

Le bio européen engagé à vos côtés depuis 1991

# CUISINONS PLUS BIO<sup>1</sup>



Enjoy it's from Europe  
= Plaisirs d'Europe

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



# S'engager pour plus de bio au resto !

**En France, le bio reste encore peu présent dans les assiettes de la restauration. Ses 205 000 restaurants proposent en moyenne moins de 1,5% de denrées bio à leur carte<sup>1</sup>, tandis que ses 85 000<sup>2</sup> cantines en intègrent moins de 6 % dans leurs achats<sup>3</sup> : un constat qui révèle un important potentiel de développement pour soutenir les débouchés des plus de 61 000<sup>3</sup> agriculteur-rices bio du territoire.**

C'est pourquoi l'Agence BIO a lancé en 2023 le programme d'information et de sensibilisation **« Cuisinons Plus Bio »**, co-financé par l'Union européenne. Son ambition ? Mobiliser les chef-fes, restaurateur-rices et professionnel-les de la restauration collective et commerciale pour les encourager à devenir des acteur-rices de la transition agroécologique en offrant une place de choix au bio dans leur cuisine.

## AU MENU

### P04 **Le bio en restauration aujourd'hui**

Un potentiel à saisir et des bénéfices majeurs

### P06 **Les perspectives du bio au resto**

Freins, motivations et enseignements

### P08 **« Cuisinons Plus Bio », le programme pour plus de bio au resto !**

Des actions renforcées

### P10 **Une équipe de chef-fes engagé-es**

Les partenaires et leurs leviers pour plus de bio

# Un programme, plusieurs enjeux...

**Lancé en 2023 et renouvelé en 2026, le programme « Cuisinons Plus Bio » vise à mobiliser les restaurants pour en faire de véritables porte-paroles de l'agriculture et de l'alimentation biologiques. En s'appuyant sur une communication de pair à pair, il facilite l'introduction de plus de bio au restaurant et fait la démonstration à travers des exemples concrets que c'est possible.**

## Des objectifs clairs :

Jour après jour, ce programme européen s'emploie à sensibiliser, former et valoriser les démarches culinaires qui introduisent plus de bio afin de simplifier et d'inciter au passage progressif à l'acte, en déployant un plan d'actions 360. Il se donne également pour mission d'aider les chef-fes à expliquer les bienfaits de leurs partis pris auprès de leurs convives.

## Trois cibles identifiées :

« Cuisinons Plus Bio » mobilise trois publics complémentaires :

- Les acteur-rices de la RHD : chef-fes, restaurateur-rices et professionnel-les de la restauration collective comme commerciale ; pour faire évoluer les cartes et les pratiques.
- Les prescripteur-rices du marché : distributeurs, grossistes, formateur-rices et fédérations professionnelles ; dont l'influence structure les filières d'approvisionnement bio.
- Et les consommateur-rices, dont la demande croissante reste le moteur final de cette transition.



## Le tout au service des ambitions fixées par l'État !

- **20 % bio minimum dans les repas servis en restauration collective** selon la loi EGalim
- **21 % de surfaces agricoles utilisées en bio d'ici 2030** (objectif fixé en 2021), selon la Loi d'Orientation Agricole (LOA) de février 2025
- **12 % de consommation de bio en valeur sur l'ensemble des circuits de consommation d'ici 2030**, selon la Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat (SNANC) de février 2026



**Qui mieux que des professionnel-les de la restauration déjà engagé-es en bio pour inspirer leurs pairs et leur donner envie de franchir le pas ? Leurs retours d'expérience prouvent qu'intégrer davantage de produits bio en cuisine est une démarche source de plaisir et de convivialité, mais aussi accessible, durable et responsable. Parce que, oui, un peu plus de bio chaque jour au menu, c'est possible ! »**

*Bruno Martel, Président de l'Agence BIO*

1 - GIRA FoodService pour FranceAgriMer, 2025.

2 - Données Conseil National de la Restauration Collective 2026.

3 - L'Agence BIO, d'après CIRCANA, GIRA FoodService et ANDI, chiffres 2025.

