

LA TOUCHE BIO

Le bio s'invite au menu!



BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE : LES CLÉS DE L'ADHÉSION

Le bio reste fortement attendu en restauration collective.
Mais pour convaincre durablement, il doit être mieux expliqué,
plus visible et associé à des repères concrets.

Etude Opinion Way réalisée pour le Cniel & Interfel - septembre 2026*

LE BIO RESTE UNE ATTENTE FORTE EN RESTAURATION COLLECTIVE

ACTIFS



58%

accordent une importance
élevée au mode de production
des produits dans les repas
de restauration collective

PARENTS



65%

88% 87%
souhaitent davantage de bio
dans les repas de restauration
collective

1/3 1/4

trouvent l'offre de fruits et légumes bio
et de produits laitiers bio en restauration
collective insuffisante

LE BIO DOIT ÊTRE MIEUX COMPRIS

ACTIFS



65%

connaissent le label
bio européen

PARENTS



51%



MAIS SEULS

56% 47%

disent savoir
ce qu'il signifie

UN FORT ENJEU DE LISIBILITÉ

ACTIFS



55%

savent que les
établissements de
restauration collective
ont des obligations en
matière de part de bio

PARENTS



65%



MAIS SEULS

57% 55%

jugent l'information
sur la composition
et la qualité des repas
suffisamment claire

LES SUPPORTS À PRIVILÉGIER POUR RENFORCER LA VISIBILITÉ

56%

Affichage
sur place

47%

Signalétique
simple

37%

Menu détaillé

ACTIFS

46%

Menu détaillé

33%

Information
sur site/appli

27%

Communication
spécifique

PARENTS

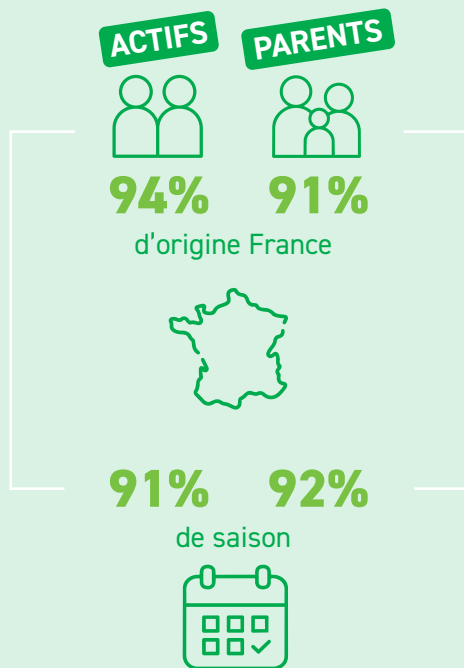
LE BIO SEUL NE SUFFIT PAS TOUJOURS



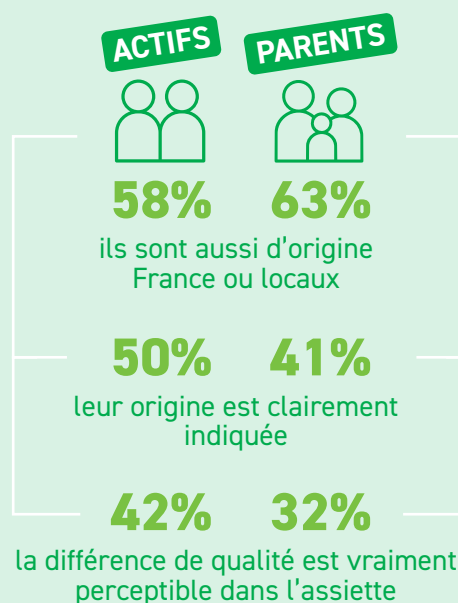
Parmi les 9 critères jugés prioritaires dans l'offre de restauration collective, le bio seul n'arrive qu'en **6^e position chez les actifs** et en **7^e position chez les parents**.



Le bio est jugé plus intéressant s'il est aussi :



Les convives accepteraient un surcoût pour des produits bio si :



LES LEVIERS DES PROFESSIONNELS POUR RÉACTIVER LE POTENTIEL DU BIO

MIEUX EXPLIQUER LA VALEUR PROPRE DU BIO

Ce qu'il garantit, ce qui le distingue des autres repères de qualité



RENDRE LE BIO VISIBLE

Le bio doit être plus clairement identifié et signalé dans les menus, les recettes et la communication sur place

INSCRIRE LE BIO DANS UNE OFFRE COHÉRENTE ET COMPLÉMENTAIRE

Il est mieux valorisé lorsqu'il est associé à d'autres repères auxquels les convives sont attentifs, comme l'origine, le local ou la saisonnalité

Le potentiel du bio se réactive autour de 3 leviers clés

- Sens
- Visibilité
- Repères concrets de qualité



*Etude réalisée par OpinionWay pour le Cniel & Interfel, auprès, d'une part, d'un échantillon de 610 actifs mangeant régulièrement en restaurant d'entreprise, issu d'un échantillon représentatif de la population française des personnes en activité âgées de 18 ans et plus ; et d'autre part, auprès de 426 parents d'enfants scolarisés âgés de 3 à 18 ans, mangeant régulièrement à la cantine, issu d'un échantillon représentatif des parents d'enfants âgés de 3 à 18 ans. La représentativité des échantillons a été assurée par la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence). Enquête administrée en ligne du 28 mai au 10 juin 2026.

Financé par l'Union européenne. Cependant, les positions et opinions exprimées appartiennent aux auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de FranceAgriMer. Ni l'Union européenne ni l'autorité chargée de l'octroi ne sauraient en être tenues pour responsables.



Cofinancé par
l'Union européenne

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

