'autre en mars 2013. Le premier restaurant accueillant la rencontre a été choisi par les chargées de mission de la Fédération CIVAM et Agri Bio Ardèche sur la base de leur connaissance du terrain. Le second restaurant s'est porté volontaire à l'issue de la première rencontre.

Le déroulement des deux rencontres

La première rencontre a eu lieu au restaurant « Châtaignes et Champignons » à Chalenceon le 3 décembre 2012.

▪ **Première rencontre :**

48 convives se sont déplacés pour ce repas qui affichait complet.

À l'issue du repas, le restaurateur a présenté en détail la confection de ce repas, bio et local à 96% : le temps qu'il y a consacré, le coût que cela a représenté, les difficultés rencontrées, les avantages qu'il perçoit, la manière dont il a mis en avant cette démarche auprès des clients.

Ce retour d'expérience a permis d'alimenter un débat et une réflexion entre les participants, notamment sur les difficultés logistiques de cet approvisionnement, et le manque de visibilité pour les restaurateurs sur les producteurs à proximité de chez eux.

Les participants ont finalement exprimé leur satisfaction à s'être rencontré, avoir échangé et initié des liens utiles pour la suite. Une deuxième rencontre s'imposait donc.

▪ **Seconde rencontre :**

La seconde rencontre s'est déroulée le 18 mars 2013 au restaurant « Les Marronniers » à Saint-Sauveur-de-Montagut. Les propriétaires, ont accepté de relever ce qui pour eux reste un défi, la part des produits locaux dans leurs menus étant habituellement limitée à 50%.

35 personnes étaient présentes pour cette rencontre, dont vingt-deux producteurs et onze restaurateurs. L'accueil était organisé autour d'un « apéro découverte » : chaque producteur avait apporté ses produits et les faisait déguster aux restaurateurs.

Le repas servi était confectionné à partir des produits de huit producteurs bio situés à moins de 10 km du restaurant. Les convives étaient placés à table selon leur origine géographique, de façon à favoriser des échanges pouvant déboucher sur des relations concrètes et suivies.

Au cours de l'entrée, les membres d'une même table étaient invités à se présenter et échanger librement. Au service du plat, une question concrète était posée aux convives et un rapporteur par table désigné : « que faire ensemble, restaurateurs et producteurs, pour augmenter la part de produits bio et locaux dans les restaurants sur le territoire ? ». Pour le dessert, les convives changeaient de table, le placement devenait libre. Au café, le débat était mené en plénière. Les restaurateurs pouvaient restituer leur expérience de ce repas et les échanges étaient tournés vers les pistes concrètes pour l'avenir.

Les producteurs qui ont fourni les ingrédients étaient présents et ont pu témoigner de leur plaisir de voir ainsi leur travail valorisé, plaisir partagé par les restaurateurs.

Les enseignements généraux

Ces rencontres ont su réunir un public nombreux, à parité hommes et femmes, et les échanges ont été nourris, confirmant que le besoin de lien entre les restaurateurs et les producteurs est bien réel.

Ce besoin a d'ailleurs été réaffirmé au cours de ces rencontres, les participants ont fait part de leur satisfaction à se rencontrer ainsi et de leur souhait que d'autres rencontres puissent avoir lieu à nouveau. Ces premiers contacts de mise en lien sont généralement un préalable utile pour faciliter les relations par la suite, communiquer par téléphone et être en mesure d'envisager les contraintes de chacun. Parmi les pistes d'actions proposées par les participants, celles répondant à ce besoin de rencontre et d'interconnaissance sont d'ailleurs nombreuses :

- communiquer aux restaurateurs une liste des producteurs par secteur. De tels outils existent déjà, mais sont disparates et incomplets, chaque réseau développant ses propres outils, (et même s'ils existent, cela ne permet pas de se connaître, comme le prouve le succès des repas) ;
- inviter les producteurs à démarcher les restaurateurs, à les contacter régulièrement ;
- renouveler les rencontres entre producteurs et restaurateurs, incluant des présentations des fermes et des dégustations de produits.

D'autres pistes d'actions proposées par les participants relèvent plus de l'organisation pour faciliter l'accès des restaurateurs aux produits :

- favoriser l'émergence de réseaux très locaux, par vallées, avec lieu d'échanges ou des livraisons ou une connexion entre producteurs et restaurateurs pour mutualiser les trajets ;
- encourager le co-voiturage de produits ;
- organiser des lieux ou des temps festifs de distribution des produits...

Les magasins de producteurs pourraient être un point d'appui pour ce type d'initiative.

Outre ces pistes d'actions pratiques, ces rencontres ont permis de renforcer le partenariat, de créer des habitudes de travail et de partage d'informations entre la Fédération CIVAM et Agri Bio Ardèche. Non seulement la richesse des idées échangées et l'efficacité des méthodes s'en trouve accrue ponctuellement sur ce projet, mais aussi, en favorisant l'interconnaissance entre ces deux réseaux, l'émergence de nouveaux projets et la visibilité de ce type de démarche sont facilitées.

Par ailleurs, d'autres acteurs du secteur ont été associés à ces démarches, en étant informés de l'action et en étant invités aux différentes rencontres, notamment le Centre de Développement agroalimentaire. Parmi les autres effets annexes, l'action a aussi fait « déclic » pour les propriétaires du restaurant Châtaignes et Champignons, qui ont demandé leur certification « Goutez l'Ardèche », afin de mieux valoriser l'utilisation qu'ils font des produits locaux dans leur cuisine.

Et la suite ?

Trois orientations paraissent utiles :

- renouveler ces rencontres entre producteurs et restaurateurs, sous la même forme, puisqu'elle fonctionne bien, afin de toucher davantage de producteurs et de restaurateurs sur le territoire ;

- organiser ce même type de rencontres sur d'autres territoires que l'Ardèche ;
- approfondir certaines pistes évoquées lors de ces rencontres, en particulier autour de la distribution des produits.

Pour aller plus loin :

Contact : Elodie LE GAL - Agri Bio Ardèche

4 avenue de l'Europe Unie - BP 421

07004 PRIVAS Cedex

Tél. : 04 75 64 82 96

Fax : 04 75 20 28 05

Courriel : legal.agribioardeche@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/agri-bio-ardeche

3. ORGANISER LES LIVRAISONS

3.1. Organiser les producteurs sur de petits territoires

Alors qu'on assiste, en France, depuis les années 2000 à un mouvement de développement des structures collectives d'approvisionnement, ce type d'organisation ne s'est pas développé en Ardèche pour des raisons diverses (absence de producteurs intéressés, contraintes topographiques et de circulation). Des dynamiques individuelles par bassin de territoires se sont plus facilement mises en place et caractérisent aujourd'hui le système d'approvisionnement en produits bio locaux dans la restauration collective. Ce système d'approvisionnement, basé sur des dynamiques individuelles de la part des producteurs et/ou des établissements concerne soit des agriculteurs qui vont approvisionner un restaurant scolaire avec leurs propres produits et à leur propre tarification, soit des gestionnaires ou cuisiniers intéressés qui vont faire toutes les démarches nécessaires pour s'approvisionner en bio et local.



Crédit Photo : Aurélie Belleil

Témoignage : L'exemple de la cuisine centrale municipale d'Aubenas

Avec plus de 80 % d'approvisionnement bio, la cuisine centrale d'Aubenas fait figure d'exemple dans la restauration scolaire. Aujourd'hui, les cuisinières, les élus, les parents d'élèves et les enfants des établissements approvisionnés par la cuisine sont pleinement convaincus de cette démarche. Cette belle expérience s'est construite pas à pas grâce à la motivation de Ghislaine DELUBAC, diététicienne et gestionnaire de la cuisine centrale d'Aubenas qui a commencé à proposer des produits bio dès 1998.

En l'absence de plateforme d'approvisionnement en produits bio locaux, une démarche intéressante s'est initiée. Largement basée sur l'implication et la motivation de la gestionnaire et de quelques producteurs, la démarche a permis de mettre au point une méthodologie facilitant les partenariats avec les producteurs bio locaux et une planification des besoins en produits frais. Une première réunion avec les producteurs du secteur est organisée afin d'exposer aux maraîchers notamment les contraintes et les difficultés rencontrées en travaillant avec eux (difficulté pour les contacter, erreurs de facturation, prise des commandes...). De leur côté, les producteurs regrettent que les volumes soient si faibles. A l'automne, une rencontre entre tous les gestionnaires du territoire et les producteurs du secteur permet d'aboutir à des prises d'engagements mutuels : les gestionnaires font état de leurs besoins chiffrés sur l'année, les producteurs se positionnent à deux ou trois sur des catégories de légumes qui leur semblent favorables. Une réunion annuelle en novembre permet de faire le point.

Dans le cadre d'un changement d'équipe, ce fonctionnement, largement basé sur la motivation de la gestionnaire a atteint ses limites et ne fonctionne aujourd'hui plus très bien.

De même, en l'absence de suivi soutenu, la plupart des producteurs ont renoncé à ce débouché.

Ainsi, si les outils mis en place ont prouvé leur efficacité (tableau des besoins consolidés à une échelle territoriale par tous les acteurs de la restauration collective, organisation souple des producteurs entre eux), en l'absence d'une organisation formelle, les quantités de produits bio introduites ont un peu diminué.

Pour aller plus loin :

Contact : Elodie LE GAL - Agri Bio Ardèche

4 avenue de l'Europe Unie - BP 421

07004 PRIVAS Cedex

Tél. : 04 75 64 82 96

Fax : 04 75 20 28 05

Courriel : legal.agribioardeche@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/agri-bio-ardeche

Zoom bibliographique

Introduction de viande biologique en restauration collective : Décodage de la filière, à partir de retours d'initiatives nationales

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. A travers des initiatives mises en place sur le terrain, des réponses sont présentées pour : - limiter le surcoût ; - garantir l'approvisionnement ; - créer/utiliser les opérateurs locaux de la filière ; - adapter sa procédure d'achat via les appels d'offre ; - accompagner les initiatives locales.

Auteur : Virginie GAUTHIER

2011

28 pages

Prix : 12 € (format pdf) / 15 € (format papier)

Contact : **ABioDoc**

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont

89 avenue de l'Europe - BP 35

63370 LEMPDES

Tél. : 04 73 98 13 99

Fax : 04 73 98 13 98

Courriel : abiodoc@educagri.fr

Site : www.abiodoc.com





La structuration des filières et la professionnalisation des producteurs bio vis-à-vis du débouché « Restauration collective »

- ✓ Informer sur les contraintes sanitaires liées au débouché « Restauration collective »
- ✓ Adapter la qualité des produits à la demande de la restauration collective
- ✓ Planifier la production pour répondre à la demande de la restauration collective
- ✓ Construire des prix rémunérateurs adaptés à la restauration collective
- ✓ Structurer les filières locales

FICHE THEMATIQUE N°2 : LA STRUCTURATION DES FILIERES ET LA PROFESSIONNALISATION DES PRODUCTEURS BIO VIS-A-VIS DU DEBOUCHE "RESTAURATION COLLECTIVE"

Types d'action : une étude, deux outils, cinq expériences.

Mots clefs : aspects sanitaires, qualité des produits, planification, structuration des filières, prix rémunérateurs.

Résultats produits dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile » (2008-13), financé par l'Etat (FNADT), les Conseils Régionaux Auvergne, Limousin, Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées dans le cadre de la Convention de Massif/Massif Central.

Les restaurants collectifs sont de plus en plus nombreux à vouloir s'approvisionner en direct auprès de producteurs bio. De même, ces derniers souhaitent se tourner vers ce débouché pour commercialiser leurs produits. Toutefois, ces deux mondes se connaissent mal et considèrent souvent le fonctionnement et les exigences de l'autre comme contraignants.

De nombreuses initiatives ont été mises en place dans les associations de développement de l'agriculture biologique afin de professionnaliser les producteurs vis-à-vis de ce débouché et de structurer les filières d'approvisionnement. Cette fiche restitue ainsi quelques exemples qui méritent d'être suivis afin de continuer à développer une restauration collective bio et locale.

1. INFORMER SUR LES CONTRAINTES SANITAIRES LIEES AU DEBOUCHE « RESTAURATION COLLECTIVE »

Du fait de la manipulation de denrées alimentaires, les collectivités doivent mettre en place un Plan de Maîtrise Sanitaire qui décrit les mesures prises par l'établissement pour assurer l'hygiène et la sécurité de ses productions vis-à-vis des dangers biologiques, physiques ou chimiques. Les fournisseurs doivent donc se soumettre aux exigences sanitaires concernant le transport, le conditionnement, les livraisons ou encore l'étiquetage de leurs produits. Ces exigences ne sont pas toujours claires et il est souhaitable que les producteurs les connaissent

davantage. Que doivent-ils mettre en place afin de proposer des produits alimentaires qui répondent aux exigences de la restauration collective ?



Synthèse réglementaire sur les aspects sanitaires :

Cette synthèse bibliographique « Pense-bête sur les aspects sanitaires », à destination des agriculteurs bio, a été réalisée en 2010. Elle est constituée de 2 parties principales répertoriant d'une part les exigences des producteurs biologiques livrant la restauration collective et d'autre part celles des restaurants collectifs.

Pour aller plus loin :

Cette synthèse a ensuite été reprise par Corabio. La dernière mise à jour de la fiche de Corabio « Les exigences sanitaires » de 2012 est en ligne sur :

<http://www.corabio.org/index.php/agriculteurs/comment-approvisionner-la-restauration-collective#>

Contact : Bérénice BOIS - ARDAB

Maison des agriculteurs

Avenue du Général De Gaulle - BP 53

69530 BRIGNAIS

Tél. : 04 72 31 59 99

Fax : 04 72 31 65 57

Courriel : berenice-ardab@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

2. ADAPTER LA QUALITE DES PRODUITS A LA DEMANDE DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

Une étude a été réalisée à l'ARDAB en 2011 sur le sujet « Optimiser l'approvisionnement de la restauration collective en fruits et légumes biologiques locaux ». Cette étude s'est appuyée sur le cas de Bio A Pro, organisation économique de producteurs bio du Rhône et de la Loire livrant la restauration collective. L'objectif était d'étudier les moyens de faire concorder l'offre et la demande en fruits et légumes bio locaux, notamment en ce qui concerne la « qualité » des principaux fruits et légumes proposés en restauration collective. Pour cela, divers types de clients de Bio A Pro se sont exprimés sur leurs exigences en la matière (calibre, variété,...). En parallèle, les principaux fournisseurs de fruits et légumes du groupement de producteurs ont précisé ce qu'ils étaient en mesure de proposer.

Ainsi, en 2012, 6 fiches synthétiques (carotte, salade, pomme de terre, pomme, poire, kiwi) à destination des producteurs commençant à livrer Bio A Pro et des clients de la structure de

producteurs ont été réalisées. Elles répertorient les critères de qualité correspondants à chaque produit. En 2013, 2 nouvelles fiches ont été réalisées sur la tomate et la courgette.

BIO A PRO
L'ÉTHIQUE DANS L'ASSIÉTIÉ
PRODUCTIONS SOC ET PRODUITS BIO

Fiche produit: Carotte

sep	sep	oct	oct	nov	nov	déc	déc	jan	jan	fév	fév	mar	mar	avr	avr	mai	mai	juin	juin
**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	*	*	*	*		

Fournir Bio A Pro en carottes bio c'est :

- Etre producteur certifié bio ou en 2ème année de conversion
- Intégrer la commission filière légume

Bio A Pro c'est un prix lissé sur l'année pour une démarche solidaire!

Le principal poste de charge de la culture en AB est :
=> La gestion de l'enherbement qui est particulièrement difficile

Extraits des fiches synthétiques de la qualité des fruits et légumes proposés par Bio A Pro.

Pour aller plus loin :

Référence bibliographique :

- BONHOMME Pauline. *Optimiser l'approvisionnement de la restauration collective en fruits et légumes biologiques locaux - Cas de Bio A Pro, organisation économique de producteurs sur le Rhône et la Loire*. ISARA, ARDAB, 2011.

Contact : Pauline BONHOMME - ARDAB

Maison des agriculteurs
Avenue du Général De Gaulle - BP 53
69530 BRIGNAIS
Tél. : 04 72 31 59 99
Fax : 04 72 31 65 57
Courriel : pauline-ardab@corabio.org
Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

3. PLANIFIER LA PRODUCTION POUR REpondre A LA DEMANDE DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

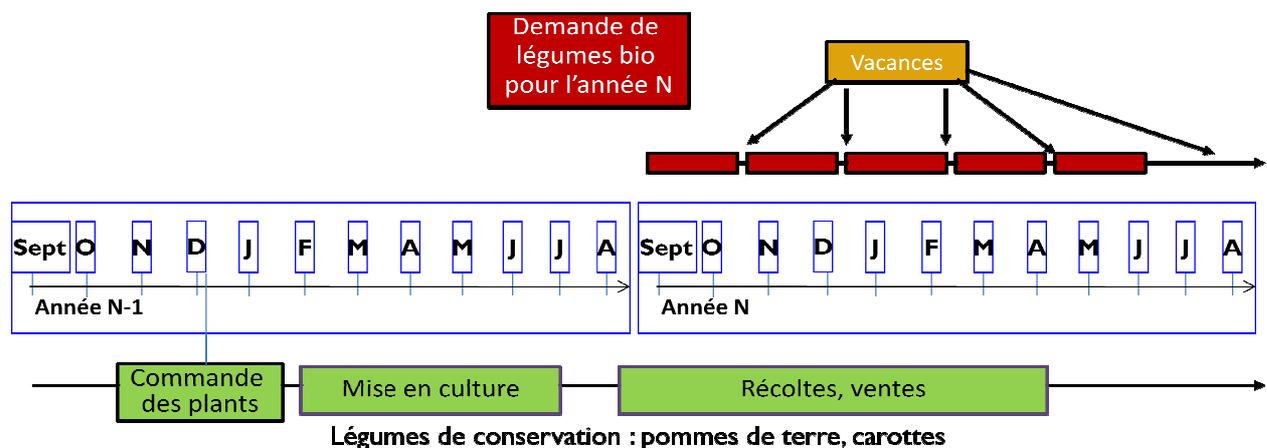
3.1. L'expérience développée par l'ARDAB

L'étude réalisée à l'ARDAB en 2011 sur le sujet « Optimiser l'approvisionnement de la restauration collective en fruits et légumes biologiques locaux » a également permis d'approfondir la notion de planification de l'approvisionnement en fruits et légumes au sein de Bio A Pro.

L'étude a mis en avant les besoins de Bio A Pro et des producteurs qui fournissent la structure, notamment en terme de connaissance des volumes de produits à livrer pour pouvoir s'organiser. En effet, cette information est essentielle pour que les producteurs programment leurs plantations et sécurisent leurs débouchés ainsi que pour limiter les achats de Bio A Pro en dehors des départements du Rhône et de la Loire. Pour cela, il est nécessaire que les clients du groupement de producteurs communiquent les volumes dont ils ont besoin très en amont.

Toutefois, des contraintes liées à des différences d'échelle temporelle ont été constatées : tandis que la clientèle de Bio A Pro, majoritairement scolaire, prévoit ses menus et communique son prévisionnel au mieux entre chaque période de vacances scolaires, les fournisseurs sont liés aux cycles de production et ont besoin de connaître les volumes à livrer au moment de la commande des plants c'est-à-dire jusqu'à 1 an et demi en avance ! Le décalage entre la demande et le besoin de prévisions des producteurs en novembre de l'année précédente est considérable. Toutefois, sans aller jusque là, il est crucial que les clients transmettent leurs prévisions le plus en amont possible. En effet, pour l'instant, la répartition des volumes à fournir entre producteurs livrant Bio A Pro se fait à partir du volume global passé l'année précédente or, les ventes se développent chaque année !

