

VIANDES BIO : LES FREINS ET BESOINS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

Préambule

L'axe du projet BioViandes Tranche 2 dans lequel s'inscrit cette étude vise à mieux comprendre les éléments clés pour une articulation amont-aval plus opérationnelle, avec un focus sur les filières de proximité. Ce décryptage (action B-2 du projet, co-pilotée par la FRAB AuRA et le Cluster Bio) s'est effectué d'une part à travers des enquêtes auprès d'éleveurs afin de comprendre leurs stratégies de commercialisation et leur organisation interne pour satisfaire leurs débouchés de proximité, et d'autre part via une analyse des contraintes et besoins de ces circuits de proximité (magasins bio spécialisés, boucheries, restaurateurs d'une part, et acteurs de la restauration hors domicile d'autre part) pour intégrer plus de viandes biologiques produites à l'herbe. C'est le résultat synthétique de l'étude concernant la **restauration hors domicile** qui est présenté ci-après.



Crédit photo : Myriam Vallas

Sommaire

1. Remise en contexte.....	2
2. Les motivations à introduire de la viande bio et locale en restauration collective.....	3
3. Les besoins de la restauration collective.....	4
4. Les freins à l'introduction de viandes bio locales en RHD.....	7
5. Quelques exemples innovants et retours d'expériences.....	9
Ressources et références.....	14



Projet BioViandes tranche 2 financé dans le cadre de la convention Massif Central par :

1. Remise en contexte

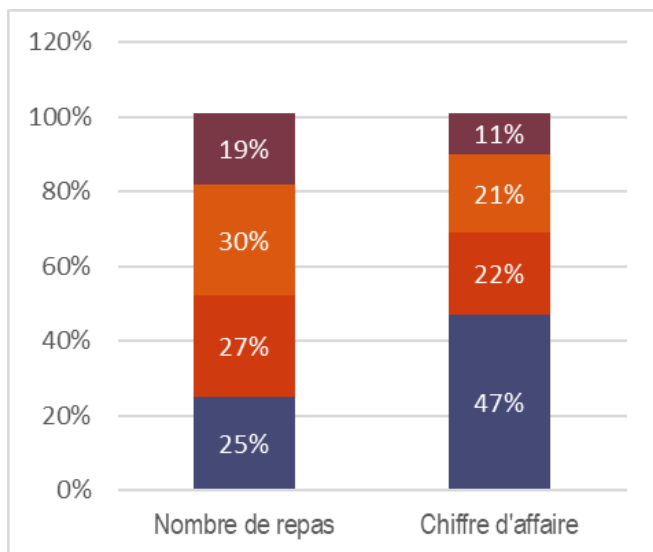
1.1. Cadre de la demande

Il s’agissait ici de comprendre les exigences de la restauration collective (besoins, motivations) et les freins qu’elle rencontre à l’achat de viande bovine et ovine bio, élevée majoritairement à l’herbe, ainsi que d’identifier les acteurs intéressés par ce type de viande, leurs critères, leurs valeurs et l’organisation souhaitée. L’objectif était également de comprendre l’organisation des plateformes d’approvisionnement au service de ce type de restauration et de faire ressortir des éléments clés pour une meilleure complémentarité entre les différents circuits.

Remarque : Ce document a pour but de mettre en lumière les informations récoltées par le biais d’articles de presse, d’une recherche bibliographique et d’échanges auprès de différents acteurs de la RHD (éleveurs, gestionnaires, conseillers...). Il n’a donc pas vocation à être généraliste.

1.2. Segmentation de la Restauration Hors Domicile (RHD)

1.2.1. Chiffres clefs



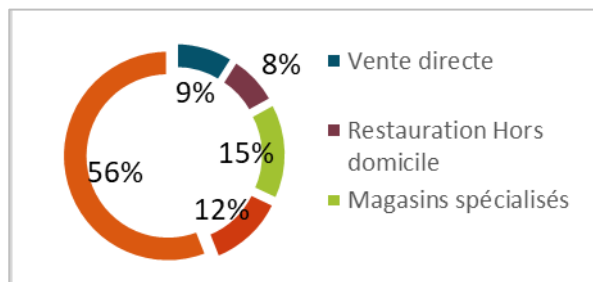
Le secteur de la RHD est composé de plusieurs segments. La **restauration collective** assure près de 49% des repas pris à l’extérieur, mais ne compte que pour 32% du chiffre d’affaires du secteur (toute gamme confondue). A l’inverse, la **restauration commerciale** compte pour près de 51% des repas principaux (déjeuner ou dîner) pour près de 68% du chiffre d’affaires⁽¹⁾.

La restauration collective sert près de **3,7 milliards de repas par an**, dans différents secteurs :

- **Santé & social** : 1,7 milliard de repas / an
- **Enseignement** : 1,3 milliard de repas / an
- **Restauration d’entreprise** : 440 000 repas / an
- **Collectivité** : 330 000 repas/an

1.2.2. La place de la viande bio dans la restauration hors domicile

La restauration hors domicile ne représente que **8% des volumes de viandes bovines bio commercialisé en 2019⁽²⁾** mais elle offre l’opportunité aux éleveurs d’être une source d’équilibre matière. La tendance à privilégier d’autres labels que le Bio en restauration collective se confirme : en restauration collective, les viandes sont les produits les plus labellisés mais par des démarches privées (« Bleu blanc cœur » et le MSC à hauteur de 18% contre seulement 2% de Bio)⁽³⁾.



