

# CARACTÉRISATION DE LA DEMANDE



# 1

## VUE D'ENSEMBLE

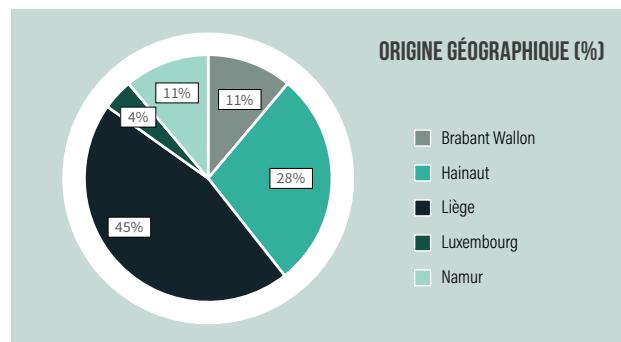
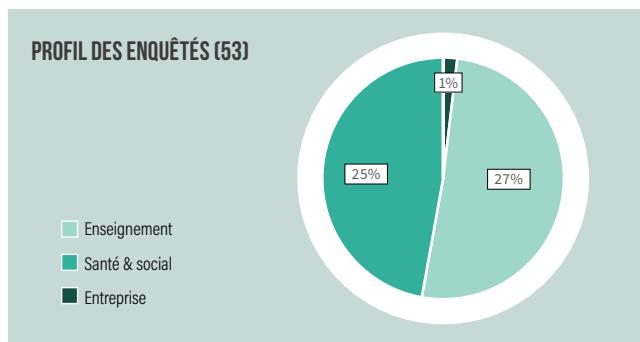
### Objectif de l'enquête :

- Caractériser, à partir des données obtenues, la demande des cantines et des cuisines centrales au niveau de la Wallonie

### 1.1 Caractéristiques de l'échantillon

#### Profil des enquêtés

- Cantines enquêtées : **53 pour un total de 12.432 repas/jour.**
- Cuisines centrales enquêtées : **4, pour un total de 40.846 repas/jour<sup>1</sup>**



<sup>1</sup>*Suite à la pandémie de COVID 19, la récolte des données fut en partie biaisée dû au fonctionnement partiel de certaines cantines : le nombre de repas servis sur l'année 2020 ne correspond pas forcément aux quantités de produits achetées en temps normal. Les données ont été réajustées au mieux pour correspondre à la réalité, des erreurs pouvant néanmoins subsister.*

## 1.2. Méthodologie et biais

Cette enquête réalisée auprès de notre échantillon de cantines et de cuisines centrales est une véritable enquête empirique du secteur de la restauration collective. Ces dernières ont été invitées à remplir un questionnaire reprenant les produits les plus utilisés, leurs quantités, leurs gammes, ainsi que des informations sur le prix, l'origine géographique et le caractère biologique ou non du produit.

Cette méthode n'est pas parfaite, mais il s'agit avant tout de donner les tendances en matière de demande en produits locaux.

Voici les principaux biais identifiés :

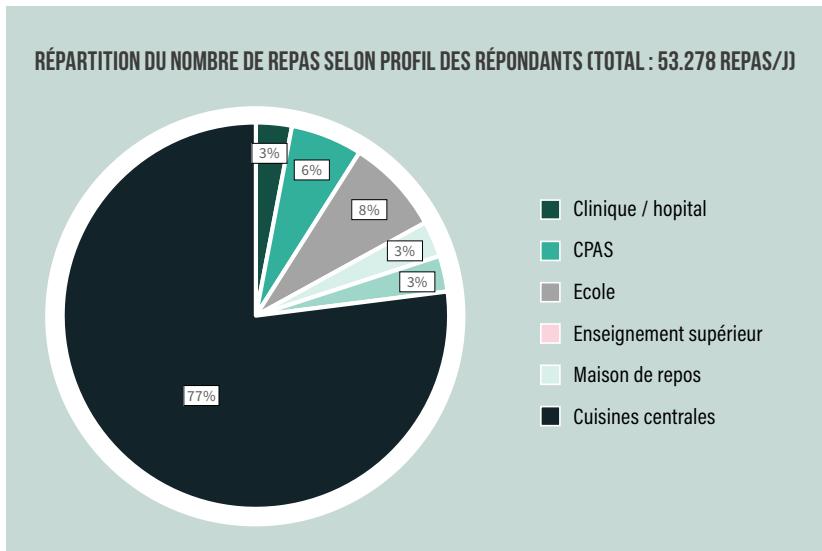
Certains produits ou gammes oubliés par les cantines. Par exemple, les tomates en conserve, les pommes en compotes, ainsi que divers légumes...

- Données facultatives sur l'origine géographique du produit ou le caractère biologique. L'absence de données ne nous permet pas de tirer des tendances précises de la consommation locale. Nous ne produisons que des estimations qui nécessitent d'être confrontées à des études

- Quantités indiquées peuvent être surévaluées par rapport au nombre de repas indiqué : la cantine reprend dans son fichier approvisionnement tous les repas (déjeuner, dîner, souper), alors que l'étude ne vise que le repas du midi.

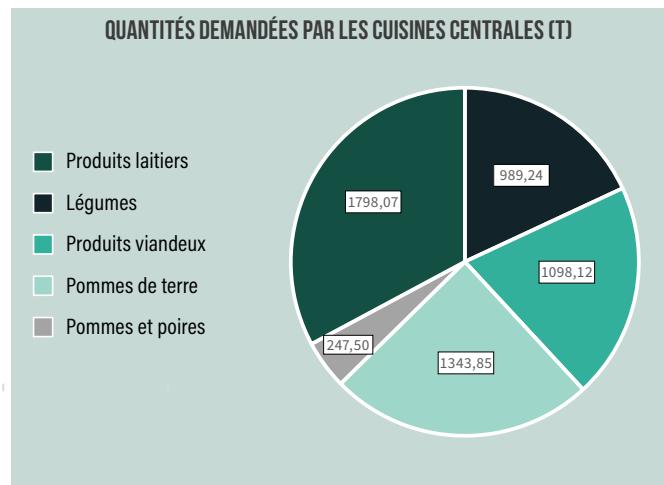
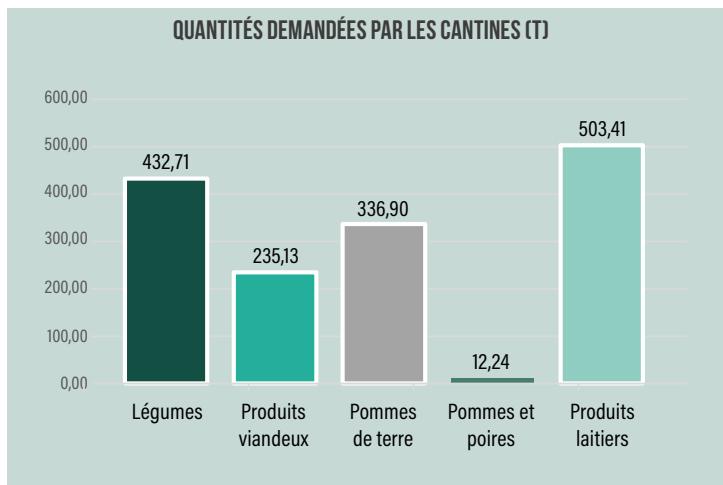
Selon l'étude de Barret, la consommation de repas de midi quotidien équivaut à 200 000. Nous nous sommes donc basés sur un échantillon total de 53.278 repas, que nous allons extrapoler au nombre de repas total servi par jour afin d'estimer les quantités consommées en Wallonie.