# Le bio en restauration aujourd'hui

Un potentiel à saisir

**Le bio possède encore une forte marge de progression en restauration hors domicile. Une dynamique positive est toutefois en marche, portée par une demande croissante de la part des consommateur-rices, la structuration d'initiatives d'accompagnement des restaurateur-rices (Écotable, FiG, Clef Verte, Ecocert, Mon Restau Responsable...) et des objectifs étatiques ambitieux (à commencer par la loi EGalim).**

## La restauration hors domicile en France<sup>1</sup>

**1 repas sur 5<sup>2</sup>**  
PRIS HORS DOMICILE

**35 %**  
DES DÉPENSES ALIMENTAIRES FRANÇAISES<sup>2</sup>

**71 %**  
DES FRANÇAIS-ES VEULENT PLUS DE BIO EN RHD<sup>3</sup>

**10 % du marché du bio<sup>4</sup>**

## La restauration collective

**85 000 cantines<sup>5</sup>**

**3,7 milliards**  
DE REPAS ANNUELS SERVIS<sup>6</sup>

**Moins de 6 % de ses achats en bio<sup>5</sup>**

**65 %**  
D'ÉTABLISSEMENTS DÉCLARANT PROPOSER DES PRODUITS BIO À LEURS CONVIVES<sup>4</sup>

**552 millions d'euros**  
DE VENTES DE PRODUITS BIO (+ 6,9 % EN UN AN)<sup>3</sup>

## La restauration commerciale

**205 000 établissements, du bistrot à la table étoilée<sup>7</sup>**

**3,7 milliards**  
DE REPAS PAR AN<sup>6</sup>

**1,5 % de ses achats en bio<sup>7</sup>**

**43 %**  
D'ÉTABLISSEMENTS DÉCLARANT INTRODUIRE DES PRODUITS BIO<sup>4</sup>

**335 millions d'euros**  
DE VENTES DE PRODUITS BIO (+ 1,2 % EN UN AN)<sup>3</sup>

## Les bénéfices majeurs de menus plus bio

Faire le choix de sourcer plus de bio, c'est aujourd'hui s'engager pour une restauration plus durable et responsable, qui...

- Soutient les plus de 61 000 fermes engagées dans ces pratiques en leur sécurisant des débouchés
- Dynamise l'économie locale, avec déjà 210 000 emplois directs<sup>3</sup>
- Participe à la souveraineté alimentaire, puisque 72 % du bio consommé en France est produit sur le territoire<sup>3</sup>
- Contribue à la préservation de l'environnement en soutenant une production soucieuse de la biodiversité, de la qualité de l'eau, de la fertilité des sols, du bien-être animal et des cycles naturels

## L'ONAB : un observatoire de référence pour le bio

En collectant les données sur les surfaces et fermes en bio, mais aussi en analysant le marché de la consommation et les différents débouchés des produits bio, l'Observatoire National de l'Agriculture Biologique (ONAB) de l'Agence BIO offre des clés de compréhension précieuses sur la problématique du bio au restaurant. Avec son panorama chiffré annuel, il donne des indicateurs communs pour piloter les politiques publiques et éclairer le choix des citoyen-nes.

Retrouvez le panorama sur [agencebio.org](https://agencebio.org)

1 - Restauration Hors Domicile : restaurants, cantines, hôpitaux, entreprises.

2 - Note de conjoncture FCD mai 2026.

3 - L'Agence BIO/ANDI - Chiffres du bio panorama 2025.

4 - L'Agence BIO, ObSoCo, 2024.

5 - L'Agence BIO, d'après CIRCANA, GIRA FoodService et ANDI, chiffres 2025.

6 - GIRA FoodService / CIRCANA pour FranceAgriMer, 2026.

7 - GIRA FoodService pour FranceAgriMer, 2025.