Répartition des volumes entre les différents circuits en 2019 (bovins, ovins et porcins)

2. Les motivations à introduire de la viande bio et locale en restauration collective

2.1. Une attente des consommateurs...

L'introduction de produits bio en restauration collective répond aux attentes des Français, qui souhaitent pouvoir en manger dans tous les types d'établissements. 90% d'entre eux déclarent être intéressés par la Bio à l'école, 80% à l'hôpital, 77% dans les maisons de retraite et 81% au travail. L'introduction des produits biologiques en restauration collective résulte d'impulsions données par la direction (60% des cas), l'équipe en cuisine (46%), les parents d'élèves (44%), les élus (37%) et les convives (36%)⁽⁴⁾.

2.2. ...amplifiée par les enjeux de la restauration collective (lois EGAlim et « Climat & Résilience »)...

La loi EGAlim, promulguée le 30 octobre 2018, promet une élévation supplémentaire de la qualité environnementale, économique, sociale et gustative des repas et propose à la restauration collective de s'engager dans un modèle plus durable à la fois à travers un approvisionnement de meilleure qualité, une meilleure information des convives, mais aussi en luttant contre le gaspillage alimentaire et en réduisant progressivement l'utilisation du plastique.

Deux objectifs clefs à retenir :

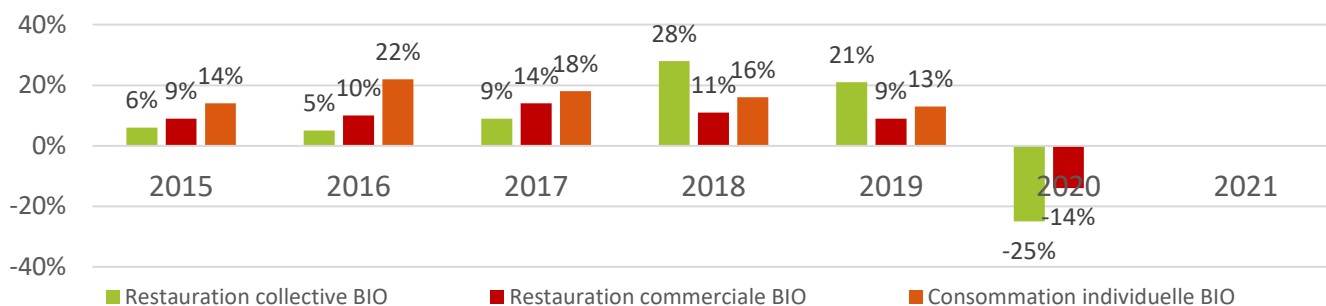
- 50 % de produits de qualité et durables, dont au moins **20% de produits biologiques à partir de 2022 en valeur HT** (loi EGAlim 2) ;
- **60 % de produits de qualité et durables pour les viandes et poissons à partir de 2024** et 100% pour la restauration collective d'Etat (loi « Climat & Résilience »).



2.3. ...et qui se traduit par une dynamique bien présente mais encore loin des objectifs imposés par la loi

En 2019, 65% des établissements de la restauration collective introduisaient des produits bio dans leur repas : la part faite aux aliments bio progresse significativement dans les cantines mais demeure faible dans la restauration commerciale. En moyenne, 86 % des [cantines scolaires](#) ont en effet commencé à introduire des aliments bio contre seulement 38 % des établissements de santé et à vocation sociale. Tous secteurs confondus, les établissements publics font mieux que le privé (78 % contre 65 %) ⁽⁵⁾.

La restauration collective réalise la plus forte progression mais cela ne représente que 23,8% des volumes de viande vendue en RHD (contre 72,2% en restauration commerciale).



Evolution de la valeur du marché alimentaire des produits bio (en %)

Source : Evolution du marché alimentaire bio en 2019 [Agence BIO / AND international ; Juin 2020]

3. Les besoins de la restauration collective

Rappelons que la restauration collective est composée d'une **population hétéroclite**, surtout en santé (population âgée de quelques jours à plus de 100 ans).

3.1. Quels animaux sont commercialisés en RHD ?

Plusieurs études et enquêtes réalisées lors des tranches 1 et 2 du projet BioViandes ont permis d'identifier et de synthétiser les attentes des acteurs de la filière. L'association Paysans Bio de l'Aveyron a aussi pu communiquer quelques éléments de son cahier des charges au cours de l'année 2022. Ces éléments donnent ainsi un aperçu complémentaire des animaux destinés à la RHD.

Les attentes des acteurs de la RHD vis-à-vis des viandes bovines biologiques :

- Bœufs → Classement : U à P ; Poids carcasse : 350 à 450 kg ; Engraissement : 3.
- Génisses → Classement : U à O ; Poids carcasse : 300 à 380 kg ; Engraissement : 3.
- Vaches (données 2020 !) → Classement : R à O ; Poids carcasse : 350 à 500 kg ; Engraissement : 3 ; Âge : 2 à 10 ans.
- Veaux → Classement : U à P avec optimum R ; Poids carcasse : 120 à 200 kg ; Engraissement : 1 à 3 avec optimum à 3 ; Couleur : 3.