Cette méthode n'est pas parfaite, mais en l'absence de données empiriques du secteur de la restauration collective, il s'agit de donner les tendances en matière de demande en produits locaux. Ces données sont donc à prendre avec des pincettes.



## 1.3. Résultats généraux :

### Aperçu global



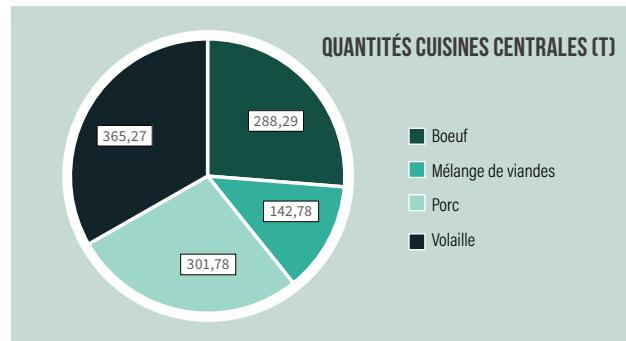
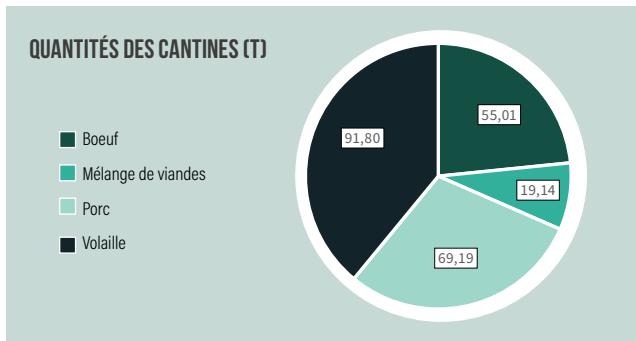
## Tableau de la consommation annuelle par personne des cantines réparties selon les filières, le profil de cantine

Le tableau ci-dessous nous donne une première estimation des quantités annuelles qui sont demandées par utilisateur, selon le type d'établissement qui propose ces repas. Nous pouvons ainsi constater que :

- les fruits sont principalement consommés par les publics mineurs,
- la consommation de légumes est plus importante dans les maison de repos, et plus faible pour les CPAS,
- les produits laitiers sont plus consommés dans les maison de repos et les CPAS que les structures d'accueil de la petite enfance,
- les mélanges de viandes sont consommés par les établissements de l'enseignement supérieur et les maisons de repos

QUANTITÉS ANNUELLES CONSOMMÉES PAR UN UTILISATEUR DE LA CANTINE (KG) POUR LE REPAS DU MIDI						
	Accueil petite enfance	Clinique/ hôpital	CPAS	Ecole	Enseignement supérieur	Enseignement supérieur
Autres Légumes	24	25	18	20	24	32
Bœuf	0	2	3	4	3	3
Mélange de viandes	0	0	1	1	2	2
Œufs	12	5	10	13	10	9
Pommes de terre	22	23	17	25	16	19
Pommes et poires	19	0	0	2	1	0
Porc	0	5	5	4	4	3
Produits laitiers	7	28	31	10	13	44
Volaille	1	7	5	4	3	6

## 1.4 Filières viandeuses



Il existe des disparités dans la consommation de produits viandeux selon le profil d'acheteur. A proportions égales, les cantines autonomes utilisent plus de volaille et de mélanges de viandes, tandis que les cuisines centrales achètent plus de viande de bœuf et de porc.

### *En Wallonie*

Filières	Qtot cuisine centrale (t)	Qtot cantines (t)	Total
Bœuf	635	487	1122
Mélange de viandes	315	169	484
Porc	665	612	1277
Volaille	805	812	1617

## 1.5 Perspectives de la filière viandeuse

- Selon l'analyse de l'axe 1 du Green Deal (produits frais et de saison), 8% des engagements des cantines signataires du Green Deal concernent des produits de type viandeux qui devraient être achetés plus localement. Les produits les plus souvent cités sont la charcuterie, la volaille locale, et la viande bovine. Cela concerne principalement le type de public mineur, suivi du public adulte, et enfin, le tout public. Les 6 sociétés de catering signataires du Green Deal ont également pris ces engagements.
- Sur l'axe 2 (des produits respectueux de l'environnement), 31 engagements sur 318 (soit 9,7%) ont été pris pour des produits de type viandeux : il s'agit principalement pour les cantines de s'approvisionner en viande locale (porc, volaille, bœuf) ainsi qu'en viande bio.
- Toujours sur le même axe, 24 engagements ont été pris pour la réduction des grammages des produits viandeux.
- Sur l'axe 3 (des produits équitable), 3 engagements ont été pris par des cantines luxembourgeoises et liégeoise désirant s'approvisionner en viande équitable, toutes en gestion autonomes.
- Enfin, sur l'axe 4 (des repas sains, équilibrés et savoureux), 93 engagements ont été pris pour des repas végétariens, principalement par des cantines ayant un public mineur. Il ne s'agit pas de supprimer la viande, mais de renforcer l'offre d'alternatives aux protéines animales, et de proposer au moins repas/sandwich végétarien.

## 1.6 Origine wallonne et caractère bio des produits

Seulement 1/4 des répondants ont pu fournir une réponse sur la provenance wallonne ou non des produits qu'ils achètent, ainsi que sur leur caractère biologique ou non. Cela signifie qu'il y a un travail de sensibilisation des acheteurs à mener sur ces points bien précis. Des acheteurs mettent parfois en avant l'un ou l'autre fournisseur qui présentent dans leur catalogue une série de produits locaux, mais dans les faits, la traçabilité des produits manque de transparence pour l'acheteur. Une culture de la traçabilité est à recréer, en impliquant toute la chaîne d'acteurs (de l'économie à la personne qui sert les plats, en passant par la direction et le cuisinier).