# Les perspectives du bio au resto

Freins, motivations et enseignements

**Comment comprendre les freins et les motivations à l'introduction de plus de bio au restaurant ? Pour affiner la réponse à cette question, l'Agence BIO a réalisé fin 2025, en collaboration avec Manger du Sens<sup>1</sup>, une enquête de terrain auprès de 12 personnalités clés du secteur de la restauration, trois ans après le lancement de sa campagne « Cuisinons Plus Bio ».**

Parmi celles-ci figurent aussi bien des acheteur-ses – tel-les que le chef d'une maison triplement étoilée, Jacques Marcon, ou le cofondateur de Bioburger, Louis Frack – que des distributeurs, comme l'enseigne de cash and carry Metro, ou bien le grossiste Transgourmet.



Une synthèse complète des entretiens est à retrouver sur [cuisinonsplusbio.fr](https://cuisinonsplusbio.fr)!

## La restauration, un secteur sous forte pression

Le contexte dressé par les professionnel-les est sans appel : depuis la crise du Covid, la restauration tourne au ralenti, grandement impactée par l'inflation et la place centrale du prix dans la prise de décision. Les fournisseur-ses doivent donc composer avec un marché fragilisé, tandis que les acheteur-ses font face aux attentes hétérogènes de leurs convives entre ceux qui veulent bien manger, ceux qui limitent les frais, ou encore ceux qui favorisent la fast-food.

### ET LE BIO DANS TOUT ÇA ?

S'il n'échappe pas aux enjeux de prix actuels, de réelles opportunités se présentent à lui : les fournisseur-ses observent une progression des achats depuis 4 ans, portée notamment par la loi EGalim en restauration collective.



## Des freins à lever...

Aujourd'hui, plusieurs freins sont régulièrement cités par les professionnel-les pour expliquer les faibles taux actuels d'introduction du bio en restauration :

- Un prix souvent plus élevé, qui refroidit à l'unanimité les acheteur-ses et les fournisseur-ses
- La persistance d'idées reçues et des confusions sur les bénéfices réels du label : le bio peut être associé à du marketing chez beaucoup de chef-fes ou souffre d'un déficit de notoriété chez les fournisseur-ses
- Un manque de disponibilité de certains produits qui peut rendre difficile l'engagement sur des volumes côté achat et la planification côté fournisseur-ses
- Des marges de distributeurs jugées abusives par certains acheteur-ses
- Une demande insuffisante aux yeux des fournisseur-ses

## ... et des motivations à valoriser !

Malgré ces différents freins, les professionnel-les de la restauration soulignent de nombreux facteurs les encourageant à donner plus de place au bio dans leur établissement :

- 1 • Le soutien à la souveraineté alimentaire et la santé figurent en première position de leurs motifs d'engagement.
- 2 • L'envie de démocratiser le bio et de mettre en avant sa capacité à répondre à plusieurs défis écologiques et sociaux de l'époque.
- 3 • L'éducation alimentaire, la biodiversité et l'innovation complètent dans une moindre mesure cette liste de motivations clés.



## 4 enseignements pour promouvoir le bio au restaurant :

### 1 RÉTABLIR LA VÉRITÉ SUR LES PRIX

Le bio ne coûte pas toujours beaucoup plus cher. Pour en finir avec les marges exorbitantes, il est nécessaire de mieux structurer les filières d'approvisionnement, de mettre en avant des gammes compétitives (fruits et légumes de saison, produits bruts) et d'optimiser la logistique.

### 2 INVESTIR PLEINEMENT SUR LE POTENTIEL CULINAIRE DU BIO

Le bio c'est aussi de la créativité en cuisine, et une grande variété de produits. Poursuivre le travail d'exploration sur les nombreuses manières d'intégrer du bio à la carte est indispensable en misant sur des cartes raccourcies par exemple, tous univers de restauration confondus.

### 3 MASSIFIER LES POSSIBILITÉS DE SENSIBILISATION ET DE FORMATION

La formation initiale et continue des professionnel-les d'aujourd'hui et de demain s'avère capitale pour ancrer durablement le bio dans les pratiques, tout comme l'information du grand public.

### 4 FAIRE ÉMERGER UN NOUVEAU RÉCIT À IMPACT POSITIF

Le narratif autour du bio doit continuer de mettre en avant le plaisir de bien manger et ses producteur-rices pour lui donner un visage.