De plus, les producteurs disent s'investir davantage lorsque les clients s'engagent (d'une façon plus ou moins formelle). Durant cette étude, l'établissement de conventions de partenariat avait ainsi été évoqué.



**Planification de l'approvisionnement en fruits et légumes à Bio A Pro :
Des fournisseurs liés aux cycles de production !**

Pour aller plus loin :

Référence bibliographique :

- BONHOMME Pauline. *Optimiser l'approvisionnement de la restauration collective en fruits et légumes biologiques locaux - Cas de Bio A Pro, organisation économique de producteurs sur le Rhône et la Loire*. ISARA, ARDAB, 2011.

Contact : Pauline BONHOMME - ARDAB

Maison des agriculteurs

Avenue du Général De Gaulle - BP 53

69530 BRIGNAIS

Tél. : 04 72 31 59 99

Fax : 04 72 31 65 57

Courriel : pauline-ardab@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

3.2. Un groupe d'éleveurs bovin bio se structure pour fournir des restaurants scolaires en Aveyron

L'APABA, l'Association pour la Promotion de l'Agriculture Biologique en Aveyron, a réalisé une enquête en 2009 qui a mis en avant le fait d'une forte disponibilité de viande bovine bio. Cette offre importante n'était par ailleurs pas toujours valorisée en bio. Parallèlement, des besoins sur le territoire émergeaient, notamment en restauration collective mais la relation directe entre les producteurs et les acheteurs de ces établissements se révèle difficile. Aussi, l'association a lancé un travail d'adéquation consistant en une structuration de cette offre et un travail d'adaptation réciproque.

Dans ce cadre, après avoir recensé l'offre disponible et la demande en produits bio pour la restauration collective, l'APABA a accompagné un groupe de sept éleveurs bovins pour qu'ils puissent proposer des produits adaptés à la restauration collective.

L'objectif était de permettre un approvisionnement régulier de plusieurs établissements de restauration collective en jeune bovin tout en assurant l'équilibre matière des carcasses.



Crédit Photo : Sophie VALLEIX

Le déclencheur fut une demande de la cuisine centrale de Rodez. Les quantités étaient telles qu'un producteur seul ne pouvait pas y répondre, il fallait s'organiser à plusieurs. Pour répondre à ce besoin de viande bovine bio, l'APABA a mobilisé les éleveurs identifiés lors de l'enquête et volontaires pour constituer un groupe de travail. Entre temps, plusieurs autres restaurations se sont montrées intéressées (collèges, lycées, autres cuisines centrales). Plusieurs réunions entre producteurs ont permis de :

- s'entendre sur une qualité commune, une homogénéité des produits ;

- s'accorder sur les produits les plus adaptés aux fonctionnements des restaurants collectifs tout en assurant un équilibre matière des animaux (valorisation des avants et des arrières). Ces derniers ont été ensuite présentés aux établissements : saucisse, sauté, escalope, etc. ;
- planifier l'offre en fonction de la demande, c'est-à-dire s'assurer de la disponibilité sur l'année de viande et estimer les périodes où il y a des besoins (distribution de bons de commande prévisionnels aux restaurants collectifs) ;
- définir des prix de vente selon différentes formules permettant l'écoulement de la carcasse entière. Ces prix ont été calculés sur la base du prix carcasse auquel furent ajoutés les coûts de transformation et de commercialisation spécifiques au marché de la restauration collective ;
- rechercher des prestataires pour assurer la découpe. L'atelier pépinière de l'EPL de La Roque a été choisi dans un premier temps pour accompagner ce projet dans le lancement ;
- s'assurer de la logistique : les producteurs assurent la livraison des produits depuis l'atelier vers les établissements.

Les producteurs se sont ensuite rendus dans quelques collèges volontaires pour réaliser des tests préalables et s'assurer de la bonne valorisation de la viande (et donc de la satisfaction des enfants).

Le premier essai a eu lieu le 12 septembre 2011 auprès de 3 collèges avec des saucisses, escalopes et sauté de jeune bovin. La mutualisation des commandes a permis l'écoulement d'une carcasse entière, ce qui n'aurait pas été possible si chacun avait passé commande individuellement.

Pour aller plus loin :

Contact : Lionel LABIT et/ou Sarah DELECOURT - APABA

Carrefour de l'agriculture

12026 RODEZ Cedex 9

Tél. / fax : 05 65 68 11 52

Courriel : restoco@aveyron-bio.fr

Site : www.aveyron-bio.fr

4. CONSTRUIRE DES PRIX REMUNERATEURS ADAPTES A LA RESTAURATION COLLECTIVE

4.1. Déterminer un prix de revient en arboriculture

Depuis 2011, l'ARDAB mène une réflexion sur les prix de revient en arboriculture et le prix de vente des fruits en restauration collective via Bio A Pro. En effet, il est crucial que ce débouché reste rémunérateur pour les producteurs, que les prix soient justes pour les restaurants collectifs et que les tarifs appliqués se déclinent de manière cohérente selon les circuits de distribution.

Le prix de revient est le prix d'équilibre permettant à l'agriculteur de couvrir l'ensemble des charges nécessaires de la production à la vente. Pour déterminer le prix de vente, il faut lui ajouter une marge de sécurité pour couvrir les éléments nécessaires à l'autonomie de la ferme.

Ce prix de revient d'un produit est difficile à déterminer pour un producteur. Pour cela, l'ARDAB a utilisé la méthode FNAB (Fédération Nationale d'Agriculture Biologique) qui facilite le pilotage de la ferme dans une démarche de projection en identifiant les marges de manœuvre en termes d'efficacité technique et économique.

Au sein de Bio A Pro, ce sont les producteurs eux-mêmes qui fixent les prix en commission Filière. Toutefois, l'élément le plus pris en compte jusqu'ici était le prix du marché. Ainsi, l'objectif de ce travail a été d'apporter des éléments sur lesquels s'appuyer lors de la fixation des prix en commission Fruits de Bio A Pro.

Trois des principaux fournisseurs de fruits de Bio A Pro ont été intéressés par ce travail qui a démarré fin 2011 par une rencontre individuelle. L'intégration des données a été effectuée par des animatrices de l'ARDAB courant 2012. Une réunion fin 2012 a permis de valider les résultats avec les producteurs, de favoriser leur prise en main de l'outil et d'initier des discussions collectives. Suite à cette réunion, les producteurs ont pris l'initiative de noter leur temps de travail suivant les différentes tâches et productions, ce qu'ils ne faisaient pas auparavant. Aussi, en septembre 2013, la synthèse des résultats a été présentée en commission Filière de Bio A Pro et mise en parallèle avec l'observatoire des prix en restauration collective mené par Corabio grâce à leur accès aux factures des lycées pilotes.

Ainsi, les trois arboriculteurs se sont montrés intéressés pour continuer dans cette démarche en recalculant leur prix de revient à partir des temps de travaux enregistrés sur 2013. D'autres arboriculteurs s'avèrent intéressés pour suivre une formation et entreprendre la même démarche.

Cette façon de procéder a été très chronophage. D'autres groupements de développement de l'agriculture biologique, notamment dans le réseau Corabio, s'y sont pris autrement et de manière plus efficace : une formation collective de présentation de la méthode suivie d'une demi-journée d'accompagnement individuel pour renseigner la méthode. Il est important que les producteurs s'approprient la méthode pour ensuite être autonomes.



Crédit Photo : Sophie VALLEIX

Pour aller plus loin :

Contact : Pauline BONHOMME - ARDAB

Maison des agriculteurs
Avenue du Général De Gaulle - BP 53
69530 BRIGNAIS
Tél. : 04 72 31 59 99
Fax : 04 72 31 65 57
Courriel : pauline-ardab@corabio.org
Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

4.2. Accompagner des éleveurs pour définir leurs coûts de production et construire les prix de vente à la RHD

Face à la volonté d'un certain nombre d'éleveurs bovins en Aveyron de se regrouper pour vendre leurs produits à la restauration collective, l'APABA a organisé une formation de deux jours de manière à initier un accompagnement sur la mise en place d'une démarche collective d'une part, et sur la construction des prix à destination de la Restauration hors domicile.

Le premier jour de formation était consacré au thème suivant : « *S'organiser à plusieurs pour répondre à un marché complexe* ». Les participants ont été amenés à définir les attentes des producteurs réunis et ont suivi une présentation de la démarche projet. Ce fut également l'occasion de présenter aux producteurs les exigences de la restauration collective. L'après-midi a permis d'illustrer les propos du matin grâce à la présentation d'organisations collectives dans différents départements. Enfin, un temps a été consacré en fin de journée à la mise en œuvre d'un exercice pratique sur « *les possibilités d'organisation pour les éleveurs de l'Aveyron.* »

La seconde journée a quant à elle concerné le « *Calcul du prix de vente d'un produit en fonction du mode de commercialisation* ». La matinée a été consacrée à la déclinaison d'un prix de vente et à la décortication du prix de vente établi par les producteurs participants, en vente directe : ont alors été étudiés le coût de production, le coût de transformation et le coût de commercialisation de chacun. L'après-midi a été consacré à un réel travail collectif sur le calcul de différents prix de vente pour la RHD, selon différents scénarios possibles. Enfin, la journée s'est achevée par les prémices d'un choix de fonctionnement de ce groupe de producteurs pour répondre à la demande de la restauration collective.

Sept producteurs ont assisté à cette formation dans l'optique de travailler ensemble à la vente de leurs produits à la restauration collective. Trois ans plus tard, ce partenariat continue encore, et le nombre d'établissements demandeurs a quasiment doublé.

Pour aller plus loin :

Contact : Lionel LABIT et/ou Sarah DELECOURT - APABA

Carrefour de l'agriculture
12026 RODEZ Cedex 9
Tél. / fax : 05 65 68 11 52
Courriel : restoco@aveyron-bio.fr
Site : www.aveyron-bio.fr

5. STRUCTURER LES FILIERES LOCALES

5.1. Filière pain bio et local en Bourgogne

Contexte

Ce projet de filière pain en Bourgogne fait partie d'un projet global destiné à protéger la qualité des eaux de la région en développant l'agriculture biologique céréalière sur les bassins de captage. Une zone pilote, regroupant des établissements scolaires de différentes tailles, plusieurs boulangers et le moulin bio D'Aiserey (Groupe Decollogne), a été mise en place pour tester l'introduction de pain bio et local dans les établissements scolaires.

Objectifs

Le premier objectif de cette action est le développement de la production de farine biologique locale pour fournir à 100% le moulin bio d'Aiserey, actuellement alimenté par 20% de blés bio produits en Bourgogne et Franche-Comté. Le second objectif est de contribuer à la création d'un débouché pour la farine biologique. Les élèves seront par ailleurs sensibilisés aux produits de l'agriculture biologique via ce projet d'introduction de pain bio et local en restauration collective.

Mise en œuvre

Plusieurs rencontres ont été organisées afin de créer une dynamique de groupe autour des acteurs de la zone pilote : visites de boulangeries, réunions d'informations sur les qualités organoleptiques et nutritionnelles du pain bio... Un guide pratique pour la certification AB en boulangerie a été rédigé pour les boulangers conventionnels qui souhaitent répondre aux besoins de leurs clients de la restauration collective. Les établissements scolaires ont été accompagnés dans la rédaction des appels d'offres afin de favoriser la filière pain de Bourgogne. Enfin une campagne de communication a été initiée avec la publication de plaquettes « Mettez du pain bio & local dans leurs assiettes ! ».

Acteurs

- Agence de l'eau Rhône Méditerranée Corse
- Le groupe céréalier Decollogne (Moulin bio d'Aiserey)
- Les boulangers fournisseurs de la restauration collective
- Les restaurants collectifs (groupement scolaire de Gevrey Chambertin, lycée Mont Chapet de Dijon, CROUS Dijon, la cuisine centrale de Dijon)
- Des porteurs de projet à l'installation agricole, à la conversion biologique

Perspectives

Afin de développer une véritable dynamique régionale, d'autres zones pilotes doivent être créées dans tous les départements de la région. Le pain tracé blé de Bourgogne pourra être ajouté à la liste des produits bourguignons mis en avant par le calendrier BDMA « Bien dans mon assiette, les terroirs de Bourgogne font école ». Cette action, initiée par le Conseil Régional, incite les lycées à valoriser les produits bourguignons.

Contacts : Marion PRIMAT et/ou Marianne ROISIN - SEDARB

19, avenue Pierre Larousse - BP 382

89006 AUXERRE Cedex

Tél. : 03 86 72 92 20

Courriel : marion.primat@sedarb.org, marianne.roisin@sedarb.org, sedarb@sedarb.org

5.2. Filière steaks hachés biologiques dans le Rhône et la Loire

Origine du projet

En 2005, un éleveur laitier des Monts du Lyonnais ne supportait plus que ses réformes laitières ne soient pas valorisées en bio ou seulement de manière exceptionnelle et très faiblement. Il a entendu parler d'un prestataire qui transforme des steaks hachés surgelés et décide de tester cette transformation. La motivation de base : la valorisation de tous les produits bio !

Des essais grandeur nature

Les premiers essais sont chronophages : l'éleveur va tout tester seul avec 2-3 réformes laitières : il amène lui-même sa vache à l'abattoir (celui de Sury-le-Comtal, dans la Loire, qui n'est pas certifié bio), puis transporte la carcasse jusqu'à l'atelier de transformation (Hyères-sur-Amby, en Isère, non certifié). Ces premiers essais sont tout de même prometteurs et méritent que l'ARDAB, l'association des producteurs biologiques du Rhône et de la Loire, travaille à une filière certifiée bio.

La certification de la filière

Pour que la viande des vaches de réforme soit certifiée bio et vendue comme telle, il est nécessaire que chaque étape soit certifiée bio : abattage et transformation. Après discussion avec l'ARDAB et l'ADABio (l'association pour le développement de l'agriculture biologique en Savoie, Haute-Savoie, Isère et dans l'Ain, partenaire du projet à l'époque), l'entreprise J. Carrel SA, spécialisée dans la transformation et la conservation de viande de boucherie, accepte de se certifier bio. C'est une opportunité à saisir pour cette entreprise qui était à la recherche de nouveaux marchés et a vu dans l'agriculture biologique une possibilité de relancer son activité.

En ce qui concerne l'abattoir, dans un premier temps, c'est celui de Bourg-en-Bresse (Ain) qui est choisi. Il possède un double avantage :

- Il est agréé bio ;
- Les transports de carcasses sont déjà organisés régulièrement entre l'abattoir et J. Carrel SA.

Une relocalisation pour aller plus loin dans la cohérence de la filière

L'abattage des animaux à Bourg en Bresse n'était qu'une étape permettant la mise en place de cette filière biologique. L'ARDAB a démarché l'abattoir de Saint-Romain-de-Popey (Monts du Lyonnais, Rhône) afin de relocaliser l'abattage des animaux.

Les discussions ont été très serrées car cet abattoir n'était pas intéressé par cette certification. L'ARDAB a dû s'engager en prenant une part dans l'abattoir (ce qui en a ouvert l'accès aux adhérents ARDAB). De plus, l'ARDAB s'est engagée à rembourser la moitié de la certification annuelle de l'abattoir si moins de 80 bovins sont abattus chaque année. En effet, à partir de 100 animaux par an c'est tout à fait rentable pour l'abattoir.

Avec la relocalisation de l'abattage, c'est aussi le transport des carcasses vers J.Carrel SA qu'il faut organiser. Quelques carcasses sont ainsi restées à l'abattoir et ont du être récupérées par les éleveurs et recyclées (certains ont mangé du saucisson de vache pendant longtemps !).

Quelle organisation pour les éleveurs ?

Les éleveurs sont tenus de posséder 2 grands congélateurs (Un suffit pour une vache mais s'il tombe en panne, il en faut un de secours). L'ARDAB organise régulièrement des achats groupés de clés USB qui effectuent des relevés de température à fréquence régulière. Ainsi, les producteurs peuvent prouver le respect de la chaîne du froid.

L'éleveur inscrit sa vache auprès de l'ARDAB 10 jours avant la collecte. Le jeudi matin, les animaux sont collectés et emmenés à l'abattoir. Le vendredi matin, ils sont abattus. Le lundi, les carcasses sont transférées à l'atelier de transformation et, le mercredi, la fabrication des steaks hachés démarre (la chaîne de fabrication surgèle les steaks dans la foulée). Une semaine plus tard, les cartons de steaks sont livrés par transport froid négatif.

Et aujourd'hui ?



Crédit Photo : ITAB

Depuis les premières collectes d'animaux biologiques en mars 2009, plus de 400 animaux ont pu être commercialisés, ce qui représente plus de 900 000 steaks hachés.

La filière concerne aujourd'hui 75 producteurs bio auxquels s'ajoutent sept éleveurs conventionnels qui profitent de la logistique en place.

Et la RHD ?

La demande de la RHD en steaks hachés surgelés explose. Une demande est également forte pour d'autres morceaux (bourguignon...) qui sont alors livrés sous vide et surgelés. Cette présentation convient tout à fait à la RHD et assure des garanties optimales au niveau sanitaire. Certains mois, les éleveurs livrent jusqu'à 1,5 bêtes en steaks hachés dans un seul lycée. Pour répondre au mieux à la demande, les producteurs sont regroupés au sein de Bio A Pro (groupement de producteurs bio sur la Loire et le Rhône approvisionnant la RHD).

Bio A pro contacte régulièrement l'ARDAB pour connaître les nouveaux éleveurs qui font du steak haché afin de les solliciter ponctuellement selon les besoins.

Les avantages

- La traçabilité est optimale pour cette filière : les éleveurs récupèrent bien leur bête en steaks hachés.
- La viande surgelée bénéficie d'une DLC de 6 mois, ce qui autorise aux producteurs une mise en marché lente et aux cuisines collectives une souplesse dans la durée de stockage.
- Les steaks hachés surgelés évitent l'inconvénient des frais qui doivent être très cuits (60°C à cœur), ce qui altère leurs qualités gustatives.
- Le gros « + » de ces steaks hachés est au niveau gustatif puisque, si l'éleveur ne demande pas le retrait de certains morceaux, c'est la bête entière qui est transformée en steaks hachés y compris les bons morceaux (aloyau...) alors que dans l'industrie, les steaks hachés permettent la valorisation des bas quartiers (pot au feu...) moins tendres.
- Trois poids de steaks sont proposées : 80, 100 et 120 grammes, ce qui permet une adaptabilité aux convives.

- La souplesse de la transformation permet aux producteurs de prélever les morceaux qu'ils veulent vendre à part.

Les inconvénients

- Seul prestataire sur la région, J. Carrel SA ne peut ni être mis en concurrence ni être comparé. Les éleveurs clients doivent accepter de faire confiance aux différents opérateurs et ne pas être trop regardants (dans la limite du raisonnable) sur le poids de steak haché livrés (Carrel ne livre que des cartons de 3 ou 6 kg mais il n'y a plus de cartons à moitié pleins, où passent les steaks hachés surnuméraires ?).
- Le prix reste élevé : 11 € HT le kg pour la RHD. Ce prix s'explique par des coûts de transformation et de livraison importants (880 € HT pour une bête de 300 kg de carcasse soit environ 3 €/kg).

En conclusion

Deux grands gagnants de la mise en place de cette filière certifiée bio :

- les éleveurs laitiers, qui valorisent enfin leurs réformes laitières (mais aussi tous les bovins et autres animaux : chèvres...). L'objectif de valorisation des réformes laitières est atteint ;
- la RHD, qui dispose d'un produit de qualité, bio et local, pratique d'utilisation et bénéficiant d'une DLC intéressante.