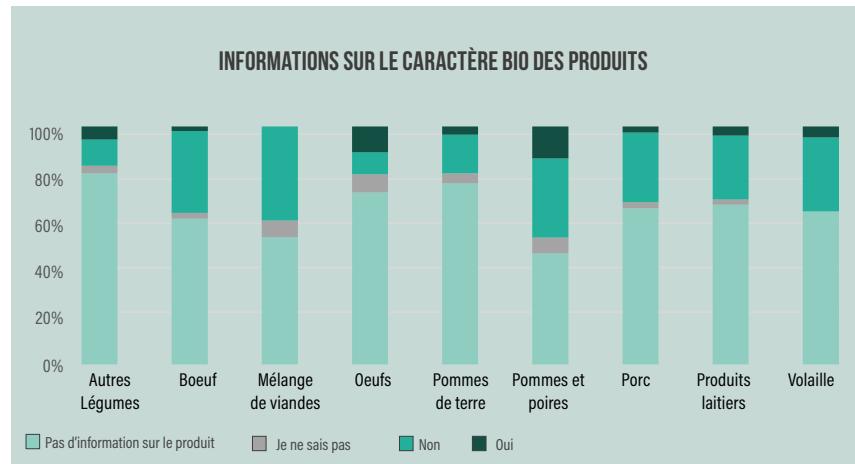
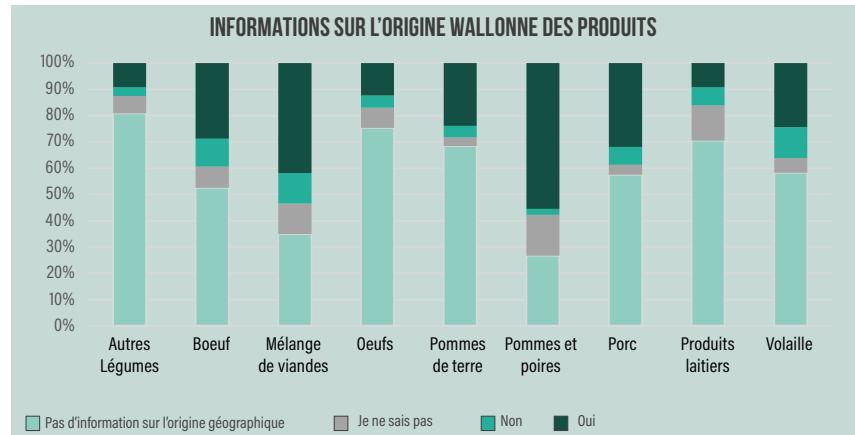
D'après ces données,

- les produits les plus « wallons » sont : pommes et poires > produits viandeux > pommes de terre. Les produits les moins souvent achetés en Wallonie sont les légumes, la volaille, les produits laitiers, et les œufs.
- les produits les plus souvent achetés en bio : pommes & poires > œufs > légumes. Les produits les moins achetés en bio sont les produits viandeux, les pommes de terre et les produits laitiers.
- Selon un échantillon de 23% mentionnant une information sur le caractère bio et le caractère wallon des produits, on peut estimer un taux de pénétration de 5% de produits qui sont à la fois bio et locaux.

74% des signataires (=80 000 repas/jour) ont pris l'engagement de relocaliser son approvisionnement en produits alimentaires, en particulier les fruits & légumes, les produits laitiers, la viande.

Environ 40% des cantines ont pris l'engagement d'introduire au moins un nouveau produit bio en plus dans leur offre de repas : on retrouve principalement les légumes, la viande (volaille), les fruits et les œufs !

"Nous notons un intérêt fort et grandissant des cantines signataires à vouloir relocaliser leur approvisionnement de certains produits. Le passage à l'acte s'avère toutefois compliqué pour un certain nombre d'entre eux. Parmi les freins identifiés, nous pouvons citer : des marchés publics pas ou peu adaptés à une alimentation durable, la disponibilité des produits sur les marchés locaux, une logistique suffisamment robuste pour les volumes demandés, le prix d'achat."





## FILIÈRE BOVINE

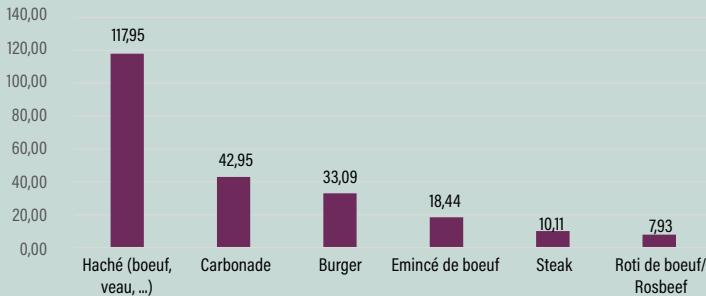
# 2

### Caractéristiques générales

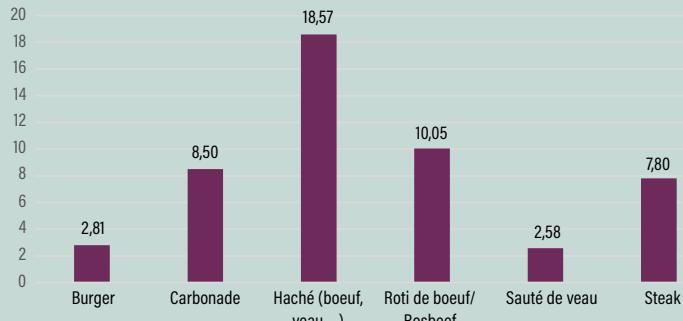
- La gamme du frais domine (89% pour les cantines et 92% pour les cuisines centrales).
- 7% des produits bovins achetés par les cuisines centrales sont déjà cuits.
- Les quantités totales demandées annuellement pour la filière bovine sont de 288 t (55 t pour les cantines et 233 t pour les cuisines centrales).

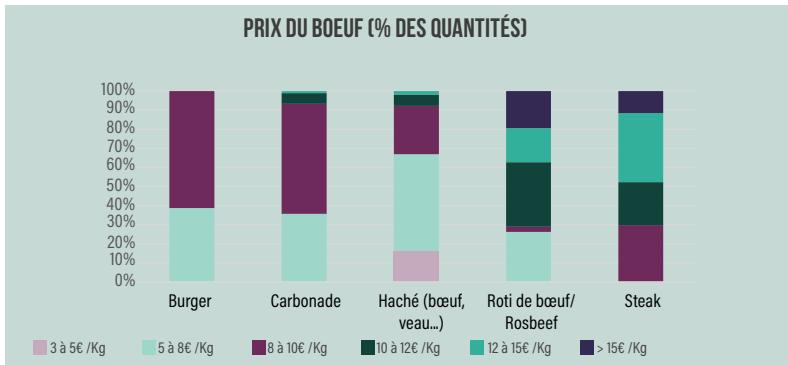
*Les produits les plus demandés sont : le haché > rôti de bœuf > carbonade > steak. Notons la forte demande des cuisines centrales en matière de haché (y compris burgers).*

TOP 6 DES QUANTITÉS LES PLUS CONSOMMÉES PAR LES CUISINES CENTRALES (T)



TOP DES PRODUITS LES PLUS CONSOMMÉS PAR LES CANTINES (T)





- Prix moyen haché : 7,12€/kg
- Prix moyen rôti de bœuf : 10,9€/kg
- Prix moyen carbonade : 8,26€/kg
- Prix moyen steak : 11,59€/kg
- Prix moyen burger : 8,03€/kg

## Perspectives

- Selon l'analyse de l'axe 1 (des produits locaux et de saison) et de l'axe 2 (des produits respectueux de l'environnement) des engagements des signataires du Green Deal, 6 engagements sur 62 visent spécifiquement la viande bovine qui sera plus locale.