# « Cuisinons Plus Bio », le programme pour plus de bio au resto !

Des actions renforcées

En 2023, l'Agence BIO a lancé le programme « Cuisinons Plus Bio », co-financé par l'Union européenne, avec la volonté d'aller au plus près des restaurateur-rices.

**Le but : démontrer à leurs côtés qu'il est possible d'introduire plus de bio au menu des établissements français et ainsi de structurer des filières durables dans les champs.**

Renouvelé en 2026, le programme consolide sa dynamique et prendra toujours plus d'ampleur au cours des 3 prochaines années pour lutter contre les idées reçues persistantes, soutenir une formation adaptée et répondre ainsi aux enjeux identifiés avec les professionnel·les à l'issue du premier programme.

## CUISINONSPUSBIO.FR

LE site ressources de la campagne pour retrouver les outils de sensibilisation, des vidéos, des interviews, des conférences, etc. « Cuisinons Plus Bio », c'est également des webinaires, des MOOC, des quiz, des infographies... pour ne citer que cela !



Toutes les ressources pour plus de bio au menu sont à retrouver sur [cuisinonsplusbio.fr](https://cuisinonsplusbio.fr)!

## DES ACTIONS RENFORCÉES

### #1 Fédérer et mobiliser une communauté de chef-fes engagé-es

Dès sa création, le programme a commencé par mobiliser des chef-fes de tous horizons, issu-es de la restauration collective comme commerciale, allant de l'établissement étoilé au spécialiste de la street food. Désormais, ce sont plus de 100 professionnel·les qui partagent leurs expériences afin de sensibiliser les acteur-rices de la RHD aux spécificités de l'agriculture biologique et créer un mouvement de fond vers la transition alimentaire.

### #2 Former les restaurateur-rices de demain

Faire bouger les lignes en faveur d'un modèle agricole et alimentaire responsable et durable, c'est aussi investir le terrain de la formation. Le programme se donne ainsi pour objectif de continuer à développer la présence du bio dans les formations initiales et continues. Aujourd'hui, **une dizaine de masterclasses** ont déjà été organisées dans des écoles de cuisine ou d'hôtellerie – notamment à l'école Ferrandi ou au CFA Médéric – touchant près de 300 étudiant·es. En complément, des **modules de formation** ont été co-crées avec Vincent Delacour, formateur au lycée hôtelier de Granville : **plus de 800 étudiant-es en distanciel ont déjà téléchargé ces contenus validés par le ministère de l'Éducation nationale et s'inscrivant dans les référentiels du CAP, du BTS et du Bac Pro.**



### #3 Capitaliser sur un solide réseau de partenaires

Après trois années, « Cuisinons Plus Bio » compte aujourd'hui une dizaine de partenaires incontournables de l'écosystème RHD qui portent les messages de la campagne partout sur le territoire, tels que: Euro-Toques France, Ecotable, Restau'Co, le Syndicat National de la Restauration Collective (SNRC) ou encore le Centre National des Œuvres Universitaires et Scolaires (CROUS).

### #4 Sensibiliser professionnel·les et convives sur les engagements et bénéfices du bio

« Cuisinons Plus Bio » va régulièrement à la rencontre des consommateur-rices de la France entière grâce à sa présence sur les salons incontournables de la scène culinaire, à ses achats publicitaires dans la presse et à ses campagnes social media. Le programme met aussi à la disposition des professionnel·les des outils pédagogiques et interactifs, accessibles en version numérique depuis la plateforme digitale BtoB [cuisinonsplusbio.fr](https://cuisinonsplusbio.fr).