D'autre part, la filière lait biologique est revalorisée aux yeux des éleveurs puisque lait et viande sont valorisés en bio. Une réelle dynamique est en cours autour de cette filière. Pour les producteurs qui étaient déjà en vente directe (fromages essentiellement), les steaks représentent un complément de gamme très apprécié. Pour les autres, c'est l'occasion de développer une vente directe sans avoir à mettre en place un atelier de transformation et une activité chronophage.



Image : Aurélie BELLEIL

Pour aller plus loin :

Contact : Marianne PHILIT – ARDAB

Maison des agriculteurs
Avenue du Général De Gaulle - BP 53
69530 BRIGNAIS
Tél. : 04 72 31 59 99

Fax : 04 72 31 65 57
Courriel : marianne-ardab@corabio.org
Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

6. CONCLUSION

La filière biologique se structure au fur et à mesure pour répondre à la demande de la restauration collective. Il est toutefois nécessaire de rester vigilant pour que le développement de la restauration collective bio et locale ne se fasse pas au détriment de l'intérêt des producteurs. En effet, ce marché doit rester rémunérateur et la logistique pas trop contraignante.



La sensibilisation et l'accompagnement des cuisines et des établissements

- ✓ Sensibiliser et former les acteurs de la restauration collective
- ✓ Accompagner les restaurants collectifs
- ✓ Aider les collectivités à la rédaction de marchés publics

FICHE THEMATIQUE N°3 :

LA SENSIBILISATION ET L'ACCOMPAGNEMENT DES CUISINES ET DES ÉTABLISSEMENTS

Types d'action : animation, formation, accompagnement

Mots clefs : animation, accompagnement, visite de ferme, outil, formation

Résultats produits dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile » (2008-13), financé par l'Etat (FNADT), les Conseils Régionaux Auvergne, Limousin, Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées dans le cadre de la Convention de Massif / Massif Central.

La réussite d'un projet de restauration collective bio est conditionnée par l'implication de l'ensemble des personnes gravitant autour de la restauration collective : équipe de cuisine, élus, équipe enseignante, convives, parents d'élèves... Pour cela, il est indispensable de communiquer sur la démarche et donc d'informer puis de former les personnes en question.

Dans chaque département et région du Massif Central, les structures régionales et départementales de développement de l'agriculture biologique (Auvergne Biologique, SEDARB, ARDAB, Agri Bio Ardèche, APABA, GABLIM, InterBio Limousin...) disposent d'outils et réalisent des actions de sensibilisation auprès des convives, élus, gestionnaires, cuisiniers...

Les intérêts de communiquer, de sensibiliser, sont de :

- faire comprendre les intérêts de l'introduction de produits de l'agriculture biologique en restauration collective (santé, environnement, territoire, qualité des repas...) ;
- donner des pistes, des clés pour la mise en place de repas bio et lever les freins à celle-ci ;
- et, plus globalement, faire découvrir l'agriculture biologique et ses filières locales.

Même si chacun, dans sa vie de tous les jours, a déjà entendu parler de l'agriculture biologique, peu savent de quoi il s'agit précisément. Ainsi, il est nécessaire de présenter concrètement ce qu'est ce mode de production en abordant les grands principes du cahier des charges, et ce notamment afin de bannir un certain nombre de préjugés. Par exemple, préciser que la bio est contrôlée permet de rassurer le public. Par ailleurs, plusieurs études ont prouvé les bienfaits de l'agriculture biologique sur l'environnement et sur l'homme, au niveau social mais aussi en termes de qualité nutritionnelle. Aussi, il est



Crédit photo : Emilie DUVAL

important de préciser les différents enjeux liés à l'introduction de produits bio en restauration collective qui ne sont pas forcément évidents pour tous : développement des surfaces en bio sur le territoire et structuration des filières, accès au bio pour toutes les catégories sociales, revalorisation du monde de la restauration collective... Pour les plus réticents, il est nécessaire d'argumenter sur les points souvent bloquants, comme le surcoût des produits bio par exemple : expliquer pourquoi ils sont plus chers et pourquoi les produits conventionnels ne reflètent pas un coût réel.

1. SENSIBILISER ET FORMER LES ACTEURS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

Afin de lever les freins à l'organisation des repas biologiques, souvent basés sur des préjugés sur les produits bio et les filières, Auvergne Biologique a voulu identifier quelle était la nature de ces préjugés et apporter les connaissances pour les lever.

Un document de synthèse de quatre pages destiné aux gestionnaires, cuisiniers, etc. a donc été réalisé. L'objectif est d'aider à lever les freins et de convaincre de proposer des repas ou ingrédients biologiques dans les menus. Il repose sur des arguments liés à la qualité sanitaire, nutritionnelle et environnementale des produits bio. Auvergne Biologique s'est appuyé sur un travail d'enquêtes et de recherche bibliographique, réalisé en 2010 par deux étudiantes stagiaires de VetAgro Sup à Clermont-Ferrand (dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile (RHD) »).

Ce document intitulé « Comment introduire des produits bio en restauration collective ? » présente :

- ce qu'est un produit bio (éléments essentiels du cahier des charges de production en AB) et comment on l'identifie ;
- les qualités sanitaires, nutritionnelles, gustatives des produits bio ;
- l'explication du coût du produit bio : pourquoi un produit bio est plus cher qu'un produit conventionnel ;
- des conseils pour l'introduction de produits bio, les adresses pour obtenir des informations et un accompagnement, la liste des plateformes d'approvisionnements du Massif Central.



Il a été distribué aux élus, cuisiniers et gestionnaires de restaurants collectifs lors des journées de formations, conférences ou encore à l'occasion du colloque « Du bio en restauration collective c'est possible ! ».

Ces actions de sensibilisation à destination des élus, gestionnaires et cuisiniers sont importantes car ce sont souvent eux les décideurs et ils doivent être parties prenantes pour une bonne réussite de projet d'introduction de produits bio en RHD. Les actions mises en place peuvent prendre la forme de formations afin de leur transmettre au mieux les outils disponibles.

1.1. Les formations

Les formations à destination des élus, gestionnaires :

Les thématiques abordées peuvent concerner la découverte de l'agriculture biologique et de ses filières locales mais aussi les démarches à entreprendre pour intégrer des produits bio locaux dans son offre alimentaire (rédaction des appels d'offre...).

Les formations à destination des cuisiniers et du personnel de cuisine :

Là encore, la thématique de la découverte de l'AB et de ses filières locales peut être abordée. Par ailleurs, il existe des différences notables dans la préparation de produits bio par rapport aux produits conventionnels, liées au fait que :

- la densité nutritionnelle supérieure des produits bio engendre un rendement différent à la cuisson, notamment pour les viandes ;
- certains produits utilisés en bio ne sont pas ou sont peu cuisinés en conventionnel (céréales complètes, légumineuses particulières...);
- les produits non raffinés, que l'on peut consommer en bio grâce à l'absence d'intrants chimiques et donc de résidus de ces produits, nécessitent un temps de cuisson plus long ;
- les épluchures de légumes, exempts de résidus de produits chimiques, peuvent être valorisées dans certains plats.

Ainsi, certaines adaptations des habitudes en cuisine peuvent être nécessaires et il est essentiel que les équipes de cuisine puissent être formées sur les manières de cuisiner bio en restauration collective et commerciale, dans le but d'intégrer efficacement ce type de produits dans leurs menus. Ce type de formation peut se faire sous forme d'ateliers pratiques, avec l'intervention d'un cuisinier-formateur ou d'un diététicien spécialisé en bio, avec la présentation d'outils spécifiques... La FNAB (Fédération Nationale d'Agriculture Biologique) anime d'ailleurs un réseau de correspondants culinaires, formateurs en cuisine bio.

Voici les différents thèmes pouvant être abordés en formation suivant la demande et les besoins des participants :

THEME DE L'ACTION	OBJECTIFS	CONTENU ET METHODES PEDAGOGIQUES
Présentation de l'agriculture biologique	<ul style="list-style-type: none">➤ Acquérir des connaissances sur l'AB et ses enjeux pour l'environnement, la santé, le territoire ;➤ Identifier le produit certifié bio et sa réglementation ;➤ Connaître les différences entre les modes de production conventionnel et biologique, la réglementation.	Apports théoriques en salle avec diaporama, film, échanges avec les participants : <ul style="list-style-type: none">- Thématiques possibles : les principes de production de l'AB, la certification, les filières, la saisonnalité, les enjeux de l'AB pour l'environnement, la santé et le territoire.
Visite d'une ferme bio	<ul style="list-style-type: none">➤ Découvrir le métier d'agriculteur ;➤ Prendre connaissance des contraintes de l'agriculteur vis-à-vis de la commande.	Visites de fermes et échanges avec l'agriculteur qui explique le fonctionnement de son exploitation (choix du bio, quotidien, difficultés, importance du débouché local pour son exploitation) ; Visite d'un atelier ou d'un laboratoire de transformation ; Dégustation de produits finis.

THEME DE L'ACTION	OBJECTIFS	CONTENU ET METHODES PEDAGOGIQUES
La filière bio locale	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Découvrir et comprendre l'organisation de la filière bio locale ; ➤ Appréhender l'approvisionnement local dans le cadre du développement durable ; ➤ Connaître les caractéristiques des produits biologiques locaux. 	<p>Apports en salle, diaporama, et échanges avec les participants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thématiques pouvant être abordées : présentation de la filière bio locale, dégustation de produits biologiques locaux...
L'intégration d'ingrédients bio en restauration collective et commerciale	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre les enjeux de l'intégration d'ingrédients bio en restauration collective et commerciale ; ➤ Découvrir les intérêts nutritionnels, gustatifs et sanitaires des produits bio ; ➤ Susciter l'intérêt à la mise en place de repas bio en restauration collective et commerciale ; ➤ Améliorer l'offre alimentaire en restauration collective et commerciale. 	<p>Apports en salle avec échanges avec les participants, témoignages et partages d'expériences :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thématiques pouvant être abordées : méthodes et recommandations pour s'approvisionner, spécificité des produits bio, introduction de produits bio dans les menus conventionnels...
La construction d'un menu intégrant des produits bio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apprendre à construire un menu bio complet ou avec quelques ingrédients bio en fonction de son budget et en prenant en compte les aspects diététiques, de saisonnalité ; ➤ Compléter ses connaissances sur l'équilibre alimentaire et l'hygiène alimentaire. 	<p>Apports en salle, échanges et ateliers pratiques dans la conception de menus ; Elaboration du menu de la journée pratique avec un budget défini et des fiches pratiques.</p>
Les techniques culinaires biologiques	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître et maîtriser les techniques culinaires des produits biologiques. 	<p>Ateliers pratiques sur des produits biologiques.</p>
La réalisation d'un repas bio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître et maîtriser les techniques culinaires des produits bio ; ➤ Réaliser un repas bio. 	<p>Mise en œuvre du repas bio avec le menu élaboré lors d'une journée de formation préalable.</p>
La communication sur les produits bio servis en restauration collective	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre l'intérêt d'une communication auprès des convives ; ➤ Sensibiliser et soutenir la consommation de produits biologiques en circuits courts auprès des convives. 	<p>Présentation en salle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actions de communication possibles auprès des convives et des équipes de cuisine ; - Présentation et mise à disposition d'outils de communication ; - Elaboration de supports.

Ces formations peuvent faire intervenir le chargé de mission RHD de la structure de développement de l'AB locale, un référent culinaire bio, des producteurs et/ou transformateurs bio, la plate-forme d'approvisionnement en produits bio de la région, avec des témoignages d'élus, de gestionnaires ou de cuisiniers d'établissements qui ont réussi à introduire des produits bio et locaux.

Pour aller plus loin :

Contact : Auvergne Biologique

9 Allée Pierre de Fermat
63170 AUBIERE
Tél. : 04 73 28 78 34

Courriel : contact@auvergnebio.fr
Site : www.auvergnebio.fr

Programme détaillé d'un atelier culinaire bio animé par Lionel Goumy (cuisinier formateur du réseau des correspondants culinaires de la FNAB) ayant eu lieu sur le Grand Lyon en 2012 :

• **Module Initiation**

Objectifs :

- Savoir utiliser et associer différents types de produits bio de base ;
- Connaître le mode de cuisson des céréales et des légumineuses ;
- Faire des rappels sur l'équilibre alimentaire incluant les produits bio ;
- Connaître l'intérêt nutritionnel général des produits bio.

9h00 : Réalisations, en groupe de travail, de recettes facilitant l'introduction des produits bio de base en restauration collective, pour des menus bio sains et de saison.

12h30 : Repas bio (composé des préparations réalisées le matin).

14h00 : Equilibre alimentaire et intérêts nutritionnels des produits bio (en salle) et retour sur les produits bio indispensables en restauration collective.

16h30 : Bilans et échanges sur les applications concrètes sur site.



Crédit photo : Aurélie BELLEIL

• **Module Perfectionnement**

Objectifs :

- Connaître les protéines végétales ;
- Savoir comment augmenter la part des protéines végétales en restauration collective ;
- Savoir utiliser les dérivés de céréales et de légumineuses bio ;
- Savoir utiliser les huiles essentielles et hydrolats bio en cuisine ;
- Savoir utiliser les condiments bio en restauration collective.

9h00 : Réalisations de recettes facilitant l'introduction des dérivés de céréales et de légumineuses, des huiles essentielles et des hydrolats culinaires, des fruits et légumes bio en restauration collective.

12h30 : Repas bio (composé des préparations réalisées le matin).

14h00 : Intérêts et utilisations des condiments bio. Retour sur les produits bio utilisés et autres applications possibles en restauration collective.

Contact : Bérénice Bois - ARDAB

Maison des agriculteurs

Avenue du Général De Gaulle - BP 53

69530 BRIGNAIS

Tél. : 04 72 31 59 96 ou 04 72 31 59 99

Fax : 04 72 31 65 57

Courriel : berenice-ardab@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

1.2. Les visites

La visite de fermes bio et/ou d'ateliers de transformation bio, avec éventuellement une dégustation des produits, permet à l'ensemble des acteurs de la restauration collective d'échanger sur les modes de production et de transformation, sur les particularités des produits bio ou encore sur les contraintes liées à la restauration collective.

1.3. Les tables rondes, les conférences et les colloques

Ces espaces d'échanges sur le thème de la restauration collective bio peut faire intervenir des acteurs spécialisés (techniciens, référents culinaires bio, diététiciens bio...) et liés à la thématique (élus, gestionnaires, ayant mis en place une restauration bio).

Colloque « Du Bio en restauration collective, c'est possible ! » :

Le Pôle Agriculture Biologique Massif Central et Auvergne Biologique ont co-organisé, le 18 octobre 2012, un colloque intitulé « Du bio en restauration collective, c'est possible ! ».

Trois ateliers étaient organisés afin de répondre aux interrogations des participants sur l'introduction de produits bio en restauration collective. Deux de ces ateliers étaient destinés plus particulièrement aux élus, gestionnaires et cuisiniers :

- « **Concrètement, comment mettre en place des repas bio ?** » : Les trois plateformes de distribution physiques existantes dans le Massif Central (Bio A Pro, Auvergne Bio Distribution et Manger Bio Limousin) ont présenté leurs activités et leurs modes de fonctionnement. La question des marchés publics a également été traitée par Julien Labriet, chargé de mission Restauration collective à la FNAB (Fédération Nationale d'Agriculture Biologique). Aujourd'hui encore, le Code des marchés publics est ressenti comme une limite au développement de l'introduction de produits locaux. Il convient donc de travailler autrement pour y parvenir.
- « **Quels principes pour préparer au mieux les repas bio ?** » : Les produits biologiques présentent des caractéristiques parfois atypiques qui nécessitent des modes de préparation particuliers (utilisation de produits non raffinés, cuisson des viandes...). Deux diététiciennes et un référent culinaire bio d'Auvergne sont intervenus pour parler de la préparation et des qualités nutritionnelles des produits bio.



Crédit photo : Aurélie BELLEIL

Retrouvez d'autres informations sur ce colloque dans la Fiche n°6 de cette boîte à outils : « Les leviers d'action politiques pour développer l'approvisionnement en produits biologiques de la restauration collective ».

Pour aller plus loin :

Contact : Julie GRENIER - Pôle Agriculture Biologique Massif Central

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont

89 avenue de l'Europe - BP 35

63370 LEMPDES

Tél. : 04 73 98 69 57

Fax : 04 73 98 69 57

Courriel : jgrenier.polebio@gmail.com

⇒ Actes du colloque disponibles en ligne sur le site d'ABioDoc : www.abiodoc.com/pole-ABMC, rubrique Les publications du Pôle / Restauration hors domicile.

2. ACCOMPAGNER LES RESTAURANTS COLLECTIFS

Un diagnostic complet des restaurants collectifs est également un bon moyen pour interpeller les différents acteurs concernés. Ils peuvent convaincre élus et gestionnaires qu'il est possible d'introduire des produits bio locaux dans les menus tout en tenant un budget raisonnable.

Il s'agit d'accompagner des restaurants à l'introduction de produits bio locaux dans leur offre alimentaire, en fonction de leur environnement professionnel (contraintes budgétaires, équipement de cuisine, disponibilité en main d'œuvre...).

Objectifs

- Introduire des produits bio locaux dans l'offre alimentaire des restaurants collectifs ;
- Mettre en place une méthodologie pour l'analyse et l'accompagnement des restaurants collectifs ;
- Informer et former le personnel de cuisine et les gestionnaires à l'introduction de produits bio locaux dans leur menu ;
- Sensibiliser les convives aux produits issus de l'agriculture biologique et locaux et aux enjeux liés à leur introduction dans leur restaurant.

Description de l'action

- Diagnostic individualisé sur l'introduction de produits bio locaux pour chaque restaurant :
 - analyse du taux d'introduction de produits bio locaux, du budget, du personnel, des outils, du taux de gaspillage... initiaux avec la contribution du référent culinaire bio et à l'aide d'une grille d'analyse ;
 - réalisation d'une enquête auprès des convives sur leur consommation, leur envie de produits bio locaux... et analyse de ces données.
- Elaboration et application du plan d'action :
 - analyse et élaboration d'actions pour l'introduction de produits bio locaux en fonction des contraintes du restaurant (budget, outils, personnel...), aide à l'élaboration des menus... ;
 - accompagnement, selon le plan d'action retenu :
 - formation du personnel de cuisine sur le bio, le contexte régional, les enjeux, l'élaboration d'un menu équilibré ;
 - aide à la rédaction d'appels d'offre pour l'approvisionnement ;

- aide à la communication auprès des convives ;
 - aide à l'élaboration de menus bio et locaux...
- Evaluation du plan d'action et du projet de chaque restaurant participant.

Résultats et conseils à partir du retour d'expérience

Le diagnostic est un bon outil pour initier l'accompagnement des restaurants collectifs. Il permet aux établissements de réfléchir et mesurer les changements nécessaires dans leurs pratiques quotidiennes pour intégrer des produits bio/locaux dans leur approvisionnement.

L'ARDAB (Association des producteurs biologiques du Rhône et de la Loire), en partenariat avec la Chambre d'Agriculture de la Loire, a développé une méthode permettant d'accompagner de manière personnalisée des structures de restauration collective en gestion directe. L'objectif est ici d'introduire régulièrement et significativement des produits locaux, bio et conventionnels, dans leurs menus.

La méthode consiste à accompagner très concrètement ces structures dans la réflexion puis la mise en œuvre de leur approvisionnement en calibrant un objectif réaliste d'introduction de produits bio/locaux en fonction du budget, de l'équipement de la cuisine, de la disponibilité en main d'œuvre, des possibilités d'adaptation et de l'offre locale disponible. Cette étape propose des hypothèses chiffrées, support de choix pour les élus de la commune.