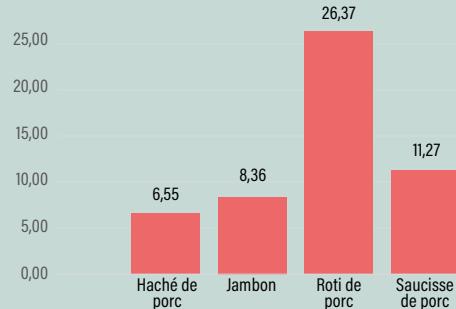


### Caractéristiques générales

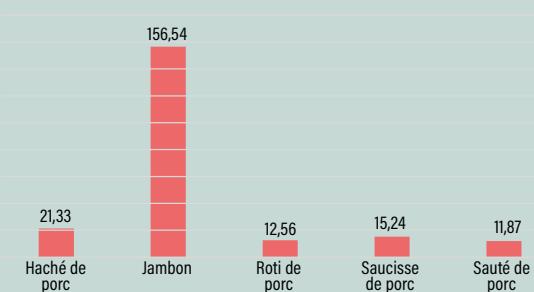
- Gamme du frais largement dominante pour les cantines (98%). Les cuisines centrales préfèrent la gamme du cuit (68%) , le frais venant après (32%).
- Les quantités totales demandées annuellement pour la filière porcine sont de 302 t (dont 69 t pour les cantines et 233 t pour les cuisines centrales).
- Prix moyen dans la filière : 6,77€/kg. Les prix en bio y sont plus élevés (10 à 12€, pour des produits comme le jambon et les viandes préparées).

### Caractéristiques des produits populaires

TOP DES PRODUITS LES PLUS CONSOMMÉS PAR LES CANTINES (T)



TOP 6 DES QUANTITÉS LES PLUS CONSOMMÉES PAR LES CUISINES CENTRALES (T)



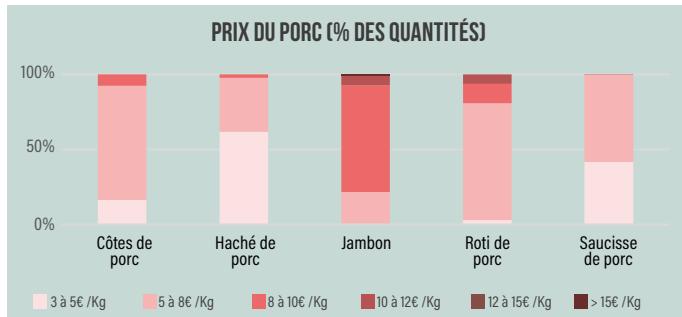
<sup>4</sup>Cette valeur est imputable à la forte consommation de jambon cuit par les cuisines centrales (156 t).



Les produits les plus populaires sont : le jambon, le rôti du porc, le haché de porc et les saucisses de porc.

Prix moyens des produits les plus courants :

Jambon	Rôti de porc	Haché de porc	Saucisses de porc
8,65 €/kg	7,03 €/kg	5,01 €/kg	5,47 €/kg



## Perspectives

- Selon l'analyse de l'axe 1 (des produits frais et de saison) des engagements des cantines signataires du Green Deal, 31 cantines ont pris l'engagement de rendre leurs produits viandeux plus locaux. 42 % s'engagent à acheter de la viande plus locale, et 2/31 visent spécifiquement la filière porcine.
- Sur l'axe 2 (des produits respectueux de l'environnement) 6 engagements sur 31 qui concernent les produits viandeux sont pris pour du porc plus local.



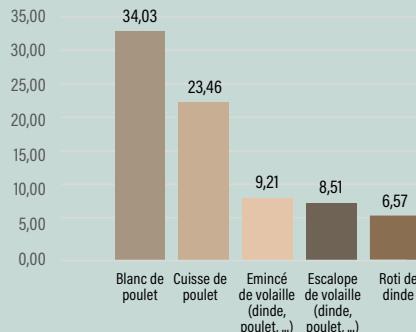
## FILIÈRE VOLAILLE

# 4

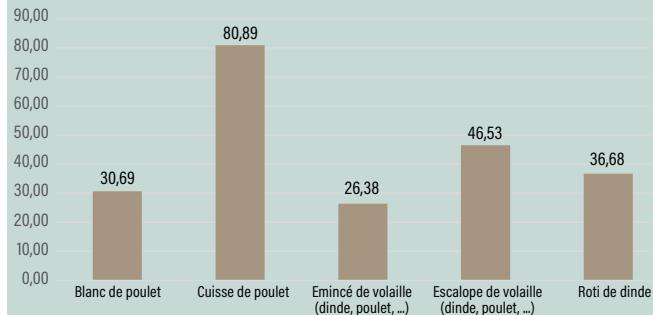
### Caractéristiques générales

- La gamme du frais domine à 86 % pour les cantines et 89 % pour les cuisines centrales, le surgelé arrivant en seconde position avec moins de 10% de la demande.
- Les quantités totales demandées annuellement pour la filière sont de 365 t (dont 92 t pour les cantines et 273 t pour les cuisines centrales).
- Prix moyen dans la filière : 6,29€/kg. Les produits d'origine wallonne sont vendus plus chers, avec en moyenne 7,27 €/kg.

TOP DES PRODUITS LES PLUS CONSOMMÉS PAR LES CANTINES (T)



TOP DES PRODUITS LES PLUS CONSOMMÉS PAR LES CUISINES CENTRALES (T)

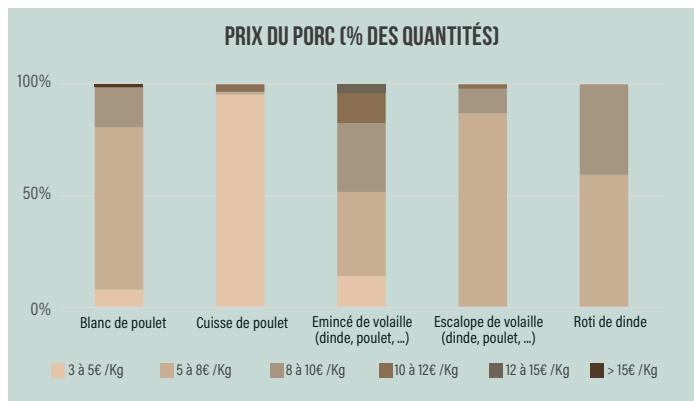


On observe des différences entre la demande des deux types d'acteurs, les cantines préférant le blanc, les cuisses, et l'émincé de volaille, tandis que les cuisines centrales privilient d'abord les cuisses de poulet, l'escalope de volaille, et le pilon de poulet.



Prix moyen des produits les plus courants :

Blanc de poulet	Cuisse de poulet	Emincé de volaille	Escalope de volaille	Pilon de poulet	Rôti de dinde
6,85 €/kg	4,28 €/kg	7,80 €/kg	6,87 €/kg	5,12 €/kg	7,51 €/kg



La majorité des produits (94% de la quantité totale) sont acheté à moins de 10€ du kg . Le produit « cuisse de poulet » est le produit que l'on consomme au prix le plus bas. L'émincé de volaille est le produit qui peut se vendre à des prix plus élevés.