Données issues des fiches « Adéquation entre l'offre et la demande en bovins bio sur le Massif central » réalisées dans le cadre du projet BioViandes ([version 2020](#) et [version 2023](#)) :

- Gros bovins → Classement : E, U, R ; Poids carcasse : 280 kg ; Engraissement : 2 ou 3.
- Veaux → Classement : E, U, R ; Poids carcasse : 110 kg ; Engraissement : 2 ou 3 ; Couleur : 1 à 3.
- Jeunes bovins → Classement : E, U, R ; Poids carcasse : 170 kg ; Engraissement : 2 ou 3.

Données extraites du cahier des charges de l'association Paysans Bio de l'Aveyron

3.2. Quels morceaux ?

Les échanges ont montré que la restauration scolaire et de santé se tourne préférentiellement vers des **muscles de l'avant et du globe** (bœuf en sauce, sauté, haché) qui sont **peu onéreux et adaptés pour préparer de la viande en sauce**. Le **steak haché** tient également une place importante dans l'approvisionnement des cantines scolaire et peut représenter jusqu'à 2/3 du volume de viande bio acheté dont 80% sous format **surgelé** (selon les documents fournis par la cantine de Lons-le-Saunier). Cela confirme bien la tendance générale perçue à l'échelle nationale (toutes gammes confondues) : la restauration collective recherche de plus en plus des **produits prêts à l'emploi**, avec une forte **progression des produits élaborés** et un recul des viandes prêtes à découper par rapport aux viandes pièces⁽¹⁾.

Le choix des technologies réalisées depuis plus d'une dizaine d'années dans la plupart des collectivités de moyennes et de grandes tailles réduisent le champ des possibles : les collectivités ont investi dans des installations adaptées à la cuisson d'assemblage, c'est-à-dire l'assemblage de composants déjà préparés. Résultat : la disparition dans les cuisines des outils et du personnel de transformation impose donc de trouver des produits déjà préparés. Ce **manque de formation des cuisiniers** a été un élément qui est ressorti à plusieurs reprises dans nos enquêtes, justifiant la nécessité de trouver des produits simples à préparer voire déjà préparés.

A l'inverse, l'ovin trouve plus difficilement sa place en restauration collective contrairement à la restauration commerciale, où le goût bien prononcé et l'hétérogénéité du produit sont plutôt recherchés par les chefs cuisiniers de petits restaurants d'après les dires d'un éleveur. Cette hétérogénéité offre aux clients du restaurateur « une histoire à raconter » dont ils se nourrissent et dont la saisonnalité n'est pas un contre-argument à l'achat de ce type de produit : « *Ce que le restaurateur souhaite, c'est de pouvoir raconter une histoire à ses clients [...] ; les clients en raffolent* ».

Une étude portée par l'INRAE appuie cette observation. Bien que cette étude ait été menée sur un autre produit (race bovine Maraîchine) et sur un autre territoire, quelques enquêtes ont été réalisées auprès de restaurateurs sur le mode d'organisation de l'approvisionnement souhaitée. Deux profils différents semblent se dégager en fonction du nombre de couverts servis. Du côté des « gros » restaurateurs (150 repas/jours), les menus changent peu au cours de l'année et les restaurateurs escomptent un approvisionnement régulier ; ils sont surtout en recherche de praticité. Le « petit » restaurateur joue quant à lui la carte du local et adapte ses menus au fur et à mesure des saisons. À la recherche de très bonne qualité gustative, il régule son prix de menu en fonction des produits proposés, et s'adapte aux interruptions d'approvisionnement l'hiver, aléa impensable pour les autres restaurateurs rencontrés ⁽⁶⁾.

3.3. Taille des morceaux

Par ailleurs, l'offre doit pouvoir proposer des **portions respectant les grammages recommandés : petites portions** (ex : sauté = cube de 50g, steak haché = 80 à 150g...). Le transformateur (ou l'atelier de découpe) doit alors **s'équiper d'une calibreuse**, outillage non indispensable pour des débouchés plus classiques comme la GMS. Toutefois, il semblerait que la restauration collective soit assez **souple quant à la précision exigée de la taille** des morceaux, **laissant aux éleveurs plus de latitude dans le choix de l'atelier de transformation** (appréciation qualitative de la prestation) **avec qui ils s'associeront**. Rappelons néanmoins la contrainte qu'impose la mise en marché du steak haché, produit très demandé par la restauration collective : seuls les ateliers agréés sont aptes à en vendre.

Selon les premiers résultats de l'[Observatoire national de la restauration collective bio et durable](#), l'approvisionnement local serait justement lié à la présence ou à l'absence d'outils de transformation sur le territoire. Les différents retours ont montré que, pour travailler à grande échelle avec la restauration collective, la présence d'un **outil de surgélation au sein de l'atelier de transformation** était un atout non négligeable lors de la création d'une telle initiative. Cependant, la demande de surgelé peut être si importante de la part des groupements d'achat qu'elle ne peut être couverte par des acteurs locaux : une piste de travail identifiée est celle d'inciter à recourir préférentiellement à des produits frais impliquant cependant des coûts plus élevés et moins de sécurité sanitaire selon les retours d'un éleveur transformateur. Une enquêtée en charge d'écrire les appels d'offre des collèges à l'échelle départementale a d'ailleurs indiqué fractionner son territoire pour contourner ce type de problématique lié au volume.