L'accompagnement d'un restaurant collectif par l'ARDAB et la Chambre d'Agriculture de la Loire :

- Phase A : Rencontre sur site des élus et de l'équipe de restauration :
 - Associer les élus en début de rencontre pour cerner les objectifs politiques en matière d'approvisionnement local et bio local de leurs restaurants municipaux ;
 - Déterminer les conditions budgétaires et la marge de manœuvre par rapport à l'existant ;
 - Rencontrer l'équipe de cuisine pour déterminer les pratiques actuelles et recueillir les données (modes d'approvisionnement, volumes, prix, types de produits travaillés, expérience en produits bio et/ou locaux, diagnostic de la cuisine en termes d'équipement et de main d'œuvre disponible).

- Phase B : Analyse des opportunités et propositions d'intégration
 - Analyser les données recueillies et rédiger un bilan de fonctionnement du restaurant par rapport à l'approvisionnement local ;
 - Analyser l'approvisionnement actuel et la mise en adéquation avec l'offre et les objectifs de la commune ;
 - Proposer des hypothèses d'introduction de produits locaux, en fonction des attentes et de l'offre disponible, avec calcul de l'impact budgétaire ;
 - Fournir une liste de contacts de fournisseurs de produits bio et/ou locaux compatible avec l'hypothèse retenue (filière, prix, volumes, livraison...).

- Phase C : Phase test
 - Aider les communes à surmonter les premières difficultés liées à un changement d'approvisionnement et corriger le scénario d'introduction retenu ;
 - Faire le bilan à mi-parcours de la phase test pour échanger sur les expériences, les fournisseurs ;
 - Si besoin, compléter la recherche de producteurs ou aider dans les prises de contact ;
 - Faire un bilan de la phase d'accompagnement.

Zoom sur l'élaboration des hypothèses :

Des grilles tarifaires par famille de produits sont établies de manière à apprécier les écarts de prix entre ceux actuellement payés par le restaurant et ceux proposés par les fournisseurs locaux conventionnels d'une part et locaux biologiques d'autre part.

Pour différentes familles de produits, diverses hypothèses sont proposées. La 1^{ère}, intitulée « Produits locaux », consiste à remplacer systématiquement le produit actuel par un produit d'origine locale, fermier ou issu de l'industrie agro-alimentaire locale. Les hypothèses suivantes font évoluer l'hypothèse « Produits locaux » en comprenant une proportion croissante de produits biologiques locaux :

- Hypothèse 1 : 100% de produits locaux,
- Hypothèse 2 : 100% de produits locaux dont 20% de produits bio locaux,
- Hypothèse 3 : 100% de produits locaux dont 50% de produits bio locaux.

Dans l'analyse du fonctionnement du service de restauration, il est important de dégager des marges de manœuvre potentielles permettant de générer des économies pouvant être réinvesties dans l'introduction de produits bio locaux. C'est le cas de la lutte contre le gaspillage alimentaire, la diminution du nombre de composantes ou du grammage des viandes. L'idéal est de pouvoir le chiffrer, c'est d'autant plus efficace !

Par expérience, on remarque que, bien souvent, les fruits et légumes locaux conventionnels sont moins chers que leurs équivalents issus d'un approvisionnement via un grossiste, ce qui permet de générer une économie à réinvestir pour des fruits et légumes bio locaux !

Pour aller plus loin :

Contacts :

Bérénice Bois - ARDAB

Maison des agriculteurs

Avenue du Général De Gaulle - BP 53

69530 BRIGNAIS

Tél. : 04 72 31 59 96 ou 04 72 31 59 99

Fax : 04 72 31 65 57

Courriel : berenice-ardab@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

Mireille FONCEL - Chambre d'Agriculture de la Loire

Courriel : mireille.foncel@loire.chambagri.fr

3. AIDER LES COLLECTIVITES A LA REDACTION DE MARCHES PUBLICS

Lors de la rédaction de leurs marchés, les acheteurs publics sont autorisés à demander des produits biologiques en raison de leurs caractéristiques environnementales. En revanche, spécifier une quelconque origine des produits, dans le cadre de marchés publics, est

juridiquement illicite en vertu du principe d'égalité de traitement des candidats au niveau européen. Il existe néanmoins des leviers pour obtenir des produits bio locaux tout en veillant à élargir la gamme des fournisseurs candidats et garantir ainsi une mise en concurrence.

Ces critères sont valables aussi bien pour un marché de fournitures (marché de denrées alimentaires pour une commune en gestion directe) que pour un marché de service pour sélectionner un prestataire (marché de prestation pour une commune en gestion concédée).

Préconisations pour s'approvisionner en bio localement via les marchés publics :

- Utiliser pleinement la souplesse permise pour les marchés d'un montant inférieur à 15 000 € HT pour lesquels un **approvisionnement en gré à gré** est possible, sans mise en concurrence ni publicité ;
- Spécifier dès l'objet du marché que celui-ci prendra en compte le développement durable ;
- **Favoriser l'allotissement** : il est intéressant d'allotir le marché le plus possible de façon à augmenter le nombre de candidats en capacité de répondre au marché. C'est aussi une manière de permettre à des producteurs ne disposant pas d'une large gamme de produits de répondre sur au moins un lot ;
- **Avoir une connaissance très fine des produits bio locaux disponibles** afin de choisir judicieusement les produits à demander ;
- Inviter les candidats à décrire leurs filières d'approvisionnement avec attestations de la traçabilité des produits du producteur au consommateur ;
- **Préférer un approvisionnement en circuits courts** (1 intermédiaire au maximum entre le producteur et le consommateur, cet intermédiaire étant ici le restaurant collectif). En effet, une modification du Code des Marchés Publics par le décret du 25 août 2011 permet désormais de faire référence aux « performances en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture » ;
- **Mentionner des spécifications techniques** : des produits dont les emballages utilisés soient recyclables ou récupérés par le fournisseur, livraison en vrac plutôt qu'en petit conditionnement... Attention néanmoins, à ne pas introduire de critères trop ambitieux qui pourraient pénaliser les producteurs bio locaux (ex : optimisation du transport, etc.) et ainsi aller à l'encontre du soutien à la production bio locale ;
- **Exiger, pour les fruits et légumes frais, des produits de saison**. Il est possible de joindre un calendrier de saisonnalité des produits de la région. Le ciblage des produits doit s'opérer en fonction de leurs disponibilités localement. Aussi, préférer les légumes bruts pour lesquels l'offre locale est plus conséquente ;
- **Intégrer des critères d'attribution favorables à une production bio locale** : garantie de fraîcheur en demandant un délai court entre la cueillette et la livraison des fruits et légumes ;
- **Mettre en publicité sur des supports appropriés** : journaux et sites Internet spécialisés dans la bio, journaux locaux ;
- **Intégrer des prestations d'accompagnement** dans le marché : animations auprès des convives, interventions de producteurs, visites de ferme, formation du personnel...

Dans le cas d'un marché de prestation, il est aussi possible de demander aux sociétés de restauration collective leurs références en matière d'approvisionnement de collectivités en produits bio avec liste des fournisseurs référencés à l'appui.

Pour aller plus loin :

Contact : Bérénice Bois - ARDAB

Maison des agriculteurs

Avenue du Général De Gaulle - BP 53

69530 BRIGNAIS

Tél. : 04 72 31 59 96 ou 04 72 31 59 99

Fax : 04 72 31 65 57

Courriel : berenice-ardab@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

4. CONCLUSION

L'introduction de produits biologiques en RHD est une démarche qui paraît encore laborieuse aux élus, cuisiniers ou gestionnaires. Pour les accompagner, les actions des structures de développement de l'agriculture biologique sont essentielles, en particulier de par leur connaissance des producteurs et des filières locales.

Ces actions auprès des acteurs des cuisines et des établissements sont primordiales pour une introduction significative et durable des produits bio en RHD.



Le développement de produits transformés pour la restauration collective

- ✓ Elaborer des produits transformés adaptés à la restauration collective
- ✓ Valoriser un animal entier en RHD
- ✓ Etudier la faisabilité d'un atelier de transformation de légumes 4ème et 5ème gammes

FICHE THEMATIQUE N°4 :

LE DEVELOPPEMENT DE PRODUITS TRANSFORMES POUR LA RESTAURATION COLLECTIVE

Types d'action : études.

Mots clefs : produits transformés, produits biologiques, transformation à la ferme, conditionnement, recettes.

Résultats produits dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile » (2008-13), financé par l'Etat (FNADT), les Conseils Régionaux Auvergne, Limousin, Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées dans le cadre de la Convention de Massif / Massif Central.

1. ELABORER DES PRODUITS TRANSFORMES ADAPTES A LA RESTAURATION COLLECTIVE

1.1. Les recettes et process pour différents produits pour la RHD

Le CIBIAL est le Centre d'Innovation pour les Biotechnologies et les Industries Agro-alimentaires en Limousin. Son atelier, interne au lycée agricole des Vaseix, est un outil de formation et de développement. Il est constitué d'une unité de transformation et de laboratoires qui ont permis, dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile (RHD) », de réaliser des tests de transformation de produits agricoles dans l'objectif de faciliter la valorisation de ces derniers dans la restauration collective.

1.1.1 Mise au point de produits

Après un recensement des besoins auprès des différents acteurs de la RHD, une gamme de produits a été élaborée. Cette gamme est composée des différentes matières premières disponibles chez les producteurs avec une certaine régularité.

Cette action s'est déroulée en 3 phases :

- formulation : conception,
- recettes : travail sur l'aspect organoleptique,
- process : réalisation des diagrammes de fabrication.



Crédit photos : CIBIAL

La gamme de produits choisis se compose de :

- palets de légumes de saison (plusieurs assortiments),
- purées de légumes (plusieurs assortiments),
- légumes en 4^{ème} et 5^{ème} gammes,
- boulettes de viande rouge (trois assortiments),
- coulis de tomate,
- crèmes lactées (plusieurs parfums),
- gâteaux secs,
- coulis de fruits rouges,
- glaces,
- compotes de pommes.

1.1.2 Adaptation des conditionnements

Une veille technique a été réalisée sur la gamme de conditionnements existante et qui pourraient être utilisés par des producteurs-transformateurs, en tenant compte des contraintes économiques de ces derniers.

Les principaux emballages utilisés sont :

- des seaux plastiques,
- des sachets Doypack,
- des barquettes aluminium,
- des barquettes plastiques.



Crédit photos : CIBIAL

Certains d'entre eux sont peu coûteux et nécessitent peu d'investissements (barquette, seau...). Cependant, ils restent peu étanches et non résistants aux hautes températures. Ces emballages conviennent aux produits conservables pendant 3 mois maximum à 4°C.

Les sachets Doypack sont répandus, ils possèdent les caractéristiques d'être étanches et résistants aux hautes températures mais demandent un investissement pour leur fermeture (nécessité d'acquiescer une operculeuse).

Pour les barquettes, celles en aluminium sont régulièrement utilisées pour les portionnements individuels.

1.1.3 Tests de vieillissement : détermination de la durée de péremption

Des analyses microbiologiques ont été réalisées sur plusieurs échantillons afin de valider les dates de péremption des différents produits. Dans les conditions de travail du laboratoire du CIBIAL, les durées de conservation suivantes ont été obtenues :

- 21 jours de conservation au frais pour les crèmes lactées,
- 3 mois de conservation au frais pour la compote,
- 6 mois de conservation pour les gâteaux,
- 6 mois pour les produits congelés.

1.1.4 Tests auprès de cuisiniers et de consommateurs

Création d'un jury de dégustation

Un groupe de lycéens volontaires a été formé par une professionnelle afin de participer à des dégustations de produits élaborés pour la restauration collective. Ce jury a permis de tester en grandeur réelle les produits afin de mieux les adapter aux attentes d'un public jeune.



Crédit photo : CIBIAL

Dégustation de produits élaborés auprès de cuisiniers de la restauration collective

Des échanges avec les principaux utilisateurs ont permis de connaître leurs impressions et de relever leurs remarques en vue d'envisager une évolution de la gamme proposée. Dans l'avenir, il est prévu de réaliser un travail commun avec les producteurs et les cuisiniers afin d'adapter au mieux l'offre et la demande des produits locaux en restauration collective biologique.

1.1.5 Les conseils méthodologiques liés aux produits transformés pour la restauration collective

Les points forts

- meilleure valorisation des matières premières,
- offre élargie proposée à la restauration collective,
- proposition d'une gamme hors saison (durée de conservation longue).

Les points faibles

- les moyens de production sont limités afin d'obtenir des produits semi élaborés.

Les facteurs de réussite

- volonté concrète des différents acteurs.

Points de vigilance

- accessibilité de certaines gammes de produits exigeant une certaine rigueur dans les conditions de travail.

Cette étude a permis de mettre en évidence le potentiel de pouvoir fournir des légumes bruts par les acteurs locaux. Cependant le manque d'infrastructure (légumerie) freine le développement de produits plus élaborés. Il faut privilégier des sites communs de transformation afin de répondre à la demande des collectivités et de limiter les investissements.

Pour aller plus loin :

Contacts : Christine VILLELEGER, Pascal DONAT & Nadine NOUHAUD - Cibial

Les Vaseix

87 430 VERNEUIL-SUR-VIENNE

Tél. : 05 55 48 44 05

Courriel : christine.villeleger@educagri.fr

pascal.donat@educagri.fr

nadine.nouhaud@educagri.fr

2. VALORISER UN ANIMAL ENTIER EN RHD

La viande est le poste le plus coûteux pour le budget d'approvisionnement d'une cantine et, ainsi, pour les achats de produits bio, les fruits et légumes, pain et laitages sont généralement favorisés. Comment approvisionner plus régulièrement les cantines en viandes bio, tout en réussissant le défi de maintenir des prix socialement acceptables pour les convives ?

Par ailleurs, l'agriculteur doit pouvoir vendre l'intégralité de ses animaux : avants et arrières pour les produits bovins, jambon, longes, épaules et hachis pour les produits porcins. C'est le challenge de l'équilibre matière. Toutefois, à l'heure où les viandes issues de bas-morceaux, longuement mijotées, ne sont plus appréciées par les jeunes convives, et se vendent très peu cher, le vendeur doit les séduire avec d'autres produits. Lesquels ? Et quel en est le prix juste ?

Le lycée de Naves, en Corrèze, a relevé le défi en testant la fabrication de produits valorisant l'animal entier pour la RHD : la fabrication de saucisses de veau et la valorisation intégrale des porcs charcutiers. Les transformations de première gamme (abattage, découpe) et de seconde gamme (charcuterie) sont assurées avec la participation de prestataires locaux.

1.2. Des produits de porc AB dans la cantine du lycée ?

En novembre 2012, **cinq porcs** charcutiers produits par l'exploitation du lycée agricole de Naves ont été transformés en viande et charcuterie. Les lycéens et étudiants ont ainsi pu déguster escalopes, saucisses et autres pâtés de campagne, bio et franchement locaux !

Mais en amont, à quel prix rémunérer cette production ? Ce coût est formé par l'addition du prix de production et du prix des prestations de transformation, ramené au poids de produit à vendre (tab. n°1).

Tableau n°1 : Les coûts de production et de transformation

Production	Cours national	3,30 €/kg C
Transformation	Abattage, équarrissage	0,44 €/kg C
	Frais d'approche	12 €/tête
	Découpe, transformation, conditionnement, livraison	1,95 €/kg C
	Coût total de transformation	2,51 €/kg C
Total		5,81 €/kg C

Avec un animal de **118 kg** de poids vif, **61 kg** de produits transformés variés peuvent être produits (tab. n°2).

Tableau n°2 : Le rendement de l'animal à l'assiette

Poids de l'animal	118 kg Vif
Poids carcasse	100 kg Carcasse
Poids à la découpe	67,5 kg
Poids de produits transformés	61 kg

Le prix rémunérant les étapes de la production à la transformation est de **5,81 €** par kilo de carcasse. On a donc transformé un porc en **61 kg** de produits variés, à raison de **5,81 €** par kilo de carcasse (**100 kg** pour cet animal). Le coût global est donc de **9,52 €** par kg de produit réalisé (**61 kg** pour cet animal). Ce prix appliqué à chaque produit permet de rémunérer la production et la transformation, mais pas la vente.

Les morceaux sont vendus à des prix différents selon les cours du marché. Pour la cantine du lycée, le prix a été fixé légèrement en-dessous du prix qui permettrait de rémunérer l'opération (tab. n°3). Cette cession interne a donc occasionné une légère perte pour l'exploitation. Pour parvenir à l'égalité entre coût de revient et prix de vente, il eut fallu pratiquer des tarifs légèrement supérieurs (tab. n°3).

Méthodologie de l'étude :

Les prix de production, transformation, cession interne et les poids de produits transformés sont ceux rapportés sur les factures.

Les poids de l'animal avant transformation sont théoriques.

Tableau n°3 : Le prix de vente des morceaux de viande de porc

Produit	Poids de produits	Prix de cession interne	Prix de vente à l'équilibre (hypothèse)
Escalope	81,5 kg	10 €/kg	11 €/kg
Saucisson sec	58 kg	11 €/kg	12 €/kg
Saucisses	28 kg	8 €/kg	8,5 €/kg
Jambon cuit	53,55 kg	8 €/kg	9 €/kg
Rillettes	48 kg	6 €/kg	7 €/kg
Pâté de campagne	34 kg	6 €/kg	7 €/kg
Total de la vente	303,05 kg	8,57 €/kg	9,52 €/kg

Il est également possible de transformer un porc uniquement en viande fraîche, ou en charcuterie (tab. n°4 & 5).

Tableau n°4 : La transformation d'un porc en viande fraîche

Produits	Poids	Coût de revient	Prix de vente à l'équilibre
Côtes de porc Ou Rôti sans os	100 côtes 15 kg	5,81 €/kg C	11 €/kg
Escalopes de jambon Ou Saucisses	120 escalopes 18 kg		11 €/kg
Saucisses de poitrine et d'épaules	17 kg	10,46 €/kg	8 €/kg
Total :	50 kg	Moyenne :	10,46 €/kg

Tableau n°5 : La transformation d'un porc en charcuterie

Produits	Poids	Coût de revient	Prix de vente à l'équilibre
Pâté de campagne	6 kg	5,81 €/kg C soit 9,17 €/kg	6 €/kg
Rillettes	8 kg		6 €/kg
Grattons	3 kg		5 €/kg
Pâté de tête	3 kg		6 €/kg
Boudins	3 kg		5 €/kg
Confit de longes	12 kg		11,5 €/kg
Confit d'épaules	6 kg		11,5 €/kg
Confit de jambon	16 kg		11,5 €/kg
Total :	57 kg		Moyenne :

2.1 Des saucisses de veau AB dans la cantine du lycée ?

En porc comme en veau, la vente idéale pour le producteur est celle qui permet de valoriser l'animal entier. Les pot-au-feu et autres bourguignons sont des viandes à mijoter ou à braiser qui sont vendues très peu cher (prix pratiqué à Naves : 5€/kg de pot-au-feu), et sont moins bien acceptées par les jeunes convives que des produits remalaxés tels que hachés et saucisses.

Présentation du produit :

Le prestataire fabrique des chapelets de **10 saucisses** à détacher.

Le poids moyen d'une saucisse est de **130 g**.

Les chapelets sont conditionnés individuellement en sachet sous vide.

Une caisse contient 50 sachets.

La date limite de consommation (DLC) est de **21 jours**.

Les caractéristiques de l'élevage :

Il s'agit de veaux âgés de 6 à 8 mois.

