



GUIDE

DES PRODUITS BIO ET LOCAUX DANS MON RESTAURANT

*Quels leviers
possibles ?*

78% * des consommateurs se disent en attente de produits biologiques en restauration commerciale.

Aujourd'hui, 43%* des restaurants commerciaux proposent des produits bio, en plus ou moins grande proportion. Les façons d'introduire des produits bio sur sa carte sont nombreuses : boissons, ingrédients, plats, menus. En parallèle, depuis quelques années, l'offre en produits bio augmente, se diversifie et se structure, pour répondre à la demande des restaurateurs.

Pour mettre en place une offre bio et locale, le restaurateur devra passer par plusieurs étapes et s'engager dans une démarche personnelle et volontaire : structurer son projet et lister ses motivations, identifier les produits qu'il souhaite introduire et les connaître, trouver les bons fournisseurs, adapter ses menus et ses recettes, se certifier, puis communiquer sur sa démarche !

*Source Agence BIO

PENSER SON PROJET

QUEL PROJET SOUHAITEZ-VOUS CONSTRUIRE? JUSQU'OU SOUHAITEZ-VOUS MENER VOTRE DÉMARCHE ÉCO-RESPONSABLE? QUELLE PART D'INGRÉDIENTS ET PRODUITS BIO VOULEZ-VOUS PROPOSER? SOUHAITEZ-VOUS PRIVILÉGIER LES PRODUITS LOCAUX? DANS QUEL DÉLAI? SOUHAITEZ-VOUS TRAVAILLER DANS LE SENS DU ZÉRO DÉCHET? PROPOSER DES PLATS VÉGÉTARIENS?

La définition de votre projet et de vos objectifs vous guidera dans la mise en œuvre de votre démarche :

- Choix ou non de vous faire certifier et niveau de certification,
- Organisation des approvisionnements,
- Communication à mettre en place,
- Lien avec la clientèle...

Ce projet impactera votre quotidien : en cuisine, au service et du côté de la gestion et du suivi !

INTRODUIRE DES PRODUITS BIO LOCAUX À SA CARTE, C'EST S'ENGAGER POUR L'ENVIRONNEMENT, POUR LA SANTÉ ET POUR L'ÉCONOMIE DE SON TERRITOIRE.

Plus qu'un simple débouché pour les producteurs et fournisseurs bio, vous deviendrez un acteur du développement des filières bio du territoire.

DU CÔTÉ DES APPROVISIONNEMENTS BIO

Pour s'approvisionner en produits bio et locaux sur votre carte, il faut connaître les caractéristiques de la production locale. L'étape de sourcing devient indispensable pour construire une carte cohérente, qui reflète les richesses de la production de nos territoires.

CONNAÎTRE ET VALORISER SON TERRITOIRE

Chaque territoire a sa typicité, ses saisons et ses réalités qui impacteront le choix des produits que vous pourrez y trouver. Il faudra donc vous renseigner sur les caractéristiques de l'agriculture bio locale : productions, filières, acteurs,... Rien de mieux, pour cela, que d'aller à la rencontre des fournisseurs et producteurs (à la ferme, lors des rencontres acheteurs

- fournisseurs,...). Vous pourrez aussi trouver des informations dans les annuaires édités par le Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes et l'ARDAB.

Au-delà des questions pratiques (produits, délais de commande, franco, ...) , c'est aussi l'occasion de questionner l'histoire et l'éthique des fournisseurs, la saisonnalité du produit, ses spécificités, les contraintes de production liées au terroir, au climat...



Annuaire des fournisseurs bio édité par le Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes et l'ARDAB.

[À TÉLÉCHARGER](#)

1 UNE CARTE AUX COULEURS LOCALES

Une carte aux couleurs locales c'est :

- Une carte évolutive en fonction des saisons et des contraintes d'approvisionnement.

- Des produits pour lesquels vous savez expliquer l'origine, la qualité et l'histoire.

- La bonne alchimie entre vos inspirations (cuisine du monde, végétarienne, street-food, ...) et la typicité de votre terroir.



AUTOUR DE LYON

Dans la région lyonnaise, on trouve assez facilement : bières, vins, jus de fruits, yaourts, fromages, steaks hachés surgelés, champignons, crèmes glacées, etc...

Et l'on trouve moins facilement : charcuterie, volaille, poissons.



PRÉVOIR UN PLAN B

S'approvisionner en bio local c'est aussi faire face à des contraintes de production et/ou de livraison qui peuvent vous impacter.