## Perspectives

- Selon l'analyse de l'axe 1 (des produits locaux et de saison) et l'axe 2 (des produits respectueux de l'environnement) des engagements des cantines signataires du Green Deal, 62 cantines ont pris l'engagement de rendre leurs produits viandeux plus locaux, 42 % s'engagent à acheter de la viande plus locale, et 16% visent spécifiquement la volaille locale.



## FILIÈRE POULES PONDEUSES

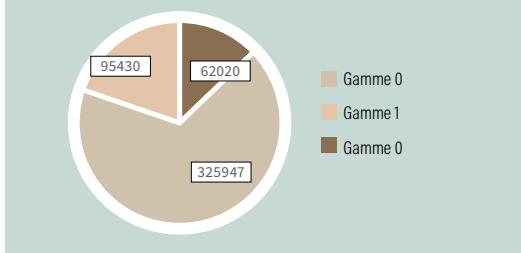
# 5

### Caractéristiques générales

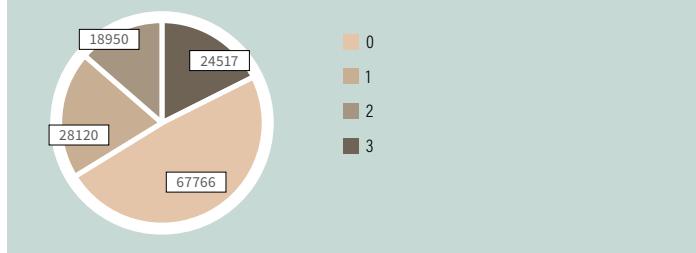
- En termes de quantités agrégées\*, la demande en œufs est de 50 500 litres pour les cuisines centrales (équivalent à 1 174 250 unités d'œufs), et de 24 900 litres pour les cantines (équivalent à 598 200 œufs).
- Les œufs consommés sont rarement d'origine wallonne, avec une estimation du taux de pénétration d'à peine 12 % (basé sur un échantillon de 25% des produits qui ont spécifié cette information).
- Gammes

### Caractéristiques des produits populaires

QUANTITÉS OEUFS FRAIS RÉPARTIS PAR GAMME (CANTINES)



OEUFS FRAIS & DURS DÉCOUILLÉS RÉPARTIS PAR GAMME (CUISINES CENTRALES)



La gamme 1 (œufs de poules élevées en plein air) est la plus fréquente avec 49% de la demande pour les cantines, et 67% pour les cuisines centrales. Pour les cantines, les 3 autres gammes se répartissent dans des proportions équivalentes. Les cuisines centrales ont totalement éliminé la gamme 3 (œufs de poules élevées en cage ou en batterie), et consomment 20% de gamme 2 (œufs de poules élevées au sol) et 13% de gamme 0 (œufs de poules élevées en plein air et nourries avec une alimentation biologique).

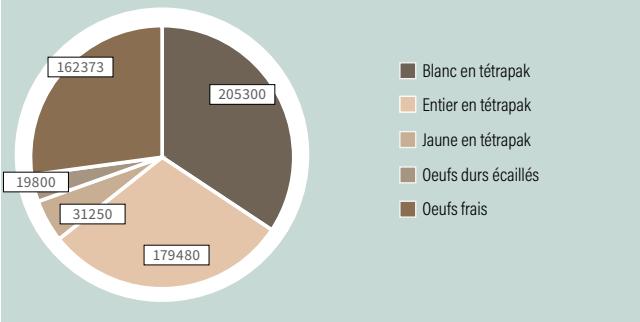
- Les prix des gammes 1, 2, 3 se situent entre 0-0,2€/unité, tandis que les prix des œufs bio se situent dans la tranche 0,2-0,4€/unité.

Considérant un œuf moyen équivalent à 60g dont 30g de blanc, 20g de jaune et 10g de coquille)

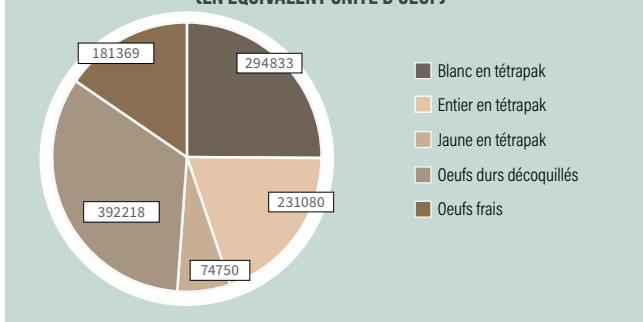


## Caractéristiques des produits populaires

TYPE DE PRODUITS UTILISÉS PAR LES CANTINES (EN ÉQUIVALENT UNIÉ D'OEUF)



TYPE DE PRODUITS UTILISÉS PAR LES CUISINES CENTRALES  
(EN ÉQUIVALENT UNITÉ D'OEUF)



Les œufs en tétrapack sont plus demandés par les cantines (ils représentent 69 % de la demande totale en œufs) que par les cuisines centrales (51 % de la demande). Les œufs durs décoquillés sont plus demandés par les cuisines centrales (33 %) que par les cantines (3 %). Au niveau des œufs frais, les cantines en utilisent plus (27 %) que les cuisines centrales (15 %).

## Perspectives

- Selon l'analyse de l'axe 1 (des produits locaux et de saison) des engagements des cantines Green Deal, 1% de ces engagements (soit 4 cantines) concernent les œufs locaux. Les trois quarts proposent entre 51 et 250 repas et la moitié est en gestion autonome.
- Sur l'axe 2 (des produits respectueux de l'environnement), 35 engagements sur 318 (soit 11 %) sont pris pour les œufs : 71% vont s'approvisionner en gamme 1 (œufs de poule en plein air) et 29% en œufs bio.

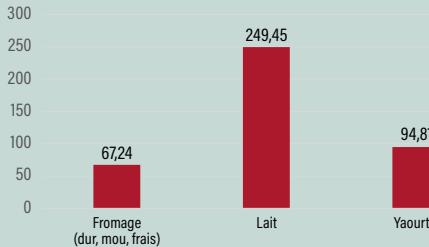


### Caractéristiques générales

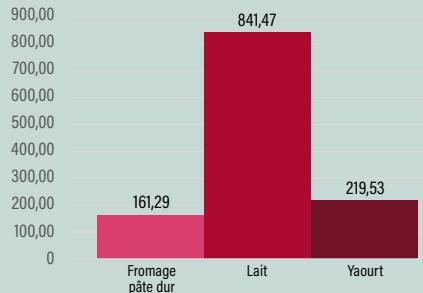
- Les quantités totales demandées annuellement dans la filière sont de 1798 t (dont 503 t pour les cantines et 1295 t pour les cuisines centrales). En termes de quantités, il s'agit de la filière la plus importante.
- Les produits laitiers sont rarement achetés en Wallonie. En effet, à peine 9% des produits achetés sont wallons (basé sur un échantillon de 30% qui précisait cette information).