Conformément au cahier des charges de l'AB, leur alimentation est composée :

- pour l'essentiel du lait de la mère,
- de fourrages secs (foin de l'exploitation *ad libitum*),
- d'un mélange de céréales (mélange de l'exploitation "blé, orge, avoine, féverole et pois aplatis"), à raison de 1,5 kg/jour pendant 7 semaines.

Méthodologie de l'étude :

Le **coût de production** estimé correspond au prix de vente d'un veau à une organisation de producteurs, sans valorisation particulière. Si l'on tient compte d'un prix de fonctionnement calculé pour 2013 équivalent à 5,81 €/kgC, cela fait 0,19 €/kgC de marge. Le **coût de transformation** est calculé d'après les factures du prestataire.

L'exploitation de Naves a donc fait transformer des veaux en deux produits : des rôtis pour les pièces nobles, et des saucisses pour les bas morceaux (tab. n°6).

Tableau n°6 : Le rendement d'une carcasse de veau

Poids animal	Poids carcasse	Poids découpe	Produits transformés
300 kg Vif	177 kg Carcasse	151 kg , dont : -Bas morceaux : 74 kg -Pièces nobles : 63 kg -Suif : 13 kg -Aponévroses : 1 kg	137 kg , dont : -Saucisses : 74 kg -Rôtis : 63 kg

Le rendement d'une carcasse de veau est inférieur à celui d'une carcasse de porc (tab. n°6). Le coût de production, à **8,58 € par kilo de carcasse** est supérieur (tab. n°7).

Tableau n°7 : Le coût de revient de la transformation d'un veau

Production	Coût de production du veau	6,00 €/kg C Soit 1062,00 €/tête
Transformation	-Abattage, équarrissage, découpe	1,95 €/kg C
	-Frais d'approche	39 €/tête
	-Prix de la fabrication des saucisses (transformation, conditionnement, livraison)	0,41 €/kg C
	-Coût total de transformation du veau	2,58 €/kg C Soit : 456,66 €/tête
Total		8,58 €/kg C

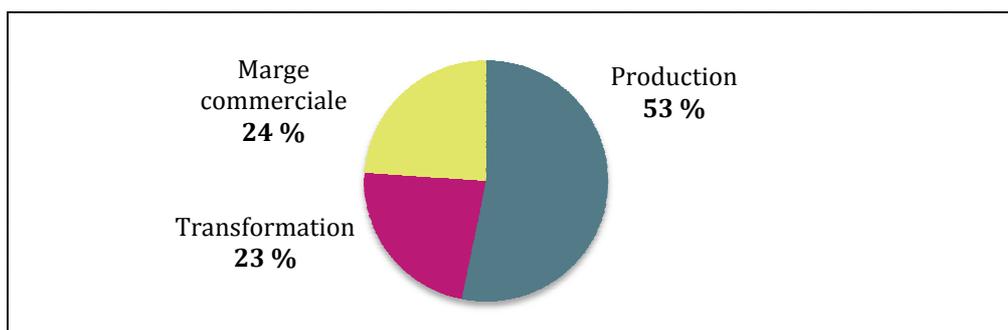
Ramené au poids total des produits fabriqués, le coût de revient est donc de **11,09 €/kilo** de produit. Proposé à des cantines d'autres établissements scolaires du pays de Tulle avec une marge commerciale, cette opération « *Saucisses de veau* » a permis de réaliser un petit bénéfice (tab. n°8). Le temps passé à la commercialisation est ainsi rémunéré.

Tableau n°8 : La vente effectuée pour l'opération « Saucisses de veau »

	Poids produit	Prix de vente	Chiffre d'affaires
Saucisses	74 kg	12,5 €/kg	925 €
Rôtis	63 kg	17 €/kg	1071 €
			1996 €
		Veau entier	11,28 €/kg C 14,56 €/kg de viande

Pour cette opération, le prix de vente est formé pour moitié des coûts de production de l'animal, pour environ un quart des coûts de transformation, et pour environ un quart des coûts de mise en marché (fig. n°1).

Figure n°1 : La formation du prix de vente pour l'opération « Saucisses de veau »



1.3. Les résultats et les conseils à partir du retour d'expérience

Les points forts

- ces essais ont permis de faire profiter les convives de la production ultra-locale.
- les convives se sont montrés satisfaits des produits proposés, particulièrement des saucisses de veau.
- l'éleveur valorise ses animaux en entier.

Les points faibles

- pour la vente à d'autres établissements scolaires, les prix doivent être ajustés pour que l'opération ne soit pas déficitaire pour l'exploitation du lycée de Naves.

Les facteurs de réussite

- faire comprendre aux cuisines la nécessité de respecter l'équilibre matière, et de commander l'ensemble des produits.
- mobiliser les volontés politiques sur le sujet.
- réfléchir de manière globale à la fonction de restauration pour limiter les coûts : organisation du service, détermination des menus, réflexion sur les techniques de cuisson, ajustement des portions aux besoins des individus.

Pour aller plus loin :

Contacts : Hervé LONGY (Directeur d'exploitation) et Noémie OUVRARD (Chargée de projets en AB) – EPL de Naves

EPL de Naves - Cézarin

19460 NAVES

Tél. : 05 55 26 85 11

Fax : 05 55 26 74 02

Courriels : herve.longy@educagri.fr

noemie.ouvrard@educagri.fr

3. ETUDIER LA FAISABILITE D'UN ATELIER DE TRANSFORMATION DE LEGUMES 4^{EME} ET 5^{EME} GAMMES

Auvergne Biologique, l'association interprofessionnelle régionale de l'agriculture biologique, a réalisé une étude de faisabilité pour la création d'un atelier de transformation de 4^{ème} et 5^{ème} gammes pour les légumes (carottes, betteraves) : chiffrage des volumes à transformer, des investissements, recherche du porteur de projet, planification de la production... L'objectif était de créer un outil de transformation répondant aux besoins des collectivités en maraîchage.

Pour cela, Auvergne Biologique a accueilli 4 stagiaires en Master 2 « *Entreprises de produits alimentaires du terroir* » de VetAgro Sup. Les objectifs du stage ont été :

- d'évaluer la demande en produits de 4^{ème} et 5^{ème} gammes à l'échelle de la région Auvergne dans la restauration scolaire : type de produits recherchés, volumes, etc., à partir de données recueillies auprès d'Auvergne Bio Distribution (existant et potentiel à développer), d'établissements scolaires... ;
- d'étudier les besoins pour réaliser un atelier de transformation : matériel (type d'équipements, coûts...), moyens humains et compétences... via la recherche bibliographique et l'étude de projets similaires dans d'autres régions ;
- d'évaluer les contraintes en termes de production : variétés, calibrage, itinéraires techniques...

La durée du stage n'a pas permis d'étudier les contraintes de production, mais les étudiants ont proposé un processus de fabrication ainsi que l'atelier. Cette proposition tient compte des contraintes réglementaires et technologiques liées aux produits de 4^{ème} et 5^{ème} gammes. Elle a été chiffrée en fonction de différents fournisseurs.

A l'heure actuelle, les besoins de la plateforme Auvergne Bio Distribution ne permettent pas de rentabiliser les investissements d'un tel atelier. Cependant, les stagiaires ont identifié un opérateur en région Auvergne, fabriquant des produits de 4^{ème} et 5^{ème} gammes en conventionnel. Il reste ouvert à une fabrication en bio. Cette piste va donc être approfondie ultérieurement.

Pour aller plus loin :

Contact : Auvergne Biologique

9 Allée Pierre de Fermat

63170 AUBIERE

Tél. : 04 73 28 78 34

Courriel : contact@auvergnebio.fr

Site : www.auvergnebio.fr



La sensibilisation des convives

- ✓ Sensibiliser les convives
- ✓ Les outils de sensibilisation

FICHE THEMATIQUE N°5 : LA SENSIBILISATION DES CONVIVES

Types d'action : outils de communication

Mots clefs : argumentaire, outil, animation, sensibilisation

Résultats produits dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile » (2008-13), financé par l'Etat (FNADT), les Conseils Régionaux Auvergne, Limousin, Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées dans le cadre de la Convention de Massif / Massif Central.

Dans le cadre du Grenelle de l'environnement, un objectif de 20 % d'approvisionnement en produits d'origine biologique avait été fixé pour 2012. Cet objectif n'ayant pas été atteint, les efforts de la filière doivent se poursuivre, notamment à travers des actions de sensibilisation à destination des convives.

1. SENSIBILISER LES CONVIVES

Les actions de sensibilisation proposées par les associations régionales et départementales de l'agriculture biologique (visites de fermes, animations, dégustations avec des producteurs bio...) sont liées à différents thèmes : alimentation, sol, êtres vivants, agriculture, développement durable...

Nos animations se veulent actives et interactives, favorisant la participation, l'expérimentation, l'expression, le questionnement et la réflexion individuelle ou collective. Elles sont pluridisciplinaires pour s'intégrer facilement dans les programmes scolaires. Elles incitent également à la découverte de terrain par des visites de fermes et la mise en place d'actions concrètes au sein de la structure ou de la commune.



Crédit photo : Emilie DUVAL

1.1. *Comment intéresser des enfants à l'agriculture biologique et aux thématiques qui y sont liées ?*



Crédit photo : Emilie DUVAL

Lorsqu'un public jeune est concerné, les animateurs de l'agriculture biologique peuvent proposer un ensemble équilibré d'activités correspondant à l'âge des élèves/enfants, favorisant l'épanouissement intellectuel et physique. Un travail de concertation avec les professeurs, dirigeants et autres participants à ces animations est réalisé avant les animations pour définir ensemble la démarche pédagogique à développer, les objectifs et les contenus des séances, ou encore l'aide à la mise en place de repas bio. Cela facilite également le travail entre les différentes séances d'animation.

Chaque intervention offre des pistes de réflexion sur différents sujets à exploiter ultérieurement et des liens avec d'autres thèmes.

Pour les établissements scolaires, les animations proposées entrent dans les programmes scolaires et peuvent amorcer et/ou compléter un projet sur un thème lié à la découverte du monde, du monde vivant, de l'alimentation, du jardinage, de l'environnement ou encore du développement durable. Elles peuvent être mises en place en accompagnement d'un repas bio.



Crédit photo : Emilie DUVAL

Les associations régionales ou départementales de la bio pourront également aiguiller les enseignants ou autres encadrants pour trouver des ressources pédagogiques, et ce afin de prolonger leur projet en classe.

Les différents éléments mis en œuvre, supports pédagogiques ou animations, sont réfléchis et correspondent à une démarche pédagogique de façon à :

- capter l'attention du public cible ;
- recueillir ses représentations sur l'agriculture, l'alimentation de manière générale et la perception du bio en particulier ;
- offrir une animation adaptée au public, au contexte, au programme scolaire... de manière ludique et interactive.

Quelques exemples d'actions pédagogiques

- Animations en salle : réalisation d'ateliers, recueils de représentations, expérimentations, jeux de rôle qui peuvent porter sur divers thèmes liés à l'agriculture biologique (alimentation, sol, jardin, développement durable...), jeux individuels ou collectifs, mini films ou dessin animés, dégustations à l'aveugle ;
- Animations lors d'un repas bio : stand d'informations, affichage, dégustation, échanges avec des producteurs, ateliers-jeux, quizz, tombola... ;
- Visites de ferme bio et/ou d'un atelier de transformation bio ;
- Dégustations de produits biologiques locaux (avec présence ou non des producteurs et/ou transformateurs concernés) ;

- Conférences : intervention de diverses structures et personnes liées à l'agriculture biologique et/ou à la mise en place de repas bio, projection de film ;
- Etc.

A noter que dans certains territoires du Massif Central, comme l'Auvergne, des actions de sensibilisation et d'aide à la mise en place de repas bio sont financées par des collectivités.

Résultats et conseils à partir du retour d'expérience

Il est important de s'adapter au public, en termes d'outils pédagogiques utilisés, afin de captiver l'attention, mais aussi en termes de contenu de l'information. En effet, il convient de ne pas frustrer, brusquer ou braquer le public contre le bio. Il est aussi primordial de ne pas opposer les modes de production biologique et conventionnel dans les actions de sensibilisation réalisées. Pour les scolaires, des ateliers pédagogiques, ludiques, permettront une meilleure appropriation par le public des enjeux de l'AB.

Pour aller plus loin :

Contact : Auvergne Biologique

9 Allée Pierre de Fermat

63170 AUBIERE

Tél. : 04 73 28 78 34

Courriel : contact@auvergnebio.fr

Site : www.auvergnebio.fr

1.2. Comment innover pour attiser la curiosité des convives adultes dans le cadre d'un repas bio en restauration d'entreprise ?

Un certain nombre d'adultes prennent une partie de leurs repas en restauration collective, en restaurants d'entreprise notamment. Ainsi, l'introduction de produits bio dans ces restaurants est un vecteur de sensibilisation de ces convives à ce mode de production. Pour identifier les outils de sensibilisation les plus adaptés à ce public d'adultes, un groupe d'étudiantes de l'ISARA a été sollicité dans le cadre d'un projet tutoré. Leur mission : étudier les différentes méthodes d'animation et recenser les outils possibles pour sensibiliser des adultes à l'AB via la restauration collective. Les messages à faire passer auprès du public adulte étant d'ores et déjà bien identifiés par les acteurs du projet, il s'agissait surtout ici de trouver un moyen pour accrocher les gens, les faire venir vers l'information, ou les faire venir sur le stand bio pour discuter.

Il s'agissait notamment d'étoffer la gamme d'outils pédagogiques ou de sensibilisation sur l'agriculture biologique avec des idées originales. Jusqu'à présent, pour les adultes, la plupart des GAB fonctionnent avec la mise en place de quizz ou de tombola au moment du repas bio, avec un stand d'information et de dégustation.

Il faut envisager deux niveaux d'informations :

- 1^{er} niveau : il permet de susciter la curiosité, le questionnement, d'attirer les gens (aspect festif, ludique pour les interpeller). Il faut accrocher les gens avec de « l'information coup de poing », « ne pas passer inaperçu », « amener les gens à s'interroger » ;

- 2^{ème} niveau : il consiste à donner concrètement l'information sur le bio (dépliant à ramener chez soi...).

Parmi les animations identifiées, celles qui sembleraient être les plus appréciées (résultats issus d'un sondage auprès de 30 personnes) sont :

- Un apéritif légumier : dans un contexte convivial, les convives sont amenés à aborder différents sujets liés à l'agriculture biologique (saisonnalité des produits, aspects nutritionnels, production locale...). La présence des agriculteurs ayant fourni les produits représente un plus non négligeable ;
- Une décoration et une création d'atmosphère : l'objectif est ici d'attirer le convive par l'originalité d'un décor réalisé avec des produits bio (pommes suspendues au plafond par exemple) et de le faire entrer dans une ambiance de détente. Afin de limiter le gaspillage, les convives pourraient se servir parmi les produits utilisés pour cette décoration pour constituer leurs plateaux. Là encore, la présence du ou des producteur(s) peut permettre d'engager des échanges intéressants ;
- Une charrette bio : il s'agit de mettre en place un « potager bio hors-sol » avec des plantes aromatiques et des légumes. Un agriculteur, présent pendant cette animation pourrait répondre aux questions des convives, suscitées par exemple par des pancartes présentant les auxiliaires de culture. Les produits présents dans la charrette pourraient être présents dans le menu consommé le jour même au restaurant collectif. Certains convives apprécieraient même de pouvoir aller se servir en herbes aromatiques dans la charrette.

Pour aller plus loin :

Référence bibliographique :

- DECARROZ Céline, LAIR Julie, MOUYON Emilie. *Rapport Maestro : Développer les outils pédagogiques et la communication dans la RHD bio dans le Massif Central : « Comment innover pour attiser la curiosité des convives dans le cadre d'un repas bio en restauration d'entreprise ? »*. ISARA, 2012, 60 pages.

Contact : Julie GRENIER et/ou Myriam VALLAS - Pôle Agriculture Biologique Massif Central

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont

89 avenue de l'Europe - BP 35

63370 LEMPDES

Tél. : 04 73 98 69 57

Fax : 04 73 98 69 57

Courriel : jgrenier.polebio@gmail.com

myriamvallas@free.fr

1.3. Quelles animations pour sensibiliser un public étudiant à l'agriculture biologique ?

Parmi les convives qui peuvent être la cible d'actions de sensibilisation, les étudiants représentent un public particulier. Ils constituent un gisement de futurs consommateurs important dont l'information, voir l'implication, semble incontournable mais dont le budget consacré à l'alimentation est relativement limité.

Les campus de l'enseignement supérieur sont des lieux de vie à part entière, avec de nombreuses activités associatives, sportives, culturelles... Ils représentent donc des lieux d'information et de sensibilisation intéressants.

Dans ce contexte et dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile (RHD) », des actions de sensibilisation destinées à un public d'étudiants ont été proposées. Elles peuvent être mises en place :

- sur le campus, au restaurant universitaire, sur une ferme, ou encore sur internet ;
- à l'occasion d'un repas ou lors d'événements sportifs ou festifs ;
- de manière ponctuelle ou avec un investissement dans la durée...

Des fiches-actions présentent les concepts, les objectifs recherchés, et les limites d'une vingtaine d'actions, ainsi que la perception des étudiants vis-à-vis de celles-ci (à partir d'une enquête auprès de plus de 560 étudiants). De manière générale, ces derniers sont plutôt réceptifs à l'idée de l'agriculture biologique. Les actions qui peuvent aller dans le sens du développement de cette agriculture leurs paraissent essentielles mais leur budget généralement limité reste un frein important à la consommation de produits bio. Par ailleurs, les actions ponctuelles et autour d'événements festifs semblent plus fédératrices.

Pour aller plus loin :

Référence bibliographique :

- BAYLE Yannick, IYAPAH Aurélie. *Quelles animations pour sensibiliser un public étudiant à l'agriculture biologique ?* ABioDoc-VetAgro Sup, 2013, 56 pages.

Contact : Aurélie BELLEIL - ABioDoc

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont

89 avenue de l'Europe - BP 35

63370 LEMPDES

Tél. : 04 73 98 13 99

Fax : 04 73 98 13 98

Courriel : aurelie.belleil@vetagro-sup.fr ou abiodoc@educagri.fr

Site : www.abiodoc.com

2. LES OUTILS DE SENSIBILISATION

2.1. Les plaquettes et les guides

Diverses plaquettes présentant le mode de production biologique et ses intérêts pour notre santé et celle des producteurs, l'environnement, le développement local, etc. sont utilisées par les partenaires du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile (RHD) » (tableau n°1). Certaines justifient par ailleurs le coût plus élevé des produits bio.