3.4. Quelle organisation ? (Critères de choix des approvisionnements locaux)

Le **type de gestion** de la restauration collective a un **impact direct sur la faisabilité des approvisionnements bio et locaux**. Un restaurant collectif en gestion directe achète et cuisine ses produits. Cette gestion, lorsqu'elle est correctement mise en œuvre, permet plus de souplesse, notamment dans le choix des approvisionnements. Ce secteur représente environ 70 % de la restauration collective et intervient dans un grand nombre d'établissements, de tailles et de formes diversifiées ^(7,8).

Cependant, **il n'existe pas une mais des organisations souhaitables** et la difficulté d'en établir une image réside dans la complexité du fonctionnement des circuits d'approvisionnement de la restauration collective. En effet, ce type de restauration suit des contraintes qui lui sont bien spécifiques en termes de codes de marchés publics (mise en concurrence des fournisseurs...), de calibrage, de conditionnement et de livraison qu'il est nécessaire d'adapter à chaque territoire.

Néanmoins, il semblerait que les collectivités aient tendance à **cumuler plusieurs modes d'approvisionnement** pour répondre à leurs besoins (Cf. règles d'allotissement des produits). Le plus souvent, elles recourent à la fois au gré à gré et, en parallèle, à des structures qui regroupent l'offre : grossistes, plateformes de producteurs, centrales d'achat et groupements de commande. Au vu des différents retours d'expérience, ces deux types de passation de commande sont possibles.

Certains éleveurs n'hésitent pas, individuellement (en gré à gré), à établir une relation « directe » avec des collectivités pour pouvoir réguler ou écouler leurs productions :

- Soit en sollicitant et dialoguant directement auprès du gestionnaire (/chef cuisinier). C'est le cas d'un éleveur de veaux sous la mère qui contacte d'un mois à l'autre le chef cuisinier d'une petite structure pour lui annoncer la disponibilité de ses produits et les volumes qu'il détient. C'est également le cas d'une éleveuse qui livre tous les 15 jours entre 5 et 10 kg de viande à deux établissements. Par ailleurs, elle n'hésite pas à leur proposer ses invendus (lorsqu'il s'agit de bas morceaux) qu'ils s'engagent tacitement à lui acheter (à un prix acceptable pour la RHD) ;
- Soit en étant identifié dans un annuaire géré par des structures ou par le biais de plateformes telles qu'AgriLocal : lieu de rencontre virtuelle entre la demande du gestionnaire et le fournisseur. C'est le cas d'une enquêtée qui utilise cette solution adaptée à un écoulement de productions ponctuelles.

Les enquêtes ont montré que **les gestionnaires privilégient une facture par lot de denrée alimentaire, ce qui peut conditionner le choix du fournisseur**. A cela s'ajoute la nécessité pour les gestionnaires de **limiter le nombre d'interlocuteurs** et donc de trouver des solutions qui **regroupent l'offre**. Les plateformes de distribution, mises en place par des producteurs, voire toute autre entité rassemblant l'offre (association...), peuvent assurer cette centralisation de l'offre. Deux avantages ont d'ailleurs été soulevés à plusieurs reprises par les enquêtés sur ce mode d'approvisionnement : la sécurisation des livraisons et la diversification de l'offre.

Les enquêtes ont également montré que pour assurer l'équilibre carcasse, plusieurs cantines géographiquement proches se sont accordées pour mutualiser leurs commandes et effectuer des achats complémentaires.

4. Les freins à l'introduction de viandes bio locales en RHD

4.1. Facteurs humains : Convaincre que c'est possible, par la formation et la sensibilisation

- Du côté de l'aval

Malgré le biais induit par les enquêtes, certains gestionnaires convaincus réaffirment qu'il reste encore beaucoup d'acteurs de la RHD à convaincre que proposer ponctuellement de la viande bio locale est tout à fait envisageable. Les difficultés actuelles sont également liées à la conjoncture économique et au fait que certains acteurs – bien qu'ils adhèrent à la démarche de manger « bio et local » – se tournent aujourd'hui, par facilité, vers des solutions où l'approvisionnement est ultra-centralisé et où **le local est oublié** (« *Derrière la loi Egalim, il y a une cause noble mais beaucoup iront au plus simple pour rentrer dans leur frais* »).

Leviers : Une volonté partagée du binôme élu-cuisinier est donc nécessaire pour lancer la démarche. Sensibiliser les élus (retours d'expériences d'autres communes...), développer une démarche politique globale (santé, environnement, eau, biodiversité, déchets, développement local...) et impliquer/former les cuisiniers à travailler des morceaux bruts sont autant de leviers activables pour « favoriser l'approvisionnement en denrée carnée bio et locale ».

- Du côté de l'amont

Ce travail de sensibilisation s'opère également auprès des agriculteurs. Des formations sur les contraintes spécifiques de la restauration collective publique, en matière de code des marchés, de calibrage, de conditionnement ou de livraison sont indispensables pour les informer des obligations. Elles leur permettront également de prendre conscience de leur capacité (logistique, économique...) et d'élaborer une stratégie de commercialisation sur ce circuit ou non.

4.2. Le prix

Selon les acteurs de la RHD sondés, le **surcoût qu'implique l'achat de viande bio reste le 1^{er} frein** à l'approvisionnement de ce type de denrée alimentaire.