### Caractéristiques des produits populaires

TOP 3 DES PRODUITS LAITIERS LES PLUS CONSOMMÉS PAR LES CANTINES (T)



TOP 3 DES PRODUITS LAITIERS LES PLUS CONSOMMÉS PAR LES CUISINES CENTRALES (T)





Les cantines consomment davantage de yaourt que les cuisines centrales, et moins de fromage à pâte dur. Les cantines ont tendance à privilégier les fromages frais ou à pâte molle, moins chers que les fromages à pâte dure, davantage utilisés par les cuisines centrales qui misent a priori sur des produits plus onéreux et de meilleure qualité.

Les cantines achètent plus souvent du yaourt bio (13,5%) que de lait bio (3%).

### Perspectives

- Selon l'analyse des engagements des cantines signataires du Green Deal, 11,6% des engagements de l'axe 1 (soit 45 sur 385) concernent des produits laitiers locaux, en particulier l'achat de fromage local. Les cantines qui ont pris ces engagements ont principalement un public adulte, maison de repos & CPAS, et un public mineur.
- Sur l'axe 3 (des produits équitables), 8 engagements sur 396 concernent des produits laitiers qui seront plus équitables, en particulier le lait et le beurre.

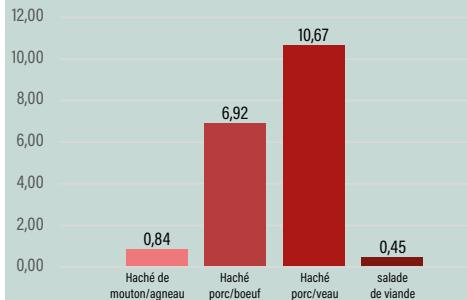


### Caractéristiques générales

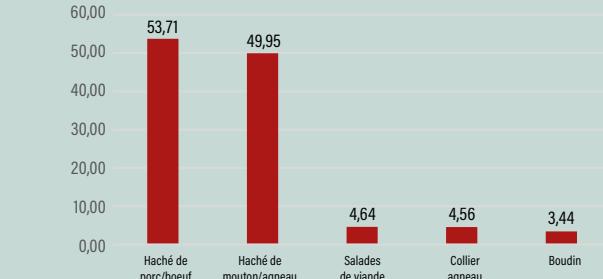
- Les quantités totales demandées annuellement pour la filière sont de 142 t (dont 19 t pour les cantines et 123 t pour les cuisines centrales).
- Le prix moyen de la filière est de 4,72 €/kg.
- Les produits s'achètent presque toujours en frais (99% pour les cantines et 97% pour les cuisines centrales).
- On n'achète quasiment jamais de mélange de viande en bio. Une hypothèse retenue est qu'il y a peu de porcs bio vendus en Wallonie, et que beaucoup de ces mélanges se font avec du porc, mais nous n'avons pas suffisamment de données pour confirmer cette hypothèse.

### Caractéristiques des produits populaires

TOP 4 DES QUANTITÉS LES PLUS DEMANDÉES POUR LES  
MÉLANGES DE VIANDES (T)



TOP 5 QUANTITÉS EN MÉLANGES DE VIANDES (T)

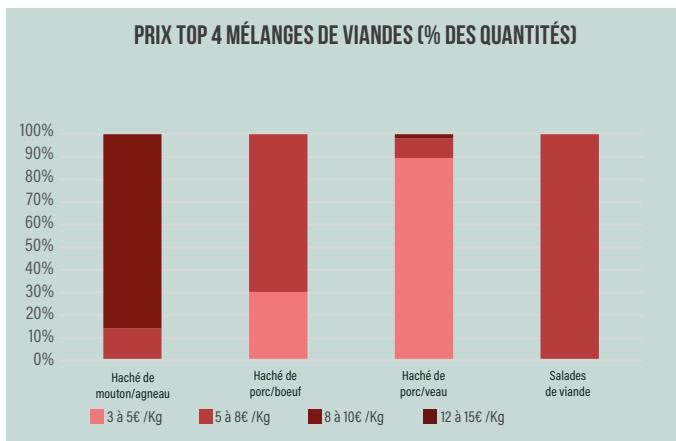




Les cuisines centrales consomment d'abord du haché porc/bœuf et du haché mouton/agneau, tandis que les cantines des collectivités privilégient le haché porc/veau et porc/bœufs qui sont les deux produits les moins onéreux.

Prix moyens des produits les plus consommés :

Haché mouton/agneau	Haché porc/bœuf	Haché porc/veau	Salades de viandes
8,64 €/kg	5,74 €/kg	4,31 €/kg	6,5 €/kg



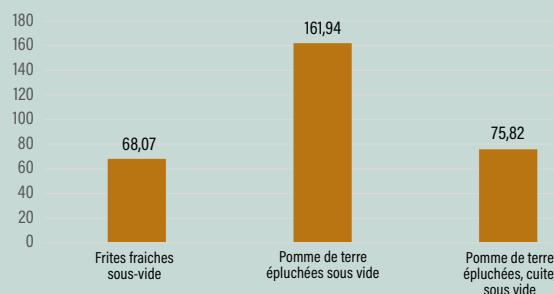


### Caractéristiques générales

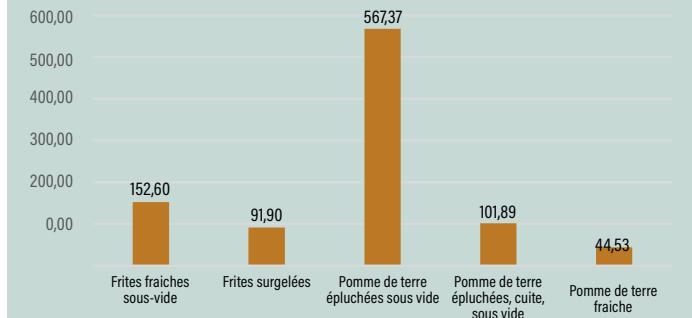
- La quantité de pommes de terre demandées par les cantines est de 336 t, et de 1007 t pour les cuisines centrales. A proportions égales, les cuisines centrales utilisent les mêmes quantités de pommes de terre. En termes de quantités, il s'agit de la deuxième filière la plus importante, après la filière lait.
- Sur base d'un échantillon (32 % des produits pour lesquels l'origine géographique est indiquée) que 24 % des pommes de terre sont achetées en Wallonie. Pour 90 % de ces produits wallons, il s'agit de pommes de terre fraîches, généralement acheté à 1,76 €/kg par les cantines des collectivités).
- Sur base d'un échantille (24% des produits pour lesquels le caractère biologique est indiqué) qu'à peine 3% des pommes de terre sont d'origine biologique. Cela peut s'expliquer par la difficulté des cantines de manipuler et de conserver ce type de produits, pour lesquels il existe des recherches afin d'identifier les variétés qui s'adapteraient au mieux à un contexte de cuisine collective.