Tableau n°1 : Les différentes plaquettes, guides et affiches disponibles

Titre	Description	Public visé	Réalisé par
Plaquette « Pourquoi consommer bio ? » 	Cette plaquette répond aux questionnements recensés lors des animations (quelles sont les garanties des produits bio, leurs intérêts pour l'environnement, la santé, le développement local, pourquoi c'est plus cher, comment diminuer le coût des produits bio). Les structures de développement de l'AB du Massif Central y sont présentées. Elle est diffusée lors de toute animation et stand à destination des adultes, lycéens et du grand public en général.	Lycéens, adultes	Auvergne Biologique
Guide « Faites entrer les repas bio à l'école » 	Ce guide pratique présente à la fois l'AB, comment accompagner les repas bio, comment mettre en place des repas bio, comment faire de la sensibilisation autour des repas bio, ainsi que des contacts et des éléments de bibliographie.	Responsables et enseignants d'établissements scolaires, gestionnaires de restaurants scolaires, élus, parents d'élèves	Auvergne Biologique
Guide « Les idées reçues de la bio »	Ce guide, illustré par une bande-dessinée, permet d'apporter des réponses argumentées contre les idées reçues de la bio.	Lycéens, adultes	Auvergne Biologique
Guide pédagogique de l'AB en Rhône et Loire 	Destiné à l'accompagnement dans le cadre du projet « Mon lycée mange bio » (partenariat entre la Région Rhône-Alpes et le réseau Corabio), ce guide est distribué à chaque établissement rentrant dans le programme. Il aide à comprendre le projet et à mettre en œuvre des animations auprès des convives. Il présente : Qui est l'ARDAB ; Les étapes clés pour un projet réussi ; Guide pour le choix d'une intervention ; Les animations ; Les supports à disposition ; Bibliographie	Equipes pédagogiques des lycées pilotes	ARDAB

Titre	Description	Public visé	Réalisé par
Plaquette pour sensibiliser les parents dont les enfants mangent bio au restaurant scolaire 	Cette plaquette (format A5, 2 pages recto verso) explique aux parents pourquoi et comment on introduit des produits bio locaux dans les menus, elle présente également les bénéfices des produits bio et les règles de production de l'agriculture biologique.	Adultes, parents	ARDAB
Affiche d'information (Figure n°1)	Cette affiche (format A2) est destinée à informer rapidement les parents de la démarche de l'établissement et des produits bio et locaux qui sont présents au menu.	Parents	ARDAB



Figure n°1 : Affiche d'information réalisée par l'ARDAB et destinée à informer les parents dans le cadre de l'introduction de produits biologiques en restaurant scolaire.

2.2. Les expositions

Tableau n°2 : Les expositions

Titre	Description	Public visé	Réalisé par
Exposition « Les idées reçues de la bio » (6 affiches)	Les objectifs de cette exposition sont : - d'interpeller sur les questions récurrentes sur la bio ; - de donner des éléments de réponse ; - d'attirer les convives sur le stand et de les sensibiliser à la bio. Une phrase sur une idée reçue de la bio tournée de façon positive ou interrogative, une illustration humoristique qui prouve le contraire de l'idée reçue, permettent d'interroger les convives. « Si, si, les produits bio made in Auvergne, ça existe ! » (<i>panneau adapté à chaque région</i>) ; « La bio, c'est fiable ! » ; « La bio, est-ce vraiment si cher ? » ; « Bon, beau et pourtant bio ! » ; « Bio ou local : du pareil au même ??? » ; « Et la bio dans les supermarchés, alors ? ».	Lycéens, adultes	Auvergne Biologique
Exposition « Le bio, c'est plus cher pour le consommateur »	Cette exposition est composée de 4 panneaux : - Parce que c'est plus cher pour le producteur, - Mais on peut manger bio sans se ruiner, - Mais ce sont des économies pour la société, - Mais c'est plus sûr. L'objectif est d'expliquer en détail pourquoi le bio est plus cher et de donner des pistes pour manger à un coût acceptable, en changeant ses habitudes alimentaires.	Lycéens, adultes	ARDAB

Figure n°2 :
Illustration réalisée
pour l'exposition
« Les idées reçues
de la bio »

Dessin réalisé par
Bénédicte Moret, de
l'atelier Bloutouf.



2.3. Les pancartes de produits

Tableau n°3 : Les pancartes de produits

Titre	Description	Public visé	Réalisé par
Pancartes-produits 	Exposées lors de repas bio dans le self et distribuées avec les commandes de repas bio d'Auvergne Bio Distribution, elles présentent les particularités d'un produit.	Self des écoles primaires, collèges et lycée	Auvergne Biologique

2.4. Les jeux

Tableau n°4 : Les jeux

Titre	Description	Public visé	Réalisé par
Cocottes en papier	Elles présentent des questions et des chiffres sur la bio. Elles sont distribuées aux écoles primaires avec les commandes de repas bio d'Auvergne Bio Distribution.	Elèves des écoles primaires	Auvergne Biologique
Quiz  Dessin : Bénédicte Moret	Il pose des questions et présente des chiffres sur la bio. Il est distribué aux écoles primaires avec les commandes de repas bio d'Auvergne Bio Distribution.	Elèves des écoles primaires	Auvergne Biologique
Jeu de l'oie « Nuggets ou Butternut ? Le jeu de la consommation responsable »  Dessin : Bénédicte Moret	« Nuggets ou Butternut ? » mêle hasard et choix des joueurs pour réfléchir sur nos modes de consommation alimentaire et sur l'action que l'on peut avoir. Les joueurs font la somme des points récoltés sur chaque case ainsi que ceux gagnés sur les cases « le savez-vous ? », « quiz » et « débat ». Selon leur score, ils se réfèrent au type de consommation alimentaire qui correspond. Les joueurs discutent entre eux pour savoir quels leviers ils ont identifié pour mieux consommer sur leur territoire.		Agri Bio Ardèche
Jeu de rôle « Comment mettre en place un repas bio ? »	C'est un jeu de simulation où les élèves représentent des personnages liés à la thématique de la restauration collective scolaire (cuisinier, personnel de cuisine, maire, chef d'établissement, parents d'élèves, élèves, professeurs, fournisseur de la RHD...) pour un projet d'introduction de produits bio et locaux dans le restaurant scolaire qui sera discuté en réunion. Les élèves ont un temps de préparation pour leur rôle, avant la réunion. Un débriefing se réalise par la suite sur ce projet.	Elèves des écoles primaires (CM2), collèges, lycées, adultes	Auvergne Biologique

2.5. Les autres réalisations

Tableau n°5 : Les autres réalisations

Titre	Description	Public visé	Réalisé par
Le plateau repas	En groupe, à travers une enquête sur un plateau repas (industriel, local, bio local, bio pas local), les élèves seront amenés à se questionner sur les origines et les conséquences de leur alimentation (composition, prix, intermédiaires, localité, emballage, ...).	Collèges, lycées	Auvergne Biologique
Maquette de sol	Cette maquette permet de montrer l'impact des pesticides et d'autres polluants.	Collèges, lycées	Auvergne Biologique

D'autres supports, fabriqués par d'autres structures, sont utilisés en région :

- Affiches, autocollants, cartes postales, vidéos, stop rayons, guirlandes ;
- Outils de l'Agence Bio.

Un ensemble de vidéos est également utilisé pour des actions de sensibilisation. Parmi elles :

- « *Ma petite planète chérie* », 2 épisodes « *La coccinelle et le puceron : un équilibre biologique fragile* » et « *Le hérisson amoureux, la vie dans une haie campagnarde* », 5 min (4-6 ans) ;
- « *C'est pas sorcier* » : DVD « *Nourrir la planète* », épisode « *Pesticides : attention danger* » et épisode « *Bio et compagnie : vers une autre agriculture* », FR3 Productions, 20 min, (9-14 ans) ;
- « *Bio-attitude sans béatitude* », O. Sarrazin, Réal productions et FR3 Champagne-Ardenne, 45 ou 20 min, (12-18 ans) ;
- « *Nos enfants nous accuseront* », J.-P. Jaud, 112 min, (15-18 ans) ;
- « *Pesticides, non merci, dangers et alternatives* », Adabio, 45 min, (15-18 ans) ;
- « *Bio et local en restauration collective : c'est possible* », produit par l'IFORE en partenariat avec la FNAB. Il a été réalisé en Champagne-Ardenne et porte sur l'expérience de MBCA ;
- « *La Minute bio* » de l'Agence Bio (collège, lycée, adulte).

Pour aller plus loin :

Auvergne Biologique a réalisé un tableau recensant toutes les actions de sensibilisation par type de public avec les outils pédagogiques utilisés par les partenaires du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la RHD ».

Des sites internet, dédiés au bio en restauration collective, rassemblent des outils de sensibilisation :

- www.repasbio.org : il rassemble une partie des outils d'accompagnement ;
- www.restaurationbio.org : c'est une plateforme de recueil et de partage d'expériences de restauration collective bio locale (fiches correspondant à vos caractéristiques propres) ;
- www.agencebio.org/restauration et <http://outilsdecom.agencebio.org> : ces sites apportent plus d'informations sur les outils disponibles de l'Agence Bio.

Contacts :

Elodie LE GAL - Agri Bio Ardèche

4 avenue de l'Europe Unie - BP 421

07004 PRIVAS cedex

Tél. : 04 75 64 82 96

Fax : 04 75 20 28 05

Courriel : legal.agribioardeche@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/agri-bio-ardeche

Elodie ROLLAND - ARDAB

Maison des agriculteurs

Avenue du Général De Gaulle - BP 53

69530 BRIGNAIS

Tél. : 04 72 31 59 99

Fax : 04 72 31 65 57

Courriel : elodie-ardab@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

Auvergne Biologique

9 Allée Pierre de Fermat

63170 AUBIERE

Tél. : 04 73 28 78 34

Courriel : contact@auvergnebio.fr

Site : www.auvergnebio.fr

3. CONCLUSION

L'introduction de produits biologiques en restauration collective, au-delà de représenter un débouché non-négligeable pour ces produits, est un moyen intéressant de faire connaître l'agriculture biologique et d'y intéresser les potentiels consommateurs. Pour avoir un réel impact, cette introduction doit nécessairement s'accompagner d'actions de sensibilisation, dans le but de bien faire comprendre la démarche et d'impliquer pleinement les convives dans leurs choix alimentaires. C'est une des missions des structures de développement de l'agriculture biologique et nombreuses sont celles qui s'impliquent dans de telles actions de sensibilisation.



Les leviers d'action politiques pour développer l'approvisionnement en produits biologiques de la restauration collective

- ✓ Sensibiliser les élus au développement des produits biologiques dans la restauration collective
- ✓ Le foncier agricole : contexte et opportunités pour le développement de l'agriculture biologique
- ✓ Inventaire et évaluation des politiques d'appui au développement des produits biologiques en restauration collective dans le territoire du Massif Central

FICHE THEMATIQUE N°6 :

LES LEVIERS D'ACTION POLITIQUES POUR DEVELOPPER L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS BIOLOGIQUES DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

Types d'action : études, création d'outils, expérience.

Mots clefs : politiques, collectivités territoriales, élus.

Résultats produits dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile » (2008-13), financé par l'Etat (FNADT), les Conseils Régionaux Auvergne, Limousin, Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées dans le cadre de la Convention de Massif/Massif Central.

Dans les témoignages de nombreuses expériences réussies, le volontarisme des élus se révèle être un élément central de l'introduction des produits biologiques dans la restauration hors domicile. Les collectivités territoriales à plusieurs niveaux sont impliquées, des communes ou communautés de communes qui ont la tutelle des écoles maternelles et primaires, jusqu'aux conseils généraux et régionaux qui ont la tutelle des établissements du secondaire. Pour de nombreux partenaires du Pôle ABMC, pilote du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile (RHD) », qui travaillent en étroite relation avec ces collectivités, il est apparu essentiel d'identifier les leviers de la sensibilisation des élus. De plus, la question de l'accès au foncier se posant de manière récurrente pour les acteurs, une synthèse bibliographique sur les leviers d'action des collectivités pour donner accès au foncier agricole a été réalisée. Enfin, constatant la grande diversité des politiques des conseils généraux et régionaux à l'échelle du Massif Central, une étude a permis d'apporter une meilleure visibilité sur les leviers d'action politiques les plus pertinents pour assurer le développement de la restauration biologique hors domicile.

1. SENSIBILISER LES ELUS AU DEVELOPPEMENT DES PRODUITS BIOLOGIQUES DANS LA RESTAURATION COLLECTIVE

Plusieurs actions ont d'abord été conduites afin de sensibiliser les élus au développement des produits biologiques dans la restauration collective de leurs territoires.

1.1. Colloque « Du Bio en restauration collective, c'est possible ! »



Le colloque « Du bio en restauration collective, c'est possible ! », co-organisé par le Pôle Agriculture Biologique Massif Central et Auvergne Biologique, a eu lieu le 18 octobre 2012. Il s'adressait à tous les acteurs de la restauration collective du secteur de l'enseignement, du travail, de la santé et du social : élu, gestionnaire, cuisinier, enseignant, membre d'une association de parents d'élèves ou d'un comité d'entreprise... Plus de 200 personnes ont participé, majoritairement des gestionnaires et cuisiniers de restaurants collectifs, accompagnés d'élus, de représentants des collectivités territoriales, de stagiaires et d'enseignants de la Licence Pro ABCD (Agriculture Biologique : Conseil et Développement), d'animateurs de groupements d'agriculteurs biologiques...

Des professionnels ont apporté des éléments sur l'intérêt de développer les repas bio en restauration collective pour leur territoire (développement local, préservation de l'environnement...) et sur la façon de procéder, notamment pour introduire un maximum de produits bio locaux. Ce colloque se voulait avoir une approche très concrète et a permis d'échanger sur des expériences réussies, d'obtenir des réponses aux questions récurrentes (gestion du coût, appels d'offre, préparation des produits bio...), des contacts, des informations sur les outils et formations possibles...



Crédit Photo : Aurélie BELLEIL

Pour aller plus loin :

Les actes de ce colloque sont disponibles en ligne sur le site d'ABioDoc : www.abiodoc.com/pole-ABMC, rubrique Les publications du Pôle / Restauration hors domicile.

Contact : Julie GRENIER - Pôle Agriculture Biologique Massif Central

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont

89 avenue de l'Europe - BP 35

63370 LEMPDES

Tél. : 04 73 98 69 57

Fax : 04 73 98 69 57

Courriel : jgrenier.polebio@gmail.com

1.2. *Guide à destination des élus : L'agriculture biologique pour répondre aux enjeux du développement durable des territoires*



Ce guide est le fruit d'une étude bibliographique sur les effets bénéfiques de l'agriculture biologique à l'échelle d'un territoire ainsi que d'un recensement des expériences initiées par des élus visant au développement de ce mode de production. Il a été réalisé par une stagiaire d'ABioDoc, dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile (RHD) ». Il est destiné aux élus des collectivités territoriales et de territoires tels que les communautés de communes ou d'agglomérations, les Pays, les Parcs Naturels Régionaux... qui souhaitent aborder dans leur politique locale la question d'une agriculture durable et faire émerger des projets répondant aux enjeux qui lui sont liés. Concernant les expériences identifiées, l'auteur a mis en exergue l'origine des démarches, leur mise en place mais aussi leurs facteurs de réussite et les freins qu'elles ont rencontrés. Ce recueil a pour vocation de favoriser ou d'approfondir une réflexion pour aller plus loin et faire éclore de nouvelles initiatives.

Pour aller plus loin :

Référence bibliographique :

- GALAIS Marie-Aude. *L'agriculture biologique pour répondre aux enjeux du développement durable des territoires : Guide à destination des élus*, Lempdes, ABioDoc-VetAgro Sup, 2010, 84 p.
⇒ Document disponible en format informatique sur demande auprès d'ABioDoc.

Contact : Aurélie BELLEIL et/ou Sophie VALLEIX - ABioDoc

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont
89 avenue de l'Europe - BP 35
63370 LEMPDES
Tél. : 04 73 98 13 99
Fax : 04 73 98 13 98
Courriel : abiodoc@educagri.fr
Site : www.abiodoc.com

1.3. *Autres actions conduites par les partenaires du Pôle Agriculture Biologique Massif Central*

- **Outil : fiches de sensibilisation des collectivités au développement de l'agriculture biologique.**

Les collectivités territoriales sont de plus en plus nombreuses à inscrire leur action politique dans une perspective de développement durable. La mise en place de repas bio en restauration collective en est une belle illustration. Cependant, l'ensemble des filières biologiques est

confronté à un problème majeur : la demande est bien supérieure à l'offre. Or, l'objectif est bien de fournir aux citoyens des produits biologiques issus des fermes de notre territoire.

Dans ce contexte, le développement des surfaces bio est un enjeu pour demain. Les collectivités territoriales ont un rôle à jouer pour relever ce défi. Ces fiches présentent les actions détaillées que l'ARDAB, l'Association des producteurs biologiques du Rhône et de la Loire, propose pour accompagner les collectivités qui souhaitent s'investir pour le développement de l'agriculture biologique sur leur territoire :

- Diagnostic du « potentiel bio » de votre territoire ;
- Accompagner les agriculteurs de votre territoire vers l'agriculture biologique ;
- Introduire des produits bio dans votre restaurant scolaire ;
- Sensibilisation à l'agriculture biologique ;
- Faciliter l'accès des consommateurs aux produits bio.



Contact : Elodie ROLLAND et/ou Bérénice BOIS - ARDAB

Maison des agriculteurs

Avenue du Général De Gaulle - BP 53

69530 BRIGNAIS

Tél. : 04 72 31 59 96 ou 04 72 31 59 99

Fax : 04 72 31 65 57

Courriel : elodie-ardab@corabio.org, berenice-ardab@corabio.org, contact-ardab@corabio.org

Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

▪ **La cantine biologique dans l'Autunois : Jardinage bio à l'échelle du territoire**

La cuisine centrale d'Autun, desservant plusieurs cantines de la Communauté de Communes de l'Autunois (CCA), introduit depuis plusieurs années des produits biologiques. Des agriculteurs biologiques souhaitent augmenter la part de leur production dédiée à ce débouché, notamment en légumes. Pour y parvenir, tous les acteurs ont besoin de réfléchir et de s'engager ensemble pour lever petit à petit les freins existants.

Les objectifs des actions menées sont d'accompagner l'engagement mutuel autour de la restauration collective bio dans la commune d'Autun, puis d'augmenter la part de légumes biologiques issus du territoire dans les restaurants scolaires. Pour ce faire, les gestionnaires et cuisiniers doivent être formés à l'introduction de produits bio locaux, qui nécessitent de travailler différemment. La communication joue un rôle primordial dans la réussite de ce projet, avec notamment une mise en avant de trois projets de la CCA que sont le jardinage pédagogique bio, la restauration collective bio et la gestion alternative des espaces verts. Enfin, en favorisant les produits biologiques dans la restauration collective, l'objectif global vise la diminution des utilisations d'intrants, des pesticides et des infiltrations dans les sols et les eaux du territoire.

Pour augmenter la part de produits bio dans les restaurants collectifs de la CCA, plusieurs actions ont été menées :

- Une journée de formation aux conditions d'introduction de produits biologiques locaux, destinée aux personnels des restaurants scolaires, a été organisée ;
- Un groupe de travail a été constitué pour la création d'un système alimentaire local biologique, permettant de mettre en relation les producteurs, les cuisiniers et les rédacteurs des marchés publics ;
- Après avoir réuni et motivé les acteurs du projet, l'organisation de l'approvisionnement et la planification de la production ont été mises en place ;
- Enfin, les élèves et leurs parents ont été associés au projet pour une découverte de ces légumes biologiques.

Les principaux acteurs impliqués sont la cuisine centrale d'Autun, les restaurants collectifs (collège, lycée, Etablissement St Exupéry...), Autun Morvan Initiatives, des maraîchers locaux engagés en agriculture biologique et des porteurs de projet à l'installation et à la conversion biologique.

Contact : Marion PRIMAT et/ou Marianne ROISIN - SEDARB

19, avenue Pierre Larousse - BP 382

89006 AUXERRE Cedex

Tél. : 03 86 72 92 20

Courriel : marion.primat@sedarb.org, marianne.roisin@sedarb.org, sedarb@sedarb.org

2. LE FONCIER AGRICOLE : CONTEXTE ET OPPORTUNITES POUR LE DEVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

L'accès au foncier est l'un des freins majeurs à l'installation agricole. Actuellement, en France, l'équivalent d'un département perd sa vocation agricole tous les sept ans à cause de l'urbanisation, et ce phénomène s'accompagne d'abandons de terres qui ne sont plus mises en cultures. La disparition de ces espaces de production, qui concerne majoritairement les zones périurbaines, représente d'autant moins de sources d'approvisionnement local pour la restauration hors domicile. À l'inverse, ce débouché peut être un levier pour favoriser et faciliter l'installation de porteurs de projet. Face à cette situation, des outils réglementaires et politiques ont été créés. Encore peu utilisés, ils sont parfois jugés insuffisants. Ainsi, d'autres types d'expériences, à l'initiative d'associations de développement de l'agriculture (notamment biologique), d'agriculteurs ou de citoyens, se mettent en place peu à peu sur l'ensemble du territoire. Après un point sur la problématique du foncier agricole, sur les mécanismes économiques et réglementaires en jeu, et sur les acteurs du foncier, cette synthèse présente certaines de ces initiatives, qui mobilisent un panel d'acteurs et d'outils variés.