Exemple :

Steak haché bio = 14,49 € HT / kg chez Paysan Bio d'Aveyron

VS steak haché Bleu blanc cœur = 8,60 € / kg

Sources : exemple catalogue observé lors de la journée de rencontres entre acteurs du projet Proverbial – juin 2022).

4.3. Freins d'ordre structurel : l'élaboration du cahier des charges

- Élaboration du cahier des charges

« Les spécifications techniques ne peuvent pas faire mention d'un mode ou procédé de fabrication particulier ou d'une provenance ou origine déterminée, ni faire référence à une marque, à un brevet ou à un type, dès lors qu'une telle mention ou référence aurait pour effet de favoriser ou d'éliminer certains opérateurs économiques ou certains produits ».

Le marché de la restauration collective suit des règles bien spécifiques mais, d'un point de vue réglementaire, il n'existe plus vraiment de freins pour favoriser le bio local grâce aux différentes subtilités qui ont été identifiées et qui permettent d'activer la proximité géographique. **La difficulté réside aujourd'hui dans la manière de traduire cette volonté au sein de chaque territoire dans les marchés publics et seul un accompagnement multipartite (acteurs amont et aval) peut garantir une bonne adéquation entre ce que les éleveurs sont capables de produire et ce que souhaite la restauration collective** (*« Depuis que j'ai été accompagnée, je sais comment écrire le cahier des charges pour proposer un catalogue de fournisseurs de produits bio locaux aux gestionnaires des différents collèges »*). En effet, le code des marchés publics invite à privilégier les produits alimentaires issus de l'agriculture biologique mais non directement les produits locaux : la réactivité, fraîcheur et réduction des émissions de gaz à effet de serre peuvent être des éléments inclus dans le cahier des charges d'un appel d'offres, mais un fournisseur non-local et industriel peut avoir de meilleures performances sur ces critères qu'un fournisseur local et ainsi remporter le marché d'où la nécessité d'un accompagnement.

D'autre part, il a été fait le constat qu'il existait encore des **inadéquations de certains marchés publics où l'on demande au fournisseur d'être en mesure de fournir différentes gammes** (Bio, Label Rouge et conventionnel) au détriment des acteurs locaux spécialisés. Travailler sur l'allotissement des produits (ex : séparation de la viande fraîche conventionnelle de la viande fraîche AB) reste donc un axe d'amélioration.

De nombreux leviers réglementaires peuvent être activés mais ils sont à adapter au territoire :

- Diviser les lots pour être inférieur aux seuils d'appels d'offre (15 000 € HT) et favoriser le « gré à gré » ;
- Introduire des éléments pour favoriser le « local » ;
- Introduire des éléments pour favoriser le « bio » (critère « issu de l'agriculture biologique ou équivalent ») ;
- Il existe une expérience en Haute-Normandie où la qualité environnementale du mode de production est appréciée par le biais de la grille de durabilité IDEA développée par le ministère de l'Agriculture.

• **Clauses non adaptées aux marchés publics de denrées alimentaires**

Les échanges ont révélé que **le manque de clause de révision des prix dans la plupart des marchés publics met en danger la dynamique des entités qui se sont regroupées pour fournir la RHD**. En effet, la plupart des marchés publics de fourniture de denrées alimentaires sont passés à prix fermes, c'est-à-dire à prix fixe sur une durée d'un an ou plus. Ce type de marché ne permet donc pas de prendre en compte les aléas auxquels le secteur agricole est exposé et qui sont particulièrement observés ces derniers mois. Bien que certains marchés proposent des clauses permettant de faire évoluer ce prix, celles-ci sont généralement soumises à des indicateurs déconnectés des facteurs réels d'évolution du coût de production. Il est donc indispensable d'être attentif à un assouplissement de la réglementation (**EGALIM 2**).



Crédit photo : Pascal Xicluna / agriculture.gouv.fr

5. Quelques exemples innovants et retours d'expériences

Dans ce volet, nous décrivons différentes modalités d'approvisionnement local déjà mises en œuvre avec plus ou moins de succès. Cet écrit ne vise cependant ni à produire une typologie, ni à présenter quelques modèles à suivre. Nous cherchons plutôt à souligner la **grande diversité et créativité des acteurs et le vaste champ des possibles en matière de formes innovantes de rencontre entre les offres et les demandes locales**. Si les expériences présentées revendiquent les mêmes objectifs (toutes relèvent du secteur de la restauration collective), leurs trajectoires pour les atteindre sont bien différentes.

Cette prise de recul nécessaire s'explique notamment par l'existence d'une multitude de forme « d'organisations de production et de service (unités de production agricole, entreprises agroalimentaires, commerciales, de services, de restauration) associées à un territoire spécifique par leur caractéristique et leur fonctionnement » (Muchnik et al., 2007). Chacune des plateformes possède donc ses propres spécificités.

Objectifs communs implicites ou explicites et à des degrés variés :

- ✓ Territorialiser la production au plus près des bassins de consommation ;
- ✓ Favoriser l'introduction d'une alimentation bio et durable en restauration collective ;
- ✓ Organiser des systèmes alimentaires au service du développement des territoires ;
- ✓ Mettre en place une alimentation biologique régulière, de saison et de proximité, pour améliorer la qualité d'un service de restauration collective.

