

Le Bio
d'Adam et Eve

*« L'Essence des Produits, le
Plaisir des Sens »*



10 èmes RENCONTRES
NATIONALES PRINTEMPS BIO



Caroline Séguret
Caroline.seguret@gmail.com

41, rue Saint Honoré
75001 Paris

« Restaurant bio », une dénomination strictement réglementée depuis 2012...

Le Bio
d'Adam et Eve

Qu'est ce que la certification des restaurants BIO(à visée commerciale)?

Avant, il n'y avait pas de règles.... se disait 'resto bio' qui voulait!!!! aucun contrôle, aucune règle à suivre... bio, naturel, green.. beaucoup de GREEN WASHING !!!

La certification bio existe depuis des années pour les agriculteurs et les transformateurs (boulangers,...) mais elle n'existait pas pour les restaurateurs...

Un resto bio qui souhaite communiquer sur son offre BIO doit être certifié par un organisme indépendant reconnu par l'état : c'est le respect d'un cahier des charges strict concernant l'approvisionnement bio notamment + le respect des obligations réglementaires et sanitaires classiques de la restauration.
Il n'y a donc pas de restaurant + contrôlé que les resto bio certifiés !

Ca devrait donc CADRER donc la communication aujourd'hui abusive faite par les restaurants autour du bio et apporter garantie et transparence aux consommateurs.



- ↳ Créé fin 2011, 100% bio certifié catégorie 3
- ↳ Enseigne de restauration rapide ou « cantine/délicatessen à l'anglaise » dont l'offre est créée, pour la plupart, par et pour le concept.
- ↳ Au cœur du concept, le travail sur le marketing produit et fournisseur, avec :
 - ⌘ le caractère innovant, pionnier et unique sur le marché dans les développements produits
 - ⌘ la réassurance sur la qualité des produits via la sélection rigoureuse des producteurs
- ↳ Il s'agit d'offrir des produits cuisinés sans spécialités produits, prêts à emporter ou à consommer sur place.
- ↳ Pour déjeuner bio et snacker sain, à toute heure en self service, des produits prêts à consommer, frais, surprenants, gourmands





Les entrées



Les Plats Chauds



- ▶ **PLATS CUISINES** faits maison à base de produits frais 100% bio
- ▶ Proposés chauds en libre service
 - ▶ Prix au poids
- ▶ Choix de protéines animales & végétales





Yaourts & Desserts



- ▶ Yaourts (lait de brebis, vache, chèvre) et fromages vendus au poids



- ▶ Entremets laitiers & « non laitiers »



Pâtisseries

Le Bio
d'Adam et Ève

- ↳ Pâtisseries classiques (brownies, financiers aux amandes...)
- ↳ Pâtisseries sans gluten (cakes maison, sablés, financiers) aux farines sans gluten (riz, sarrasin, châtaigne....) ou à la poudre d'amandes, sans sucre de canne, vegan, sans beurre



Jus de fruits Frais



► Fruits Frais de saison



► Smoothies, Lassi, Latte....



► Fruits secs



► « Superfood »: pollen, cranberries, gingembre....



Difficultés rencontrées cas 3

- ⌘ Dégager suffisamment de marge pour trouver un équilibre financier et un modèle économique pérenne
- ⌘ Bien connaître le marché et les fournisseurs pour pallier aux problèmes inhérents aux produits bio
- ⌘ Difficulté à faire véritablement comprendre et à valoriser le cas 3 « 100% bio » auprès du grand public & des médias

Couvrir ses marges

- ⌘ **Prix d'achat matières premières** de 20 à 50% plus chers
- ⌘ Nécessité de **prix de vente consommateur** proches de ceux des concurrents non bio (valeur d'un ticket restaurant) pour le déjeuner
- ⌘ **Coûts de personnel (en général) supérieurs** (travail de produits frais, bruts, non transformés, peu de produits « prêts à l'emploi »)
- ⌘ **Coûts de fonctionnement incompressibles, inhérents à la restauration**
- ⌘ **Gestion opérationnelle plus compliquée** (changements de recette très fréquents, produits moins stables (+ de vérification, suivi), variabilité des prix, faire face aux ruptures au quotidien ...)
- ⌘ **Difficultés des achats et des approvisionnements** via un choix relativement restreint de fournisseurs pour travailler en direct (vs grossistes distributeurs) et ce qui nécessite un grand espace de stockage

Bien connaitre le marché

- ↳ Bien connaitre l'offre, le marché, les fournisseurs et les attentes des consommateurs
- ↳ Une multitude de petits fournisseurs d'où la difficulté de s'y retrouver pour trouver la constance de la qualité, des approvisionnements réguliers et les meilleurs rapports qualité/prix
- ↳ Besoin de renouveler constamment l'offre en restauration rapide
 - ⌘ nécessité de bien connaitre tous les produits et fournisseurs



Concurrence « déloyale » (cas 3)



- ↳ Trop d'abus en terme de communication via les termes « naturel », « organic » et même « bio »
- ↳ Beaucoup se disent « bio » dans les articles, les réseaux sociaux, affichent « bio » en vitrine sans certification (cas 1 ou 2 ou pas du tout...)
- ↳ Méconnaissance du cahier des charges par le grand public (pas assez de communication, trop de confusion volontairement entretenue ou pas...)
- ↳ Méconnaissance du cahier des charges par les journalistes, influenceurs, blogueurs...
 - ⌘ Communiquer auprès du grand public et des médias pour plus de clarté et encourager les restaurants à se faire certifier
 - ⌘ Renforcer les contrôles



L'évolution du cahier des charges en cours.... Cas 3

- ⌘ Maintenir un niveau d'exigence élevé pour le cas 3 avec un minimum de 95% d'ingrédients bio
- ⌘ Cette catégorie est un gage de confiance pour le consommateur
- ⌘ Le réduire à 90% changerait la donne....

Le Bio
d'Adam et Eve

{ Merci de votre attention

Caroline Séguret
caroline.seguret@gmail.com
Tél: 06 20 31 14 80