Crédit Photos : Aurélie BELLEIL, Agence Bio, Commission Européenne, Nicolas MARTIN

Pour aller plus loin :

Référence bibliographique :

- BELLEIL Aurélie. *Le foncier agricole : Contexte et opportunités pour le développement de l'agriculture biologique*, ABioDoc-VetAgro Sup, 2013, 92 p.
⇒ Document disponible sur le site d'ABioDoc www.abiodoc.com, rubrique Documents.

Contact : Aurélie BELLEIL et/ou Sophie VALLEIX - ABioDoc

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont
89 avenue de l'Europe - BP 35
63370 LEMPDES
Tél. : 04 73 98 13 99
Courriel : abiodoc@educagri.fr
Site : www.abiodoc.com

Comment les collectivités territoriales peuvent-elles permettre le développement de l'agriculture biologique en milieu périurbain en Aveyron ?

L'APABA a réalisé une étude visant à identifier les moyens à disposition des collectivités pour permettre le développement de l'agriculture biologique en milieu périurbain en Aveyron.

Pour cela, des élus, des partenaires agissant sur le foncier, des partenaires travaillant sur le repérage et le suivi des porteurs de projet et les agriculteurs ont été mobilisés et ceci afin :

- D'identifier les lacunes, les outils et les compétences de chaque acteur dans la réalisation d'un tel projet ;
- D'identifier comment les acteurs peuvent être complémentaires les uns par rapport aux autres en fonction de leurs compétences et de leurs lacunes dans certains domaines ;
- D'identifier la place de chaque acteur dans un partenariat au travers d'un groupe de travail éventuel ;
- D'avoir une vision globale de faisabilité du projet au niveau départemental.

L'ensemble des acteurs interrogés étaient d'accord pour dire que les initiatives visant à développer l'agriculture biologique en zone périurbaine seront amenées à se développer (demande de la société, encouragement d'ordre politique...). Dans l'Aveyron, les outils nécessaires pour concrétiser ce type d'actions existent mais il y manque encore, comme ailleurs, une réelle volonté politique qui permettrait à ces projets de se multiplier.

L'idée, impulsée par l'APABA à travers cette étude, semble déjà avoir initié quelques initiatives.

Pour aller plus loin :

Contact : Lionel LABIT et/ou Sarah DELECOURT - APABA

Carrefour de l'agriculture
12026 RODEZ Cedex 9
Tél. / fax : 05 65 68 11 52
Courriel : restoco@aveyron-bio.fr
Site : www.aveyron-bio.fr

3. INVENTAIRE ET EVALUATION DES POLITIQUES D'APPUI AU DEVELOPPEMENT DES PRODUITS BIOLOGIQUES EN RESTAURATION COLLECTIVE DANS LE TERRITOIRE DU MASSIF CENTRAL

Un inventaire des aides mises en place par 15 départements et 6 régions révèle une grande diversité de politiques d'intervention des collectivités territoriales pour développer l'introduction des produits biologiques dans la restauration collective. Trente entretiens semi-directifs réalisés avec des professionnels en lien avec le milieu de la restauration collective (GAB/GRAB, conseils généraux, régionaux, DRAAF, cuisiniers...) ont permis d'évaluer à dire d'experts les facteurs clefs de réussite et d'échec de ces politiques. En voici quelques principaux résultats.

Des politiques envisagées de manière intégrée

Trois grands types d'intervention des collectivités territoriales se dégagent :

- l'appui à la structuration des filières d'approvisionnement de la RHD en produits bio,
- les aides directes aux repas pour les restaurants scolaires sous réserve de l'application d'un cahier des charges spécifique,
- les actions de sensibilisation et la formation des acteurs.

La mise en musique de ces trois niveaux d'intervention au sein d'une stratégie intégrée se révèle être un facteur clef de réussite des politiques, alors que des politiques d'aides aux repas isolées de tout accompagnement peinent à installer des dynamiques pérennes.

Implication des acteurs et mise en réseau

Cette intervention publique se déroule le plus souvent dans un partenariat étroit avec les associations de développement de l'agriculture biologique, chambres d'agriculture, cuisiniers et gestionnaires des établissements. L'implication de tous les acteurs et leur mise en réseau joue un rôle central dans la consolidation de dynamiques sur le long terme. Ainsi, par exemple, dans le département de la Loire, la mise en place d'un réseau de formation des cuisiniers a permis de créer un climat de confiance. Alors que les politiques des différentes collectivités se superposent dans les établissements d'un même territoire sans nécessairement être pensées en lien les unes avec les autres (politique régionale pour les lycées, départementale pour les collèges, communale et intercommunale pour les écoles primaires), l'implication des acteurs est aussi le support d'effets d'entraînements : structuration de la filière, compétence des acteurs d'accompagnement et des professionnels, sensibilisation des familles.

Des aides régulières et ajustées à leur contexte

Les aides aux repas sont soumises à des cahiers des charges plus ou moins contraignants : repas 100% bio, aide à l'introduction d'une sélection de produits subventionnés, ou encore financement de plats bio. Alors que les dispositifs trop restrictifs dans leurs contraintes engendrent une démobilitation des cuisiniers qui n'ont pas de marges d'action, les dispositifs qui privilégient l'introduction régulière de produits facilitent la structuration des filières et l'organisation des acteurs dans la longue durée. L'étude souligne l'importance de la prise en considération du contexte dans l'élaboration des politiques : taille des cuisines et modes de gestion, dynamiques agricoles locales, organisation du territoire et des bassins de

consommation. Ainsi, le conseil général de Corrèze a planifié avec les producteurs l'approvisionnement en viande pour l'ensemble de l'année en répartissant les différents morceaux entre établissements.

Enfin, l'étude souligne l'importance de l'accompagnement des politiques par le financeur : communication sur le dispositif ; accompagnement des cuisiniers et gestionnaires des établissements ; suivi, réactivité et ajustement de la politique aux retours d'expérience.

Pour aller plus loin :

Référence bibliographique :

- LAIR Julie. *Les politiques d'appui au développement des produits biologiques en restauration collective dans le territoire du Massif Central*. Mémoire de fin d'études en cours de rédaction, ISARA-Lyon.

Contact : Perrine VANDENBROUCKE - ISARA-Lyon

Agrapôle

23 rue Jean Baldassini

69364 LYON Cedex 07

Tél. : 04 27 85 86 71

Tél. Standard : 04 27 85 85 85

Fax : 04 27 85 85 86

Courriel : pvandenbroucke@isara.fr

Site : www.isara.fr

4. CONCLUSION

Il se dégage de ces études et échanges d'expériences que le Massif Central est un vivier d'expérimentations multiples des collectivités pour accompagner le développement des produits biologiques sur leurs territoires. Le projet a été le support d'échanges intéressants entre les partenaires impliqués dans la compréhension tant des facteurs d'échecs que des facteurs de réussite des politiques mises en œuvre. Ces échanges sont un support clef d'innovation pour une meilleure efficacité des politiques en fonction des contextes organisationnels, territoriaux et agricoles locaux.



L'introduction de produits biologiques dans la restauration collective sur le Massif Central : évolution de 2010 à 2012

- ✓ Les objectifs de l'observatoire
- ✓ La méthodologie utilisée
- ✓ Les principaux résultats obtenus

FICHE THEMATIQUE N°7 : L'INTRODUCTION DE PRODUITS BIOLOGIQUES DANS LA RESTAURATION COLLECTIVE SUR LE MASSIF CENTRAL : EVOLUTION DE 2010 A 2012

Types d'action : analyse annuelle et pluriannuelle.

Mots clefs : observatoire, enquête, restaurant collectif, Massif Central.

Résultats produits dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile » (2008-13), financé par l'Etat (FNADT), les Conseils Régionaux Auvergne, Limousin, Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc Roussillon et Midi-Pyrénées dans le cadre de la Convention de Massif/ Massif Central.

L'approvisionnement de la restauration collective par des produits bio s'est fortement développé, notamment suite au Grenelle de l'Environnement et au plan Barnier, aussi bien au niveau national que sur le Massif Central. Toutefois, la demande reste encore souvent irrégulière et instable. C'est pourquoi un observatoire sur l'introduction des produits bio en restauration collective a été mis en place en 2011 à l'échelle du Massif Central par le Pôle Agriculture Biologique Massif Central.

1. LES OBJECTIFS DE L'OBSERVATOIRE

Cet observatoire a plusieurs objectifs :

- **informer** : avoir un suivi annuel et une vision de l'évolution des actions d'introduction des repas bio, faire un bilan quantitatif et qualitatif (repas et volumes de produits), identifier les besoins et les attentes des restaurants collectifs ;
- **proposer** : mieux accompagner les restaurants collectifs et définir de nouvelles actions pour répondre à leurs besoins ;
- **évaluer les actions mises en place pour développer l'introduction de produits biologiques en restauration collective** : apprécier le service d'approvisionnement, l'adaptation des produits bio à la préparation dans les conditions de la restauration collective, l'accompagnement pédagogique, la communication, etc.

Les résultats de cet observatoire peuvent servir à différents utilisateurs : membres du projet « *Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile* », acteurs du développement de l'agriculture biologique, financeurs et restaurants collectifs.

2. LA METHODOLOGIE UTILISEE

Les données chiffrées (volumes, nombre de repas...) sont difficiles à obtenir auprès des restaurants collectifs. Toutefois, il était important pour les acteurs du projet de connaître l'évolution de l'introduction de produits bio en restauration collective de façon générale, c'est-à-dire auprès des établissements ne se servant pas forcément auprès des plateformes du Massif Central ou n'ayant aucun lien avec les acteurs du développement de l'AB. Enfin, des enquêtes réalisées auprès de restaurants collectifs ont permis aux acteurs du projet de mieux connaître leurs besoins afin d'y répondre au mieux. C'est pourquoi un observatoire a été mis en place entre 2010 et 2012 auprès de 146 restaurants collectifs introduisant des produits bio. Cet échantillon a été choisi afin d'être le plus représentatif :

- du Massif Central ;
- des différents secteurs de la RC (enseignement, travail, santé/social, autres) ;
- de la réalité : sondage aléatoire auprès de tous types de restaurant collectif.

Cet observatoire a donc permis de suivre sur trois ans, à l'aide d'un questionnaire, ces 146 établissements afin de connaître l'évolution et les difficultés rencontrées dans le cadre du projet d'introduction de produits AB.

Tableau n°1 : Les caractéristiques des établissements constituant l'échantillon d'analyse de 2010 à 2012

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

La méthode utilisée depuis 2010 consiste à n'interroger que les cuisines seules et centrales. Ensuite, a été opérée une généralisation des réponses obtenues auprès des cuisines centrales sur celles des cuisines satellites qui leur sont rattachées.

Afin de percevoir l'évolution du nombre de repas AB servis à l'échelle du Massif Central, la méthode de calcul mise en place a pris en compte :

- Le fait que l'introduction de produits AB, quelques soient leurs formes (un ou plusieurs produits, plats, menus 100 % AB) ne se fait qu'au déjeuner. Il convenait donc au préalable de connaître le nombre de repas servis au déjeuner par les établissements ;
- le type d'introduction que les établissements pratiquent (plats, produits, menus) et leurs fréquences d'introduction (hebdomadaire, mensuelle...). A chaque fréquence d'introduction correspond un coefficient multiplicateur (tab.n°2) appliqué au nombre de repas servis au déjeuner.

Tableau n°2 : La méthode de calcul des repas AB servis par les établissements de notre échantillon d'analyse, 2010-2012

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

3. LES PRINCIPAUX RESULTATS OBTENUS

Aucun établissement n'a changé de statut pendant la période étudiée (cuisines centrales, seules et satellites) et ils ont tous conservé le même mode de gestion, ce qui implique que depuis 2010, **un seul** établissement en gestion concédée et **145** en gestion directe ont été suivis.

En revanche, certains établissements n'ont pas continué ce projet d'introduction de produits bio. En 2011, **deux** ont arrêté pour reprendre en 2012, et en 2012, **sept** structures ont arrêté toutes introductions. Les principales raisons sont liées à : des problèmes de coût, de restructuration des cuisines, de réticences vis-à-vis de l'AB (convives, cuisiniers et/ou personnel de cuisine). Par ailleurs, la préférence pour l'introduction de produits locaux (conventionnels ou non) est aussi un argument avancé.

En 2010, il avait été demandé aux établissements l'origine de ce projet d'introduction, et **34 %** d'entre eux avaient cité la pression liée aux objectifs de l'Etat et **21 %** le choix des élus (donnée à rattacher à la première).

Pour ce qui est des principales motivations afin de poursuivre ce projet d'introduction, cela reste, principalement depuis 2011, la pression liée aux objectifs de l'Etat (tab.n°3), alors qu'en 2010, c'était l'environnement qui arrivait en tête (**39 %**).

D'autre part, les établissements ayant continué ce projet d'introduction nous ont cité un certain nombre de freins. Le principal reste, depuis 2010, le surcoût que cette introduction peut entraîner, principalement en 2010 (**93 %**), contre **79 %** en 2011 et **46 %** en 2012. Cette évolution s'explique par le fait que les établissements ont progressivement réussi à gérer leur surcoût par différents moyens (promotions, changement de rythme d'introduction et de type d'introduction...).

Tableau n°3 : Les principales motivations des établissements à poursuivre le projet d'introduction de produits AB, 2010-2012

	2010	2011	2012
Demande des usagers	0,7 %	20 %	2 %
Proximité	0,7 %	2 %	5 %
Aspect éducatif	4 %	3 %	8 %
Environnement	4 %	8 %	39 %
Projet d'établissement	4 %	3 %	4 %
Autres	6 %	15 %	5 %
Motivation de l'équipe de cuisine	13 %	3 %	
Produit de qualité	27 %	4 %	5 %
Pression de l'état	41 %	42 %	17 %
Choix des élus locaux			9 %
Subventions			6 %

Quel est ce surcoût expliquant l'obstacle à l'introduction de (plus) produits AB ?

En 2012, sur l'échantillon d'étude, **94 %** des sondés ont pu estimer le surcoût matière moyen soit d'un menu 100 % AB soit d'un menu composé d'un ou plusieurs produits AB par rapport au coût matière d'un repas conventionnel :

- coût matière d'un repas conventionnel : 2,5 € en moyenne.
- coût matière d'un menu 100 % AB : 3,6 € en moyenne.
- coût matière d'un repas comprenant un ou plusieurs produits AB : 2,8 € en moyenne.

Selon ces éléments, l'introduction d'un ou plusieurs produits AB dans les menus coûte moins cher que celle de menus 100 % AB, ce qui explique que ce premier type d'introduction soit le plus privilégié par les structures.

Malgré les freins, les contraintes et les abandons, le nombre totaux de repas AB servis par les établissements de l'échantillon d'analyse depuis 2010 a augmenté. En effet, en 2010, **716 113** repas AB ont été servis, contre **1 680 095** en 2012, soit **135 %** d'augmentation en deux ans.

Pour ce qui est des types d'introduction, trois ont été recensés : des menus 100 % AB, des plats biologiques et un ou plusieurs produits AB.

En 2010, **610 776** repas composés d'un ou plusieurs produits AB ont été servis, contre **1 397 240** en 2011 et **1 520 931** en 2012. C'est aussi le type d'introduction qui compose le plus le nombre total des repas AB servis à l'échelle du Massif Central, puisqu'il représente :

- **85 %** du total des repas AB pris en 2010 ;
- **83 %** du total des repas AB pris en 2011 ;
- **91 %** du total des repas AB pris en 2012.

Pour les plats AB qui ont été servis depuis 2010, une évolution caractéristique apparaît avec une importante phase d'augmentation de 2010 à 2011, puis une phase de diminution de 2011 à 2012. Ceci s'explique par la préférence des établissements à introduire des produits biologiques puis des menus 100 % AB. Les résultats obtenus pour ce type d'introduction sont :

- **25 404** plats AB ont été servis en 2010, soit 4 % du total des repas AB servis ;

- **204 314** plats AB ont été servis en 2011, soit 15 % du total des repas AB servis ;
- **100 255** plats AB ont été servis en 2012, soit 6 % du total des repas AB servis.

Pour les menus 100 % AB, une diminution de **26 %** a été observée de 2010 à 2012, et ce malgré une augmentation de **50 %** entre 2011 et 2012 :

- **79 933** menus 100 % AB ont été servis en 2010, soit 11 % du total des repas AB servis ;
- **39 057** menus 100 % AB ont été servis en 2011, soit 3 % du total des repas AB servis ;
- **58 909** menus 100 % AB ont été servis en 2012, soit 4 % du total des repas AB servis.

En ce qui concerne les fournisseurs de produits AB, ce sont les **grossistes mixtes** qui dominent le marché en étant les principaux fournisseurs pour **61,5 %** des sondés en 2010, **65 %** en 2011 et **42 %** en 2012. Les **grossistes biologiques** sont aussi de plus en plus sollicités, avec **22 %** en 2012 contre **12 %** en 2010. Une autre tendance apparaît : le recours croissant aux plateformes de distribution (**24 %** en 2012 ; **12 %** en 2010).

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

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

711 produits AB ont été introduits en 2010, **1 414** en 2011 et **2 169** en 2012. Les quatre produits AB les plus introduits depuis 2010 ont évolué (tab. n°4). Les yaourts restent les principaux produits AB introduits depuis 2010. En 2012, ils sont suivis par les carottes, les tomates et les pommes de terre. Point commun avec 2011, les tomates, les carottes et les pommes de terre sont aussi les plus introduites. En revanche, en 2010, la viande bovine faisait partie des quatre produits AB les plus introduits. Cette situation s'explique par le fait que le prix de la viande est plus élevée en général que d'autres produits et encore plus lorsque la viande est biologique. Il faut toutefois nuancer cette situation par le fait que peu de produits AB étaient introduits en 2010.

La majorité des produits provient de France, mais de régions hors Massif Central (**64 %** en 2010, **68,5 %** en 2011 et **59 %** en 2012). **28 %** avaient une provenance locale en 2010, contre **16 %** en 2011 et **21 %** en 2012, et **8 %** provenaient du Massif Central (région du Massif Central mais différente de celle de l'établissement sondé) en 2010, **9,4 %** en 2011 et **12 %** en 2012. Notons qu'en 2012 seulement **4 %** des produits AB introduits provenaient de l'étranger et **2,1 %** en 2011 et cela concerne essentiellement des produits exotiques comme les bananes, ananas...

Tableau n°4 : Les quatre produits AB les plus introduits par les établissements de l'échantillon d'étude, 2010-2012

	2012	2011	2010
Yaourts	5,8 %	6,5 %	14,5 %
Carottes	5 %	5,7 %	11,1 %
Pommes de terre	4,8 %	5,8 %	
Tomates	4,9 %	5,6 %	7,7 %
Viande bovine			8,6 %

Parallèlement à ces produits biologiques, il a été demandé aux établissements s'ils introduisaient d'autres produits labélisés. En 2010, **61 %** des établissements en ont introduits, contre **72 %** en 2011 et **88 %** en 2012. Pour ce qui est de l'origine géographique de ces produits labélisés (tab.n°5), une tendance à l'approvisionnement local se dessine fortement, puisqu'en 2010, **43 %** avaient une provenance locale, contre **66 %** en 2011 et **71 %** en 2012. Ces produits sont assez divers : fromages de type AOC, AOP et IGP (Saint Nectaire, Rocamadour...), viande sous label rouge mais aussi des volailles fermières ainsi que des fruits comme les pommes du Limousin.