Exemples présentés ci-après :

- **La démarche de la collectivité de Lons-le-Saunier, dans le Jura**
- **Agrilocal : Une plateforme virtuelle de mise en relation de l'offre et de la demande à l'échelle départementale**
- **L'association « De la ferme aux quartiers » et sa plateforme d'approvisionnement alimentaire solidaire**
- **« Paysans Bio d'Aveyron » : Quand les éleveurs se regroupent**

La démarche de la collectivité de Lons-le-Saunier, dans le Jura

Le souhait de développer l'agriculture biologique a émergé de la collectivité locale de Lons-le-Saunier, dans le Jura, qui s'est alors appuyée sur une demande qu'elle maîtrisait pour pouvoir provoquer l'offre. Ainsi, grâce à leur cuisine centrale, ils ont été capables de structurer la demande locale et d'insuffler une dynamique collective à l'échelle départementale.

La particularité de cette dynamique collective est qu'elle s'est structurée autour d'un objet collectif qui, progressivement, par un bourgeonnement multidirectionnel, en fonction des nouveaux attraits que les porteurs de projet ou d'autres acteurs lui découvraient (ex : protection d'un point de captage d'eau potable...), lui a permis de s'ancrer territorialement pour se développer et perdurer.

Voici son mode de fonctionnement :

*« La cuisine centrale est gérée depuis 2009 par un syndicat mixte qui regroupe la ville, propriétaire des bâtiments, le Centre Communal d'Action Sociale (CCAS), auquel appartient le matériel, le Syndicat Intercommunal Optionnel pour l'Agglomération Lédonienne (Sicopal), chargé de la livraison des repas et l'Hôpital de Lons-le-Saunier. Cette cuisine prépare aujourd'hui 1,2 million de repas par an, soit environ **5.000 repas par jour** (3.000 pour les écoles, 1.000 pour le centre hospitalier, 500 pour le portage à domicile et 500 consommés sur place).*

*Avec les producteurs de viande bovine, le choix a été fait **d'acheter les bêtes sur pied**, afin de maîtriser le circuit jusqu'à l'abattoir (=délégation de service public). Il s'agit de vaches **montbéliardes bio de réforme obéissant à un cahier des charges** précis (remise à l'herbe après le tarissement), qui sont abattues à l'abattoir de Lons-le-Saunier et découpées par une entreprise locale. Une cinquantaine d'éleveurs fournissent aujourd'hui **200 à 250 vaches bio par an, soit 15 à 25 bêtes par mois**.*

*Le prix est d'environ **7 € TTC / kg**, prix qui inclut le test ESB, la taxe d'abattage, la découpe et la mise sous vide. Le surcoût est en partie absorbé grâce à une cuisson lente et à basse température, qui permet de faire des économies d'énergie et de valoriser toutes les pièces de viande. **Les producteurs ont signé collectivement une charte de qualité** qu'ils s'engagent à respecter et qui prévoit des sanctions graduelles (réduction du prix d'achat, refus de la carcasse, voire exclusion de l'agriculteur). Le directeur de la cuisine centrale planifie les volumes nécessaires avec le coordonnateur du groupe et fait régulièrement le point avec celui-ci. Ce groupe n'a pas d'entité juridique, la cuisine centrale paye en direct chaque agriculteur leur assurant un revenu immédiat ».*

Plus d'informations :

>> L'agriculture biologique comme bien commun pour protéger la ressource en eau ; Innovations Agronomiques 32 (2013), 467-479 [sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01019248/document>]

>> <https://territoiresbio.fr/decouvrez-leurs-experiences/lons-le-saunier/>

Agrilocal : Une plateforme virtuelle de mise en relation de l'offre et de la demande à l'échelle départementale

Agrilocal est une plateforme dématérialisée reconnue plateforme d'annonce légale, ce qui, au niveau juridique, lui permet la publication de marchés publics. Cet outil permet aux acheteurs de voir en direct les fournisseurs potentiels, de réceptionner des offres de prix, mais aussi de les mettre en concurrence dans le respect du code des marchés publics. L'outil est financé par le département et fait l'objet d'une convention avec la Chambre d'agriculture pour obtenir le référencement des exploitants agricoles. L'éleveur peut donc par ce biais proposer ses produits, pour lesquels la saisonnalité, le mode de production, les délais de livraison et d'autres spécificités sont à renseigner.

Certains agriculteurs utilisent justement ce type de plateforme lorsqu'ils accumulent un certain type de morceau et qu'ils souhaitent l'écouler. Il s'agit d'un acte **ponctuel** au travers duquel la RHD devient leur variable d'ajustement. C'est le cas d'une agricultrice* qui, lors d'un échange a indiqué prioriser les restaurants dont le choix des morceaux est connu d'avance car identique d'une commande à l'autre (morceaux nobles, volume faible), et propose ensuite les morceaux restants aux particuliers par le biais d'un site internet (confection de colis « sur mesure »). Aussi, cette éleveuse n'hésite pas à répondre ponctuellement à des appels d'offres ou à proposer ses produits au travers d'Agrilocal lorsqu'elle accumule trop d'inventus (ex : bœuf bourguignon). Cependant, elle souligne que cela reste une activité anecdotique du fait d'une incohérence entre la quantité parfois exigée, le manque de garantie de la régularité des demandes....