Ayez toujours un plan B ou C pour chacun de vos produits : soit un autre fournisseur (épicerie de quartier, marché, grossiste), soit un produit de remplacement.

« Après avoir construit notre carte en fonction de ce qu'on voulait cuisiner, on l'a adaptée aux produits disponibles sur le territoire, à leur qualité et à leur saisonnalité. Maintenant, notre démarche est centrée autour du produit, à partir duquel on réfléchit toute notre carte en fonction des saisons. On trouve des idées, des astuces pour s'adapter et s'y retrouver dans nos tarifs » Trattino, Lyon

2 QUELS FOURNISSEURS POUR QUELS VOLUMES ?

Des volumes de commande trop faibles et des fréquences de livraison élevées peuvent être des freins à l'approvisionnement local.

Les agriculteurs et petits fournisseurs locaux doivent optimiser leurs livraisons pour avoir du temps de travail dans leurs champs et dans les ateliers de transformation. Au démarrage de l'activité de restauration, si les volumes de commande sont insuffisants, il faudra peut-être trouver des solutions transitoires. Par exemple, aller au marché

bio, pour acheter les produits frais en complément d'autres livraisons. Si votre restaurant fonctionne déjà et que vous connaissez vos volumes, plusieurs types de structures (plateformes, grossistes et producteurs) pourront vous livrer en direct régulièrement ! Disposer d'espaces de stockage adaptés permettra aussi de limiter le nombre de livraisons !

DU CÔTÉ DE LA CUISINE

Cuisiner bio local tout en maîtrisant son budget ? Plusieurs leviers d'actions permettent d'y arriver : réfléchir les approvisionnements, cuisiner en fonction des saisons, trouver des produits de substitution moins chers, valoriser les sous-produits, introduire des légumineuses...

LA CRÉATIVITÉ EST DE MISE !
IL NE SUFFIT PLUS DE PENSER «
PRODUIT » MAIS SURTOUT
« ASSIETTE » ET « MENU »
POUR FAIRE DES ÉCONOMIES
À TOUS LES NIVEAUX !

1 JOUER LA CARTE DES SAISONS

Rien de tel que de cuisiner les produits de saison pour gérer au mieux votre budget ! D'où l'importance de votre sourcing car, à saison égale, certains fruits et légumes bio peuvent être moins chers que les produits en conventionnel. Vos fournisseurs sauront vous donner une **mercuriale hebdomadaire** ou **saisonnaire** pour identifier les produits de saison.

ET PUIS
SURTOUT...

RÉDUIRE

Certains grammages de produits peuvent être réduits pour faire des économies, par exemple celui de la viande. Tout en maintenant le côté gourmand et généreux de vos plats bien-sûr !

VALORISER

Utilisez les produits jusqu'au bout !

- Le jus de cuisson des pois chiches pour remplacer les œufs de votre mousse au chocolat,
- les épluchures de légumes en chips
- les croutes de fromage en sauces,
- les fanes de légumes en pesto, sauces, soupes et crackers !

REEMPLACER

Un des produits phare de votre carte est particulièrement coûteux ? Pourquoi ne pas le remplacer par un produit similaire de moindre renommée, aux qualités suffisantes pour l'utilisation que vous souhaitez en faire. **Un conseil** : regardez du côté des fromages, des vins, de la viande...



Credit photos : Alice Martin.



2 LES LÉGUMINEUSES : LE COMBO GAGNANT !

Lentilles, pois chiches, fèves, haricots, pois, soja... Que ce soit en galettes, hachis, ou gratins, de plus en plus de clients sont à la recherche d'une alternative aux protéines animales, un plus

pour l'environnement, et un plus pour la gestion de vos coûts ! A ration protéique égale, le coût des protéines végétales est bien inférieur à celui des protéines animales.

Pour un **équilibre nutritionnel** au top : pensez à les associer avec des céréales ! Et n'oubliez pas, on les retrouve de l'entrée (soupe, tartines, terrines) jusqu'au dessert (financier au pois cassé) !



« J'ai surtout beaucoup pensé mes recettes pour ne pas exploser mon coût matière. L'idée c'était d'avoir une carte avec des produits pas trop chers mais qui restent qualitatifs et gourmands, c'est ce que les clients attendent avant tout »

La Gryffondine, Lyon

3 ET SI ON VALORISAIT LE BOEUF SOUS TOUTES SES FORMES ?

Si vous souhaitez proposer de la viande bovine à votre carte, pensez à introduire des morceaux à bouillir, pour des recettes plus traditionnelles. Ainsi, vous soutiendrez les filières locales. En effet, quand un éleveur vend un bœuf, il doit valoriser

les différents morceaux... Or la demande est très forte pour les morceaux à braiser et à griller. Il lui faut donc trouver des acheteurs pour les morceaux moins nobles (et moins chers) afin de respecter l'équilibre matière.