Les motivations des établissements afin d'introduire d'autres produits labélisés sont :

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

Tableau n°5 : L'origine géographique des autres produits labélisés introduits par les établissements, 2010-2012

	2012	2011	2010
France et locale	19 %	12 %	2 %
France	10 %	12 %	28 %
Locale	71 %	66 %	43 %
Non connu	9 %	10 %	27 %

En 2012, nous nous sommes interrogés sur le positionnement des établissements vis-à-vis des produits locaux. Pour **36,6 %** d'entre eux, un produit local est avant tout un produit issu du département de l'établissement (tab. n°6). Certains ont davantage détaillé leurs propos en déterminant une zone géographique d'origine, mais aussi une aire d'influence maximale. Pour **5 %** des sondés, c'est un produit issu d'une petite localité, celle de la commune de l'établissement et de ses environs, à l'image d'une communauté de communes dont l'approvisionnement à partir de l'établissement se fait dans un rayon maximal de 50 kilomètres.

Tableau n°6 : Les définitions données par les établissements des produits locaux, 2012

Produits de la commune de l'établissement et de ses environs	Produits de la commune de l'établissement et des environs dans un rayon maximal d'approvisionnement de 20 à 50 km	Produits du département de l'établissement	Produits du département de l'établissement dans un rayon maximal de 100km	Produits de la région de l'établissement	Produits de la région de l'établissement avec un rayon maximal de 100km	Produit dont l'approvisionnement se fait à une distance maximum de 100km	Produits de saison
13 %	5 %	36,6 %	2,8 %	15 %	10 %	13,6 %	3,6 %

D'autre part, les établissements sondés privilégient avant tout la provenance des produits au mode de production, puisque :

- **63 %** ont répondu préférer introduire des produits locaux biologiques aux produits locaux conventionnels ;
- **66 %** ont répondu préférer introduire des produits locaux conventionnels à des produits biologiques non locaux.

Le fait de proposer davantage de produits locaux biologiques, permettrait aux établissements à la fois de répondre à leur idéologie et à leurs obligations. La définition qu'ils donnent aux produits locaux est une piste non négligeable pour le développement des filières biologiques locales du Massif Central.

Témoignage : exemple de la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aubagne et de l'Etoile

Des communes de l'intercommunalité d'Aubagne (Bouches-du-Rhône) se sont engagées ensemble afin de constituer un groupement de commandes pour acheter différents produits (pain, légumes, fruits...) issus de l'agriculture biologique. Cette démarche a permis aux établissements de restauration collective de ces communes d'atteindre des volumes d'achats plus importants et à des prix plus compétitifs.

Afin d'assurer un approvisionnement local, des engagements se sont tenus entre les communes et les producteurs locaux. Ceci a été possible grâce à des exigences environnementales spécifiées dans le cahier des charges de leurs commandes.

Cette démarche d'introduction de produits AB en restauration collective est inscrite dans l'Agenda 21 de l'intercommunalité ainsi que dans la charte locale agricole. Dans cette dynamique s'est constitué un groupe de travail afin de suivre le projet et mettre en place des actions, comme la création de légumeries.

Pour aller plus loin :

Références bibliographiques :

- GUILLERAND Laure. *Observatoire 2010 : l'introduction des produits AB en restauration collective dans le Massif Central*. Pôle Agriculture Biologique Massif Central, 2011, 87 p.
- PICHEREAU Anthelme. *Observatoire 2011 : l'introduction des produits AB en restauration collective dans le Massif Central*. Pôle Agriculture Biologique Massif Central, 2012, 116 p.
- FOURNIER Judith. *Observatoire 2012 : l'introduction des produits AB en restauration collective dans le Massif Central*. Pôle Agriculture Biologique Massif Central, 2013, 116 p.
- FOURNIER Judith. *Observatoire 2012 : évolution pluriannuelle de l'introduction de produits AB en restauration collective à l'échelle du Massif Central*. Pôle Agriculture Biologique Massif Central, 2013, 97 p.

⇒ Ces documents sont disponibles en ligne sur le site d'ABioDoc :

www.abiodoc.com/pole-ABMC, rubrique Les publications du Pôle / Restauration hors domicile.

Contact : Julie GRENIER - Pôle Agriculture Biologique Massif Central

VetAgro Sup- Campus agronomique de Clermont-Ferrand

89 Avenue de L'Europe

63 370 LEMPDES

Tel : 04 73 98 69 56

Courriel : jgrenier.polebio@gmail.com

4. CONCLUSION

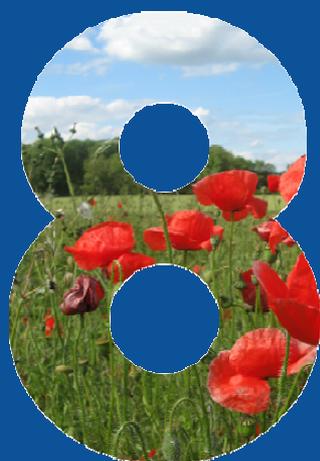
En conclusion, ce projet d'introduction de produits biologiques dans les restaurants collectifs du Massif Central a une très bonne dynamique comme le montre l'augmentation (**135 %**) du nombre de repas AB servis. Cette évolution s'explique par une plus grande maîtrise des établissements pour ce projet d'introduction. Ils ont trouvé, avec la pratique, l'introduction et la fréquence les plus optimales leur permettant de gérer le surcoût éventuel. Autre raison expliquant cette dynamique : le changement d'attitude à l'égard des produits biologiques, qui font progressivement plus de convaincus. Par exemple, en 2010 les convives avaient « une bonne réaction » pour ces produits à **35 %**, contre **63 %** en 2012.

Malgré cela, certaines difficultés demeurent. Les établissements rencontrent toujours des freins, principalement le coût. Ce dernier a tout de même diminué, de par l'éligibilité à des subventions, ainsi que par une optimisation des types et des fréquences d'introductions. Les facteurs culturels (réticence...) sont aussi un frein à ne pas négliger. Il serait pertinent dans les établissements où apparaît ce type de réactions, de multiplier les actions de sensibilisation, de formations et d'animations, afin de faire évoluer les perceptions quant à l'agriculture biologique.

Cet observatoire a permis, grâce au suivi sur trois ans de 146 établissements, de donner une vision globale du projet d'introduction de produits AB en RC dans le Massif Central. Toutefois, certains résultats sont à relativiser, du fait de la généralisation des réponses des cuisines centrales sur les cuisines satellites. Dans un futur projet, il serait intéressant de récolter des informations sur ces dernières, car les membres de ces cuisines peuvent avoir un positionnement différent que celui de la cuisine centrale à laquelle elles sont rattachées.

5. REMERCIEMENTS

Le Pôle Agriculture Biologique Massif Central remercie les établissements enquêtés chaque année de 2010 à 2012, ainsi que les stagiaires ayant réalisé ces enquêtes : Laure GUILLERAND, Anthelme PICHEREAU et Judith FOURNIER, et les membres du projet « *Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile* » (2008-2013).



L'empreinte environnementale de l'approvisionnement en restauration collective

- ✓ Evaluer l'empreinte environnementale des produits en restauration collective

FICHE THEMATIQUE N°8 :

L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE L'APPROVISIONNEMENT EN RESTAURATION COLLECTIVE

Types d'action : étude.

Mots clefs : outil d'évaluation, approvisionnement, empreinte écologique, analyse du cycle de vie, bilan carbone

Résultats produits dans le cadre du projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile » (2008-13), financé par l'Etat (FNADT), les Conseils Régionaux Auvergne, Limousin, Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées dans le cadre de la Convention de Massif/ Massif Central.

En restauration collective, différents types et sources d'approvisionnement sont possibles : produits d'origine biologique ou conventionnelle, provenance locale ou non... Dans un contexte où le développement durable trouve toute sa place, et où la réduction de nos impacts environnementaux est recherchée, l'évaluation de l'empreinte environnementale de ce que nous consommons peut représenter un critère de choix important pour les gestionnaires en restauration collective.

1. EVALUER L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES PRODUITS EN RESTAURATION COLLECTIVE

Basée essentiellement sur un travail de recherche bibliographique et d'enquêtes auprès d'acteurs du terrain, une synthèse sur l'empreinte environnementale des approvisionnements en restauration hors domicile et les outils existants pour l'évaluer a été réalisée par ABioDoc. L'objectif principal était d'évaluer des méthodes de comparaison de l'impact environnemental des approvisionnements de RHD :

- en produits biologiques et conventionnels,
- issus de circuits courts ou longs ;

et d'étudier l'applicabilité de ces méthodes au contexte du Massif Central. Une synthèse a été rédigée à partir de cette veille.

Les outils adaptés aux produits agricoles et alimentaires ont été ciblés : le Bilan Carbone, la méthode de l'Empreinte Ecologique, l'Analyse du Cycle de Vie et l'Eco-Indicateur 99. Chacun de ces outils est présenté, avec un exposé des principes, des méthodes de calcul, et un point sur les

données et études existantes. Tous ces outils sont relativement complexes et chaque étude est longue à réaliser. Si les circuits courts / longs pourraient être comparés grâce à l'ensemble d'entre eux, il est encore difficile de comparer les produits issus de filières biologiques et conventionnelles.

Résultats et conseils à partir du retour d'expérience

Cette étude a permis de mettre en avant certaines initiatives ou travaux de recherche visant à évaluer les impacts environnementaux de nos modes de consommation, notamment en RHD. Malgré des avancées très importantes, ces initiatives ou études reflètent les difficultés à mettre en place de telles démarches et l'importance des travaux qu'il reste à faire, notamment en ce qui concerne la comparaison des modes de production biologique et conventionnelle. Toutefois, les travaux se poursuivent et pourraient, peut-être d'ici quelques années, répondre aux questions encore en suspens sur l'impact environnemental de nos choix alimentaires.

Les avancées du projet REPAS-RC :

Via le projet REPAS-RC, un calculateur d'empreinte écologique pour la restauration collective a été construit. Il est utilisable par des structures de développement, tels que les partenaires du projet « *Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration hors domicile* », qui peuvent alors jouer le rôle de relais pour un travail en lien avec les gestionnaires de cantines.

Pour aller plus loin :

Référence bibliographique :

- FLEURENCEAU Clément. *Evaluation environnementale des approvisionnements en Restauration Hors Domicile*. ABioDoc-VetAgro Sup, 2009, 75 p.

Contact : Aurélie BELLEIL et/ou Sophie VALLEIX - ABioDoc

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont
89 avenue de l'Europe - BP 35
63370 LEMPDES
Tél. : 04 73 98 13 99
Fax : 04 73 98 13 98
Courriel : abiodoc@educagri.fr
Site : www.abiodoc.com

2. CONCLUSION

Rédigée en 2009, cette synthèse pourrait être complétée par de nouvelles études relatives à l'empreinte environnementale depuis. De plus, certains outils présentés ont pu évoluer ou aboutir à une version fonctionnelle. Pour certains d'entre eux, ABioDoc a réalisé une veille et a contacté les responsables afin d'en informer les partenaires du projet RHD Massif Central, sans pour autant viser une diffusion plus large des informations ainsi recueillies.

3. AUTRES PARTENAIRES IMPLIQUES, REMERCIEMENTS...

ABioDoc remercie l'ensemble des personnes et structures qui ont permis, à travers les documents qu'ils ont publié ou via des entretiens, la réalisation de cette synthèse sur l'évaluation environnementale des approvisionnements en restauration hors domicile.

Développement des FILIÈRES BIOLOGIQUES du MASSIF CENTRAL pour répondre aux besoins de la RESTAURATION HORS DOMICILE : UN PROJET MULTIPARTENARIAL

Le porteur de projet :

▪ **Pôle Agriculture Biologique Massif Central**

VetAgro Sup – Campus agronomique de Clermont
89 avenue de l'Europe – BP 35
63370 Lempdes
Tél/Fax : 04 73 98 69 56

Site : www.itab.asso.fr/reseaux/polebio.php

Contacts :

-Julie Grenier, animatrice et chargée de projets :
jgrenier.polebio@gmail.com
-Myriam Vallas, animatrice et chargée de projets

Les groupements de producteurs :

▪ **ARDAB - Association des producteurs biologiques du Rhône et de la Loire**

Maison des agriculteurs
Avenue du Général De Gaulle – BP 53
69530 Brignais
Tél : 04 72 31 59 99 / Fax : 04 72 31 65 57
Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/ardab

Contacts :

-Bérénice Bois, animatrice restauration collective :
berenice-ardab@corabio.org
-Elodie Rolland, animatrice communication et circuits courts : elodie-ardab@corabio.org

▪ **Agri Bio Ardèche - Association des producteurs biologiques d'Ardèche**

4 avenue de l'Europe Unie – BP 421
07004 Privas Cedex
Tél : 04 75 64 82 96 / Fax : 04 75 20 28 05
Site : www.corabio.org/index.php/qui-sommes-nous/agri-bio-ardeche

Contacts :

-Elodie Le Gal, chargée de mission productions végétales : legal.agribioardeche@corabio.org
-Benoit Felten, chargé de mission communication, viticulture et circuits courts :
felten.agribioardeche@corabio.org

▪ **Bio 46 (LotABné) – Les agriculteurs biologiques du Lot**

Maison des Associations
Place Bessières
46000 CAHORS
Tél : 07 81 35 12 96
Site : www.biomidipyrenees.org

▪ **APABA - Association pour la Promotion de l'Agriculture Biologique en Aveyron**

Carrefour de l'agriculture
12026 Rodes Cedex 9
Tél/Fax : 05 65 68 11 52
Site : restoco@aveyron-bio.fr

Contact :

-Sarah Delecourt : restoco@aveyron-bio.fr

▪ **SEDARB - Service d'Ecodéveloppement Agrobiologique et Rural de Bourgogne**

19 avenue Pierre Larousse – BP 382
89006 Auxerre Cedex
Tél : 03 86 72 92 24
Site : www.biobourgogne.fr/sedarb-ecodevelo-agrobiologique-bourgogne_43.php

Contacts :

-Marion Primat : marion.primat@sedarb.org
-Marianne Roisin : marianne.roisin@sedarb.org

▪ **Bio 82 – Groupement des agriculteurs biologiques du Tarn-et-Garonne**

8 rue de Strasbourg
82240 Septfonds
Tél/Fax : 05 63 24 19 85
Mail : contactbio82@gmail.com
Site : www.bio82.fr

Contact :

-Fabien Thomas : fthomas.bio82@gmail.com

Développement des FILIÈRES BIOLOGIQUES du MASSIF CENTRAL pour répondre aux besoins de la RESTAURATION HORS DOMICILE : UN PROJET MULTIPARTENARIAL

Les interprofessions :

▪ **Auvergne Biologique - Association interprofessionnelle régionale de l'agriculture biologique**
Chambre régionale d'agriculture
9 allée Pierre de Fermat
63170 Aubière
Tél : 04 73 28 78 31
Mail : contact@auvergnebio.fr
Site : <http://auvergnebio.fr>

▪ **InterBioLimousin**
Maison des agriculteurs B
Mas de Saporta – CS 50 023
34 875 Lattres Cedex
Tél : 04 67 06 23 48
Fax : 04 67 06 23 49
Site : www.sud-et-bio.com
Contact :
-Amélie Berger : amelie.berger@sud-et-bio.com

▪ **Sud et Bio - Association interprofessionnelle pour développer l'agriculture biologique en Languedoc-Roussillon**
Maison des agriculteurs B
Mas de Saporta – CS 50 023
34 875 Lattres Cedex
Tél : 04 67 06 23 48 / Fax : 04 67 06 23 49
Site : www.sud-et-bio.com
Contact :
-Amélie Berger : amelie.berger@sud-et-bio.com

Les établissements d'enseignement :

▪ **EPL Limoges-Les Vaseix**
Atelier du CIBIAL
Les Vaseix
87430 Verneuil sur Vienne
Tél : 05 55 48 44 05
Site : <http://les-vaseix.epl-limoges-nord87.fr>
Contacts :
-Christine Villeleger : christine.villeleger@educagri.fr
-Pascal Donat : pascal.donat@educagri.fr
-Nadine Nouhaud : nadine.nouhaud@educagri.fr

▪ **ISARA**
Agrapôle
23 rue Jean Baldassini
69364 Lyon Cedex 07
Tél : 04 27 85 86 71
Site : www.isara.fr
Contact :
-Perrine Vandenbroucke : pvandenbroucke@isara.fr

▪ **EPL Naves**
Cézarin
19460 Naves
Tél : 05 55 26 64 56
Site : www.lycee-agricole-tulle.educagri.fr
Contact :
-Noémie Ouvrard : noemie.ouvrard@educagri.fr

Centre de documentation :

▪ **ABioDoc – Centre National de Ressources en Agriculture Biologique**
VetAgro Sup – Campus agronomique
89 avenue de l'Europe – BP 35
63370 Lempdes

Tél : 04 73 98 13 99
Mail : abiodyc@educagri.fr
Site : www.abiodoc.com
Contacts :
-Aurélie Belleil, chargée de mission : aurelie.belleil@vetagro-sup.fr
-Sophie Valleix, responsable

Les plateformes de distribution :

▪ **Auvergne Bio Distribution**
ZAC de la Varenne
Rue de Bretagne
63460 Combronde
Tél : 04 63 85 80 18 / 06 33 86 00 51
Mail : info@auvergnebiodistribution.fr
Contact :
-Nathalie Carthonnet : n.carthonnet@auvergnebiodistribution.fr

▪ **Manger Bio Limousin**
12 rue Frédéric Mistral
87000 Limoges
Tél : 05 55 31 86 88
Fax : 05 55 31 86 89
Mail : contact@manger-bio-limousin.com
Site : <http://manger-bio-limousin.com>
Contact : Marie Cadet

▪ **Bio A PRO**
32 rue des Ronzières
69530 Brignais
Tél : 06 85 89 21 42
Fax : 04 72 31 65 57
Mail : bioapro@orange.fr
Contact : Mathias Sportis

Document réalisé par :

Aurélie Belleil, Bérénice Bois, Sarah Delecourt, Pascal Donat, Emilie Duval, Benoit Felten, Judith Fournier, Julie Grenier, Lionel Labit, Julie Lair, Elodie Le Gal, Nadine Nouhaud, Noémie Ouvrard, Marion Primat, Marianne Roisin, Elodie Rolland, Perrine Vandembroucke, Christine Villeleger

Projet « Développement des filières biologiques du Massif Central pour répondre aux besoins de la restauration collective », porté par le Pôle Agriculture Biologique Massif Central



Partenaires :

ABioDoc- VetAgro Sup, Agri Bio Ardèche, APABA, ARDAB, Auvergne Biologique, Auvergne Bio Distribution, Bio 82, Bio A Pro, EPL Limoges-Les Vaseix, EPL Naves, GABLIM, Inter Bio Limousin, ISARA Lyon, Bio 46 (LotABné), Manger Bio Limousin, SEDARB, Sud et Bio



Financeurs :

Régions Auvergne, Bourgogne, Limousin, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes, et l'Etat (FNADT) dans le cadre de la convention de Massif / Massif Central



Autres partenaires financiers :

Le Pôle Agriculture Biologique Massif Central est une association 1% for the Planet soutenue par Léa Nature