### #5 Ancrer ces actions dans un calendrier phare comme la Journée européenne du Bio le 23 septembre

## Le programme en chiffres en 2025

**100 chef-fes partenaires recruté-es**

**3 modules de formation**

POUR LES CAP, BAC PRO ET BTS EN HÔTELLERIE RESTAURATION

**Près de 300 étudiant-es**

FORMÉ-ES EN PRÉSENTIEL ET  
+ de 3 000 À DISTANCE

**+ de 22 000 visites**

SUR LE SITE CUISINONSPUSBIO.FR,  
**1 500 TÉLÉCHARGEMENTS DES MODULES**

**197 articles**

DE RETOMBÉES PRESSE,  
**85 JOURNALISTES RENCONTRÉS**

**47 millions de contacts générés**

MEDIA + RÉSEAUX SOCIAUX

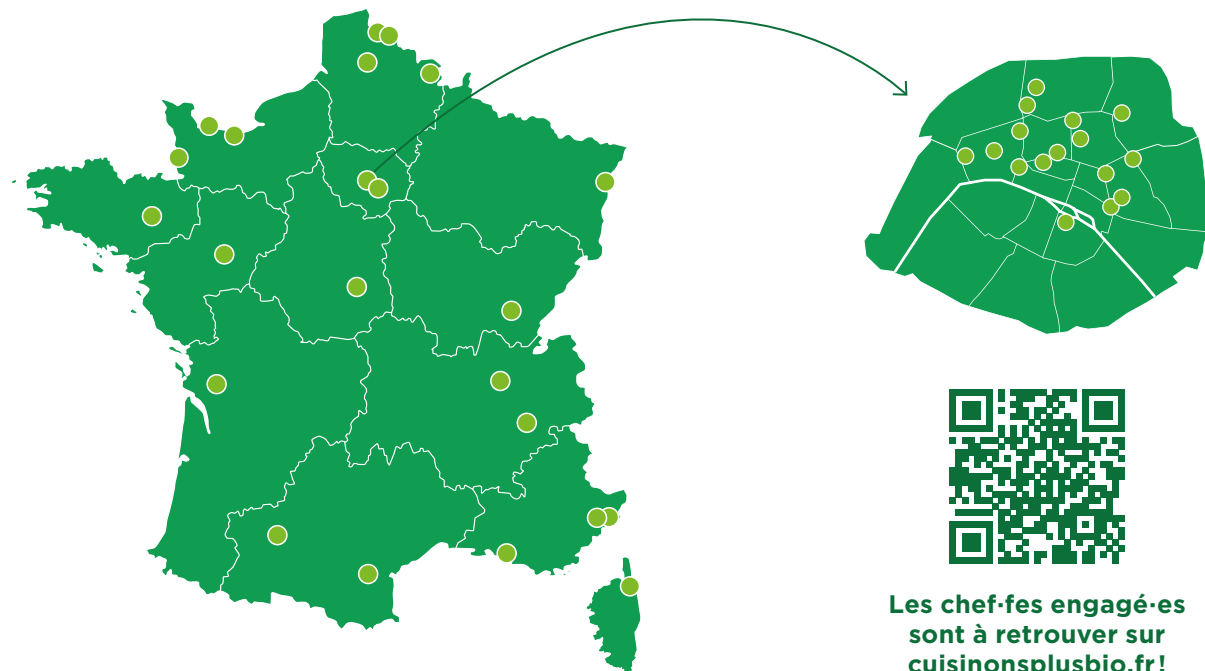
# Une équipe de chef-fes engagé-es

Les partenaires et leurs leviers

**En atteignant 20, 50 voire 100 % de bio dans leurs menus, de nombreux-ses chef-fes français-es prouvent chaque jour qu'intégrer plus de bio à sa carte est possible et rentable. « Cuisinons Plus Bio » mobilise ces personnalités engagé-es de la transition agricole et alimentaire pour faire bouger les lignes en cuisine.**

## Plus de 100 professionnel·les à bord

Une centaine de chef-fes a déjà rejoint le mouvement, parmi lesquels Mikaela Liaroutsos (Etsi), Stéphane Énault (Les Roseaux Pensants), Laurent Cherchi (Reflet d'Obione), Vincent Delacour (lycée hôtelier de Granville), Francine Liou (cheffe de cantine, collège de Miribel) ou encore Chef Damien (750 g).



Les chef-fes engagé-es sont à retrouver sur [cuisinonsplusbio.fr](https://cuisinonsplusbio.fr)!

## LEUR RÔLE ?

Témoigner de leur engagement à travers diverses actions fortes : interventions lors de salons professionnels et grand public, animations dans des établissements scolaires, interviews dans des vidéos, contributions à la création d'outils pour favoriser plus de bio au restaurant, événements presse, et bien plus encore.