« C'est important de déjà défendre soi-même les valeurs du « bio-local » car ça se ressent ensuite dans la communication, dans la cuisine, dans la passion que tu mets à expliquer tes plats. »

Trattino, Lyon

4 COMMUNIQUER ET VALORISER SA DÉMARCHE

INSCRIRE L'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO DANS UNE DÉMARCHE ÉCO-RESPONSABLE GLOBALE
Réduire les déchets, valoriser les sous-produits, trouver un fournisseur d'électricité verte, opter pour des

emballages composables ou réutilisables, utiliser une monnaie locale... autant de pratiques qui, combinées à votre approvisionnement bio et local, peuvent vous aider à mener une démarche cohérente. Et ce sont autant de points à mettre en avant auprès de vos clients !

LES RÉSEAUX SOCIAUX : L'OUTIL DEVENU INDISPENSABLE À VOTRE VISIBILITÉ
Impossible de faire l'impasse sur les réseaux sociaux et notamment Instagram qui fédère aujourd'hui de nombreux restaurateurs, vos

clients et vos partenaires. C'est l'endroit idéal pour évoquer vos fournisseurs et votre démarche éco-responsable. Ce qui peut être difficile à expliquer lors du service, car long, peut se faire facilement sur une publication !

LA CERTIFICATION **BIO**

L'ÉTAPE OBLIGATOIRE POUR POUVOIR COMMUNIQUER

Pour communiquer sur l'introduction de produits bio dans son restaurant, il est nécessaire de se faire certifier.

Depuis le 1^{er} janvier 2020, un nouveau cahier des charges a été mis en place pour la restauration commerciale. Il propose deux types de certification :

- **UNE CERTIFICATION «QUANTITÉ DE PRODUITS»**, sur la base des valeurs d'achats mensuelles en bio. Trois niveaux de certification sont alors possibles : de 50 à 75% de produits bio, de 75 à 95% et plus de 95%.

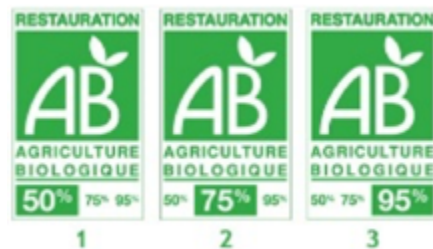
- Les restaurateurs n'atteignant pas le taux de 50% peuvent opter pour **LA CERTIFICATION « PLATS ET MENUS »** permettant d'identifier des plats composés d'au moins 95% en poids d'ingrédients bio ou sur des menus constitués à 100% de produits bio.

La communication que vous pourrez réaliser dépendra du type de certification. En fonction du niveau, vous pourrez communiquer uniquement sur la carte ou plus largement (dans le nom, sur la vitrine et la devanture).

PENSEZ-Y

Il existe une aide financière à la certification.

EN SAVOIR PLUS



« La certification a permis d'avoir une vraie transparence envers nos clients et de valoriser nos producteurs qui travaillent en agriculture biologique. Il nous permet aussi d'afficher notre politique de développement durable »

Le Burge, Lyon



UN DISPOSITIF

À LA CARTE

GRAND LYON
la métropole

Restaurateurs, nos deux structures vous accompagnent dans :

- ✓ La connaissance de l'offre locale, la mise en relation avec des fournisseurs bio locaux (producteurs, artisans, entreprises ou plateformes multi-produits).
- ✓ L'aide au choix des produits bio et locaux les plus adaptés à votre offre de restauration.
- ✓ L'information sur la réglementation et les aides financières.
- ✓ L'appui sur des thématiques diverses : produits de saison, produits atypiques, nouveaux fournisseurs, etc...
- ✓ Et dans l'accompagnement pour la communication auprès de vos convives.



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes



CLUSTER BIO AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Bastien BOISSONNIER

bboissonnier@cluster-bio.com

04 75 25 97 00

CONTACTEZ-NOUS



• **ARDAB** •

Les Agriculteurs **BIO** de Rhône et Loire

ARDAB

Élodie ROLLAND

elodie-ardab@aurabio.org

06 38 82 78 66