** Remarque : 2 UTH sur l'exploitation, 1 UTH complètement dédié à la commercialisation*

Plus d'informations >> <https://www.agrilocal.fr/>

L'association « De la ferme aux quartiers » et sa plateforme d'approvisionnement alimentaire solidaire



• **Naissance de l'initiative**

A Saint-Etienne, des représentants d'associations de quartiers, des membres du groupe ADDEAR et des producteurs de la Confédération paysanne se sont mobilisés autour du projet «De la ferme au quartier» (DLFAQ), une plateforme d'approvisionnement alimentaire solidaire en circuit court ayant pour objectif de proposer aux riverains des produits locaux et, pour certains, bio. Le conseil d'administration est composé à parts égales de paysans, de consommateurs et de responsables d'associations.

• **Fonctionnement**

L'association possède deux activités : une à destination des particuliers (paniers, groupement d'achat, magasin, boutique en ligne) et une autre à destination des professionnels (magasins spécialisés, épicerie, restauration hors domicile...). La principale différence avec les AMAP traditionnelles réside dans le fait que ce projet se veut créateur d'emplois et touche un plus large public, y compris les couches les moins favorisées de la population stéphanoise. L'association propose ainsi différents tarifs en fonction du quotient familial des ménages. L'autofinancement de DLFAQ repose sur le prélèvement de 10% en moyenne du prix du panier auprès du consommateur (calculé en fonction du quotient familial des familles) et d'environ 15% auprès du producteur (différent pour chaque producteur en fonction de son prix de revient – lissé grâce au contenu du panier). Le coût de fonctionnement de DLFAQ et le souhait d'être autonome financièrement impliquent que le dispositif adopte une approche commerciale et écarte de ce fait sa vocation sociale initiale.

Concernant la viande, un calendrier d'abattage a été mis en place afin d'obtenir plus de visibilité et permet de réaliser des précommandes en adéquation avec les besoins de la RHD. Il semblerait que le nombre de débouchés soit une force majeure.

Plus d'informations >> <https://www.delafermeauquartier.org/>

« Paysans Bio d'Aveyron » : Quand les éleveurs se regroupent



• Naissance de l'initiative

Née d'une **volonté des producteurs** de relocaliser leur vente (anciennement exportation de broustards) pour plus de valeur ajoutée, cette démarche volontariste s'est fixée comme objectif de développer la diffusion de produits biologiques en restauration collective. Ce sont les éleveurs eux-mêmes qui ont construit le partenariat avec les collectivités territoriales ainsi que les différents acteurs de la restauration collective et hors domicile dans l'objectif de développer la commercialisation de jeunes bovins (JB).

• Fonctionnement

Deux à trois mois à l'avance, des bons de commandes de 6 mois sont fournis par l'association à la RHD. La répartition se réalise ensuite entre les éleveurs en fonction de la disponibilité de leur production. Ainsi, chaque producteur emmène ses bêtes à l'abattoir de St-Affrique ou à celui de Rodez par ses propres moyens. L'atelier de Camares se charge alors de récupérer les carcasses et de réaliser la prestation voulue par les éleveurs. Les producteurs préparent ensuite les colis sur place en séparant ce qui est à destination des clients de l'association de leurs propres débouchés individuels.

Un cahier des charges au sein de l'association a été établi afin de garantir une certaine homogénéité entre chaque produit :

- Certification AB obligatoire ;
- Définition du produit :
 - Origine génétique (exclu les pures races mixtes et laitières),
 - Origine géographique («nés, élevés et finis en Aveyron »),
 - Âge d'abattage (vache <10 ans ; génisse >24 mois ; bœuf > 36 mois ; JB de 8 à 12 mois) ;
- Définition des conditions de production ;
- Définition des caractéristiques des carcasses afin de garantir l'homogénéité des produits :
 - Gros bovins (Classement : E,U,R ; Poids carcasse : 280 kg ; Engraissement : 2 ou 3),
 - Veaux (Classement : E,U,R ; Poids carcasse : 110 kg, couleur : 1 à 3 ; Engraissement : 2 ou 3),
 - Jeunes bovins (Classement : E,U,R ; Poids carcasse : 170 kg ; Engraissement : 2 ou 3).

Les colis sont récupérés par un transporteur pour être acheminés aux différents clients selon ses propres itinéraires de livraisons.

L'association a évolué vers une structure de type « achat/revente » afin de répondre aux exigences des gestionnaires qui souhaitent limiter le nombre d'interlocuteurs et le nombre de factures (facture unique). De ce fait, l'association achète le produit fini des éleveurs et le revend directement en réalisant une commission de 5% sur le montant hors taxe vendu. Cette commission permet de défrayer les éleveurs en fonction du temps passé dans le rôle qui leur a été confié pour la bonne gestion de l'association (facturation, commercialisation et démarchage, assurance, labellisation). **Il semblerait que les vaches ne soient pas autant poussées (état d'engraissement 2 accepté) qu'en filière longue.** Sur l'année 2021, cela représentait : 8,3 tonnes de viande de JB (soit environ 80 têtes) à des prix variant de **6,80 € à 7,20 € / kgc.**

« Paysans Bio d'Aveyron » (suite)



Remarque :

- L'association tient à réaliser la première livraison afin de pouvoir échanger avec le gestionnaire, créer une histoire et du relationnel ;
- Il arrive qu'une entente s'établisse entre établissements relativement proches pour mutualiser le transport et garantir l'équilibre carcasse en réalisant des achats complémentaires.

• **Quelques points clés à retenir :**

- ✓ Développer des marchés « muscles » et carcasses en compléments,
- ✓ Faire le lien entre restauration collective et restauration commerciale pour une meilleure complémentarité entre les circuits exigent de faire du sourcing au quotidien,
- ✓ Une anticipation nécessaire lors des commandes pour travailler en direct avec des éleveurs : finition, maturation, découpe...,
- ✓ Se doter d'outils : bon de commandes, plannings semestriels...,
- ✓ Planifier sa production et avoir des marchés et des calendriers complémentaires entre établissements scolaires et centres de vacances,
- ✓ Atelier de transformation avec outil de surgélation indispensable (steak haché),
- ✓ Diversification de la gamme (lentille) afin de proposer un plat « type » pour la restauration collective (logique de centralisation de l'offre à petite échelle),
- ✓ Relationnel de proximité : expliquer les spécificités + visites de fermes pour garantir une bonne adéquation entre le marché public et ce qu'il est possible de produire.

Plus d'informations >> <https://www.paysansbioaveyron.fr/>

RESSOURCES & REFERENCES

(1) : Dossier viande bovine : économie d'élevage – Où va le bœuf, N°503, Novembre 2019 [IDELE]

(2) : Le marché alimentaire bio en 2020 - Estimation de la consommation des ménages en produits alimentaires biologiques en 2020 (édition 2021) [Agence Bio]

(3) : Baromètre RHD, résultats de la première vague (données 2019) ; sur <https://barometre-rhd.fr/#>

(4) : Dossier Presse : Bio en restauration hors domicile, entre loi et réalité [Agence BIO / CSA Research; Novembre 2018]

(5) : Evolution du marché alimentaire bio en 2019 [Agence BIO / AND international; Juin 2020]

(6) : Perrine Dulac, Anne Farruggia, Daphné Durant, Anaïs Gaborit, Frédéric Signoret, et al.. Des diagnostics partagés de biodiversité avec les éleveurs de vaches maraîchines des marais littoraux. La lettre des marais atlantiques, Forum des marais atlantiques, 2021, pp.9-13. hal-03122857 →p 16-17

(7) : Observatoire de la restauration collective bio et durable [Un bio de plus; Novembre 2021]

(8) : Rapport d'étude N°190613, Mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective [Agence BIO / CSA Research; Octobre 2019]

Compléments :

- FASSEL Virgine, « Chapitre 6. Les ventes à la restauration collective : consommer local et biologique », dans : Gilles Maréchal éd., Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires. Dijon cedex, Educagri éditions, « Références », 2008, p. 77-91. DOI : 10.3917/edagri.colle.2008.01.0077. URL : <https://www.cairn.info/--9782844447104-page-77.htm>
- Restauration collective : des difficultés structurelles exacerbées par la crise sanitaire, INSEE Première n°1840, février 2021
- Ressources de l'Agence Bio : <https://www.agencebio.org/profil/restauration-hors-domicile/restauration-collective/>
- Ressources de l'interprofession INTERBEV sur l'introduction de viandes bio en RHD : <https://www.interbev.fr/rhd/outils/?sous-rubrique-ressource=bio>

Résumé : La restauration hors domicile (collective et commerciale) représentait, en 2019, 8% des volumes de viande bovine biologique commercialisés en France et, surtout, elle peut être un levier pour les éleveurs à la recherche de l'équilibre matière et ainsi d'une valorisation optimale de leurs carcasses. Dans le cadre du projet BioViandes MC Tranche 2, une étude s'est penchée sur les spécificités de ce débouché : son fonctionnement, ses besoins mais aussi les freins qu'elle peut rencontrer ou imposer à ses fournisseurs. Mieux comprendre tout cela, c'est viser une meilleure articulation amont-aval. Après une présentation des principaux résultats de cette étude, quelques exemples concrets, souvent innovants, ouvrent le champ des possibles.

Rédaction : Marie BERNARD, élève ingénieur ENSAIA, dans le cadre d'un stage encadré par la FRAB Auvergne-Rhône-Alpes
 Contact : Anne HAEGELIN, Frab AuRA, anne.haegelin@aurabio.org

Date de publication (dans le cadre de la tranche 2 du projet) : juin 2023.

Le projet BioViandes

Via une approche collaborative et une volonté de favoriser une articulation forte entre amont et aval, le projet BioViandes a pour objectif le développement de filières durables de viandes biologiques de ruminants sur le Massif central, valorisant tout particulièrement l'herbe et contribuant au développement local. Pour ce faire, les partenaires visent :

- Un développement concerté des filières viandes bio,
- Un renforcement des capacités des éleveurs bio à engraisser majoritairement à l'herbe,
- Un apport de réflexions/connaissances mobilisables par les acteurs des filières dans leurs démarches de structuration et de recherche de débouchés pour la viande bio de ruminants produits sur le MC à base d'herbe.

Ce projet s'articule en deux tranches de fin 2018 à mi-2023.

Partenaires de la tranche 2 :



Maîtrise d'ouvrage et coordination : Pôle Bio Massif Central

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont, 89 avenue de l'Europe
 BP 35 - 63 370 LEMPDES / Tél. : 04 73 98 69 57

<https://www.pole-bio-massif-central.org> et <https://pole-bio-massif-central.org/bioviandes/>

Contact : Myriam Vallas, myriamvallas@free.fr



BioViandes tranche 2 financée dans le cadre de la convention Massif Central par :



agence nationale
de la cohésion
des territoires