### Caractéristiques des produits populaires

TOP 3 DES PRODUITS LES PLUS CONSOMMÉS PAR LES CANTINES (T)

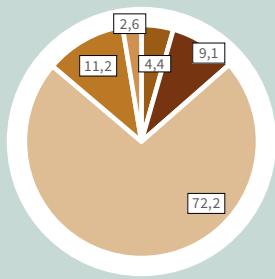


TOP 5 DES PRODUITS LES PLUS CONSOMMÉS PAR LES CUISINES CENTRALES (T)



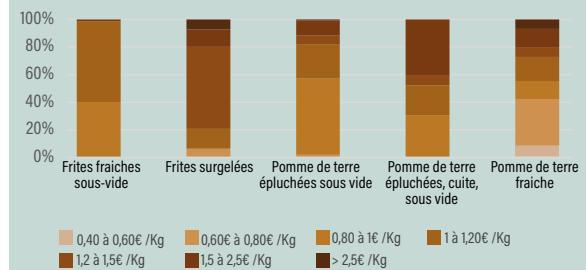
Les pommes de terre épluchées sous vide sont les produits les plus demandés par les collectivités, suivis par les frites fraîches sous vide. On remarque que les cantines utilisent plus souvent des pommes de terre fraîches que les cuisines centrales. Il existe également une forte demande des cuisines centrales pour les pommes de terre épluchées, cuites, sous vide.

### GAMMES UTILISÉES EN CUISINE CENTRALE (%)



Comme nous l'indiquent le TOP 5 des produits les plus utilisés par les cuisines centrales, c'est la 4<sup>ème</sup> gamme qui est largement dominante (73%) suivie par la gamme du cuit (11%) et du surgelé (9%). Les pommes de terre fraîches, quant à elles, ne représente que 4% du total.

### PRIX POMMES DE TERRE (% QUANTITÉS)



Les prix sont très fluctuants, en particulier pour les pommes de terre fraîches. Ces fluctuations peuvent être dues à la variété, au circuit d'approvisionnement, à la qualité, au calibrage.

En raison de leur qualité, et des coûts de production supérieurs, les prix en bio sont supérieurs à la moyenne en conventionnel.

### Prix moyens :

Frites fraîches sous-vide	Frites surgelées	Pomme de terre épluchée sous-vide	Pomme de terre épluchée, cuite, sous-vide	Pomme de terre fraîche
1,03 €/kg	1,41 €/kg	1,10 €/kg	1,42 €/kg	1,12 €/kg

### Perspectives

- Selon l'analyse de l'axe 1 (des produits locaux et de saison) des engagements des cantines signataires du Green Deal, 10 cantines ont pris l'engagement de rendre leurs pommes de terre plus locales.

Remarque : prix mentionné pour 65 % des produits.





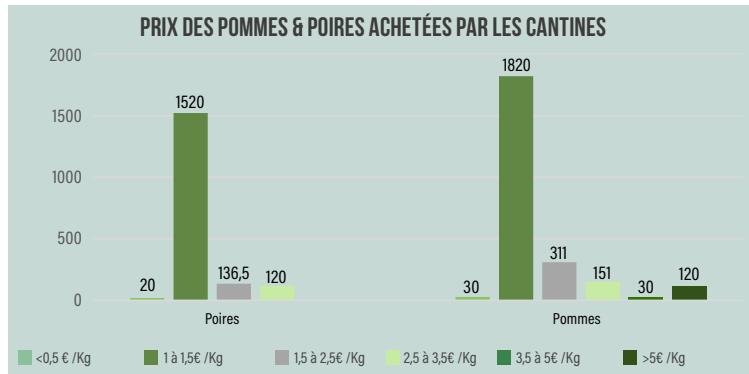
### Caractéristiques générales

- Les quantités totales demandées annuellement dans la filière pommes et poires sont de 247 t (dont 12 t pour les cantines et 235 t pour les cuisines centrales). Les cuisines centrales sont plus demandeuses des produits de ces filières que les cantines.
- Les cantines et cuisines centrales utilisent presque 2 fois plus de pommes que de poires dans leurs préparations.
- Selon les données récoltées, 96 % des produits sont achetés en frais .
- Les poires ont plus de succès en 2ème gamme que les pommes : 10% des poires achetées par les cuisines centrales sont en conserve, contre 0,6 % des pommes.
- Les cantines connaissent mieux l'origine géographique et le caractère biologique que les autres filières.
- Il s'agit d'une filière qui rencontre du succès avec le bio : en considérant un échantillon de 53,3% des produits qui mentionnaient le caractère biologique ou non des produits, on découvre que 13,3% des produits demandés sont bio, dont une majorité de pommes.
- Les pommes et poires sont les produits les plus consommés localement, avec une estimation du taux de pénétration de 56 % des produits wallons (basé sur un échantillon de 73 % des produits qui ont spécifié cette information). Il s'agit en effet d'une filière plus accessible pour le circuit court.

\* Attention, il semblerait que les cantines ne pensent pas directement à la 2ème gamme (conserves), car les fruits consommés sous forme de compotes sont pourtant bel et bien présents dans les cantines.



## Prix



### Prix moyen :

- Pommes : 1,66 €/kg
- Poires : 1,42 €/kg

## Perspectives

- Selon l'analyse de l'axe 1 (des produits locaux et de saison) des engagements des cantines signataires du Green Deal, 56 engagements de l'axe 1 (14,5%) concernent des fruits locaux et de saisons, dont spécifiquement 9 pour les pommes et 6 pour les poires. Cela concerne principalement le type public mineur et maisons de repos & CPAS, suivis du public adulte. 22 engagements, soit près de 39%, ont été pris par des cantines qui proposent entre 51 et 250 repas par jour, 14 (25%) pour plus de 1000 et 10 (18%) entre 251 et 500 repas soit 57% de situent entre 51 et 500 repas. Au niveau géographique, on retrouve en tête le Hainaut (17) suivi de Namur (15) et le Brabant Wallon (9). 29/56 concernent des cantines en gestion autonome, 13 mixtes et 10 sociétés de catering.
- Sur l'axe 2 (des produits respectueux de l'environnement), 12 engagements sur 318 (soit 3,7%) concernent des fruits bio. Ces cantines sont principalement en gestion autonome, proposant entre 51 à 250 repas pour 42% d'entre elles, ainsi que deux sociétés de catering.
- Enfin, sur l'axe 4 (des repas sains, équilibrés et savoureux), 10 engagements concernent les fruits frais.

*Attention, il semblerait que les cantines ne pensent pas directement à la 2ème gamme (conserves), car les fruits consommés sous forme de compotes sont pourtant bel et bien présents dans les cantines.*

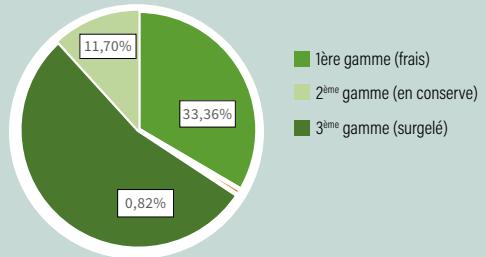


### Caractéristiques générales

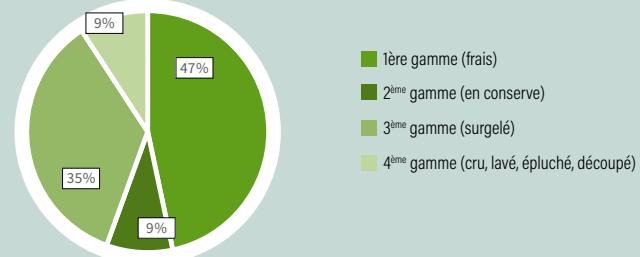
- La demande totale annuelle en légumes est de 989 t (dont 432 t pour les cantines et de 557 t pour les cuisines centrales). Des études approfondies sont à mener pour expliquer cette différence entre les deux types de cantines.

### Gammes les plus demandées :

GAMME DES LÉGUMES ACHETÉS PAR LES CANTINES (%)



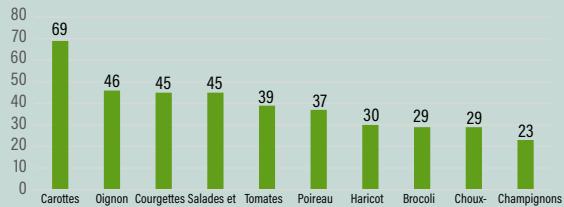
GAMMES DES LÉGUMES ACHETÉS PAR LES CUISINES CENTRALES (%)



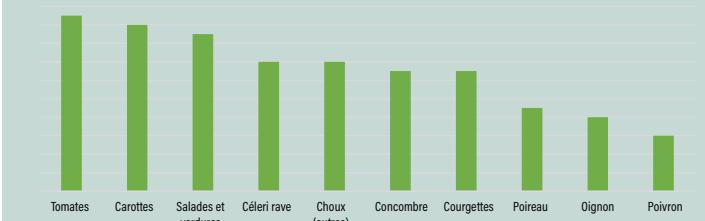
Les cuisines centrales utilisent plus souvent des produits de 1<sup>ère</sup> gamme (frais) et de 3<sup>ème</sup> gamme (surgelé), tandis que les cantines vont majoritairement acheter leurs produits en surgelé (54 %). Les proportions en 4<sup>ème</sup> gamme (lavés, épluchés, découpés) sont plus ou moins identiques. Les cantines semblent sous-estimer leur consommation de légumes en 2<sup>ème</sup> gamme, car l'utilisation de conserves de tomates, petits pois, carottes, haricot... est pourtant répandue.



### TOP 10 DES LÉGUMES LES PLUS UTILISÉS PAR LES CANTINES



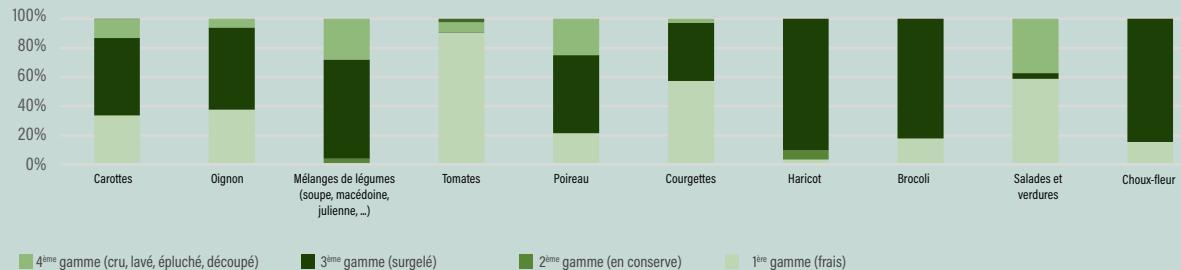
### TOP 10 LÉGUMES LES PLUS UTILISÉS PAR LES CUISINES CENTRALES



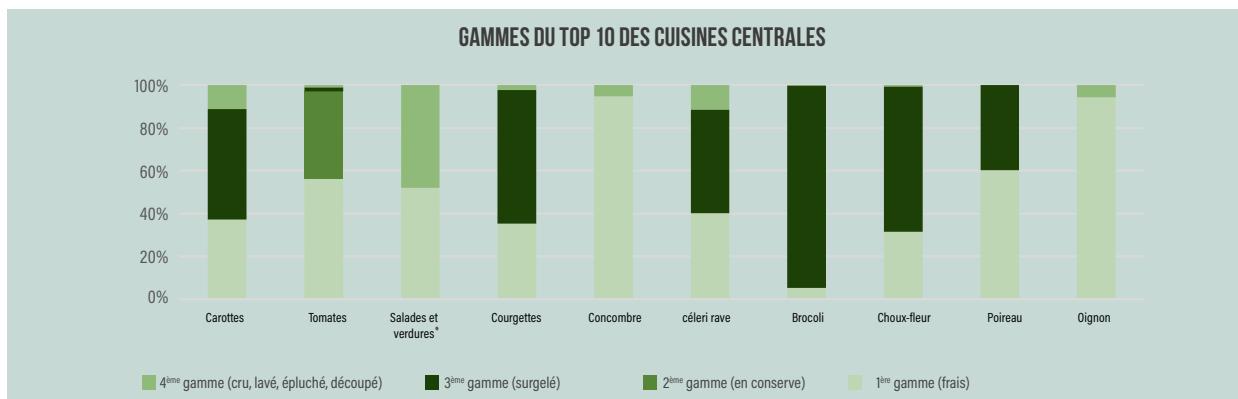
Les légumes les plus utilisés par les cantines sont : carotte, oignon, courgette, salades & verdures, tomates, poireau, haricot, brocoli, chou-fleur, et champignon. Les légumes les plus utilisés par les cuisines centrales sont légèrement différents : ils utilisent plus de céleri rave, de choux, de concombre et de poivron.



## GAMMES DU TOP 10 DES CUISINES CENTRALES



## GAMMES DU TOP 10 DES CUISINES CENTRALES



On peut observer que des légumes sont presque toujours achetés en 3<sup>ème</sup> gamme (surgelé). C'est notamment le cas des mélanges de légumes, haricot, brocoli, chou-fleur. D'autres sont souvent achetés en frais ou 4<sup>ème</sup> gamme, il s'agit notamment des tomates, salades et légumes, oignons.



## Perspectives

Selon l'analyse des engagements des cantines signataires du Green Deal,

- 23,4% des engagements (90/385) prix pour l'axe 1 concernent des légumes locaux et de saison. 19,3% des engagements pris par les cantines concernant l'axe 4 (repas sains, équilibrés, et savoureux) et concernent une augmentation de la part des légumes dans les menus, au travers de potages frais, de davantage de crudités & légumes, ainsi que de buffet de légume. La proportion de légumes achetés en 3ème gamme devrait diminuer au profit de davantage de légumes frais (potages frais, buffets légumes, légumes frais, crudités, ...). Il faut cependant y prêter attention, car même si les intentions sont particulièrement louables, la différence de prix entre la 3ème et 4ème gamme peut être un frein pour les cantines