## PLUS DE BIO AU RESTAURANT, OUI MAIS COMMENT ?

### 5 leviers pour faire la différence

Il ne suffit pas de remplacer un produit non bio par un produit bio. **Il faut repenser ses pratiques.** On ne construit plus sa carte autour d'un produit : on pense « assiette » et « menu » pour faire des économies à tous les niveaux. Introduire plus de bio au menu de son restaurant ou de sa cantine s'accompagne d'une réflexion sur : **son approvisionnement, sa carte, son projet d'établissement.** Et en cuisine, 5 leviers peuvent faire la différence :



#### ANTI-GASPILLAGE

Pour lutter contre le gaspillage alimentaire et équilibrer ses comptes, rien de tel que de valoriser le produit dans son intégralité, réduire ses propositions au menu pour mieux gérer ses stocks et sensibiliser ses convives. **1/3 de la production mondiale de nourriture serait gaspillée chaque année<sup>1</sup>.**



#### FAIT MAISON

Miser sur la cuisine de produits bruts, en formant ses équipes en cuisine et en investissant dans des équipements pour optimiser son coût matière, c'est maîtriser ses coûts, améliorer la qualité de ses plats et redonner du sens à son métier.



#### SAISONNALITÉ

Cuisiner des produits au bon moment en faisant évoluer sa carte tout au long de l'année permet de respecter les cycles naturels tout en réduisant ses coûts d'achat : un produit est moins cher quand il est en abondance dans les champs.



#### PLACE DES PROTÉINES

Repenser leur place dans l'assiette en végétalisant ses menus et en travaillant différemment la viande est un moyen efficace de proposer des alternatives originales et diversifiées à ses client·es, mais aussi de dégager des marges budgétaires pour servir une viande de qualité.



#### LOCAL

Favoriser les filières bio de proximité et valoriser les productions régionales à la carte, c'est sécuriser ses approvisionnements, soutenir l'économie de son territoire, limiter les intermédiaires – et donc leurs marges – tout en renforçant le lien du champ à l'assiette. **+ de 27 000 fermes bio françaises pratiquent la vente directe partout sur le territoire<sup>2</sup>.**



Pour nous, c'était une évidence. Cuisiner bio, c'est comme cuisiner en pleine conscience, dans le respect à la fois de la terre, de celles et ceux qui produisent la nourriture... et de celles et ceux qui la mangent !

**Ariane Delmas,**  
co-fondatrice du restaurant et du service de restauration collective **Les Marmites Volantes, Paris (75)**



## À propos de l'Agence BIO

Créée en novembre 2001, l'Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique, est la plateforme nationale d'information et d'actions qui s'inscrit dans une dynamique de développement, de promotion et de structuration de l'agriculture biologique française.

Elle rassemble au sein de son conseil d'administration des représentants des Pouvoirs Publics – le ministère de l'Agriculture, de l'Agro-alimentaire et de la Souveraineté alimentaire et le ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires – et des professionnels (FNAB, Chambres d'agriculture France, Synabio, La Coopération Agricole, FCD, Synadis Bio et Interbio).

Ses missions principales : communiquer et informer sur l'agriculture biologique et ses vertus environnementales. Produire, analyser et partager les chiffres du bio avec l'Observatoire National. « Être une instance » de dialogue entre l'amont agricole et l'aval industriel, entre les bio historiques et les plus récents. Investir le Fonds Avenir Bio sur les projets collectifs d'entrepreneur-ses du bio les plus structurants et les plus pérennes pour les filières bio françaises.

Pour plus d'informations :  
[cuisinonsplusbio.fr](http://cuisinonsplusbio.fr) / [agencebio.org](http://agencebio.org)



@agencebio



@Agence BIO



@Agence BIO

Service presse de campagne **Gulfstream RP & Influence**  
**Anahita LESANI** - 06 34 41 17 88 - [alesani@gs-com.fr](mailto:alesani@gs-com.fr)



Enjoy it's from Europe  
= Plaisirs d'Europe

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE