

Communiqué de presse 17.11.16

Comment réduire d'1/4 le gaspillage alimentaire dans les grandes et moyennes surfaces ?

Dans le cadre de la loi de transition énergétique pour la croissance verte (LTECV), Ségolène Royal, ministre de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer, en charge des Relations internationales sur le climat, a demandé à l'ADEME d'intensifier son action pour accompagner l'ensemble des acteurs de la chaîne dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. L'Agence présente ce jour les résultats d'une opération portant sur la grande distribution engageant 10 magasins volontaires représentant cinq grandes enseignes nationales (Carrefour, Intermarché, Système U, E. Leclerc, Auchan). A partir de ces expériences, l'ADEME a édité des outils pour généraliser ces bonnes pratiques à tous les magasins. Ainsi en mettant en place des actions simples ou en approfondissant des dispositifs déjà établis, l'ensemble de la distribution pourrait réduire son gaspillage de 300 000 tonnes par an et économiser plus de 700 millions d'euros.

La grande distribution : un acteur déjà engagé, un gisement d'économies important

Comme l'a montré Guillaume Garot dans son rapport sur le gaspillage alimentaire, les pertes et gaspillages alimentaires représentent chaque année en France 10 millions de tonnes pour l'ensemble des acteurs concernés (du producteur au consommateur). L'ADEME a montré que la distribution dans son ensemble, c'est-à-dire intégrant les marchés locaux, nationaux et toutes les tailles de commerces alimentaires, produit 14 % des pertes et gaspillages alimentaires. Avec la loi relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire, depuis février 2016, les grandes et moyennes surfaces n'ont plus le droit de « javelliser » les invendus et les enseignes de plus de 400 m² doivent signer des conventions de don avec les associations d'aide alimentaires.

Grâce aux 10 magasins volontaires pour l'opération, l'ADEME a pu montrer qu'à travers des **actions parfois simples** et avec des **coûts peu engageants**, il a été possible de réduire le gaspillage de 22% en 3 mois sur l'ensemble des magasins. Cela correspond à **160 tonnes** en moins pour l'ensemble des magasins, si on le rapporte sur une année, soit l'équivalent de **320 000 repas**. Par magasin cela représente une économie de **70 000 euros par an en moyenne**.

Chiffres-clés

- **22%** du gaspillage alimentaire, en volume, évité pour l'ensemble des 10 magasins
- **160 tonnes** de produits économisés sur un an pour l'ensemble des magasins, en transposant les résultats obtenus sur 3 mois
- **70 000 €** en moyenne par magasin d'économie totale sur un an (coût complet)

Si l'ensemble de la grande distribution obtenait les mêmes résultats que les 10 magasins volontaires, elle réduirait son gaspillage alimentaire de **300 000 tonnes par an** et économiserait plus de **700 millions d'euros par an**.

Parmi les 10 magasins volontaires étudiés, **le gaspillage alimentaire est très variable. Plus les volumes de vente et la clientèle sont importants, plus le taux de pertes est réduit. Le lieu d'implantation** des magasins (en zone touristique ou rurale...) et la **stabilité des équipes** de salariés est également structurante (cela montre l'importance de la formation et de la compétence des salariés pour diminuer le gaspillage). La nature des produits perdus est également variable même si l'on retrouve souvent des pertes sur les **fruits et légumes** et au **rayon traiteur**.

Trois grandes causes de gaspillage alimentaire ont pu être identifiées, qui sont autant de leviers sur lesquels agir :

- **La gestion des références en magasin** : les produits qui se vendent moins bien dépassent la Date Limite de Consommation (DLC) et finissent par être jetés ou donnés. **Dans certains magasins, moins de 1% des références étaient à l'origine de 20% du gaspillage alimentaire.**
- Entre leur arrivée au magasin et le passage en caisse, **la surmanipulation des produits** par les clients augmente le risque qu'ils soient abîmés ou que la chaîne du froid soit rompue.
- **Le facteur organisationnel** : Au quotidien, prise dans une logique de vente et d'optimisation du temps, l'organisation pousse les salariés à se concentrer davantage sur la valeur marchande des produits alimentaires que sur le potentiel de gaspillage que ces derniers peuvent générer.

Première mondiale : une méthodologie inédite basée sur le « Big Data »

Cette étude a la particularité de croiser une méthode classique d'audit sur site avec l'exploitation des « big data ». Les distributeurs disposent de beaucoup de données chiffrées pour le suivi de leurs activités, notamment grâce à la possibilité de tracer les produits avec codes-barres. Utilisées avant tout pour suivre les ventes, elles sont une ressource précieuse pour observer les pertes et gaspillage alimentaires. Au total **50 millions de données** (prix, produits...) ont été analysées, en particulier pour comparer les achats, les ventes et les démarques. Un outil spécifique a été développé pour les consolider et les analyser.

Des actions simples à mettre en place en magasin

10 fiches décrivant les actions efficaces et simples à mettre en place sont disponibles sur le site de l'ADEME afin d'aider les grandes et moyennes surfaces à lutter contre le gaspillage alimentaire. Par exemple :

- Nommer un membre de l'équipe « responsable anti gaspi »
- Diminuer le nombre de références
- Mettre en place une zone isolée pour les produits étiquetés en promotion car proche de la date limite de consommation
- Organiser la vente assistée des fruits et légumes en formant les équipes de ces rayons pour éviter leur manipulation par les clients

Pour en savoir plus

- [Dossier de presse de l'opération « La distribution engagée contre le gaspillage alimentaire »](#)
- [Infographie chiffres clé de l'opération](#)
- Vidéo présentant l'opération [en français](#) et [en anglais](#)
- [Synthèse et présentation de l'étude « La distribution engagée contre le gaspillage alimentaire »](#)
- [Fiche d'introduction et de présentation des résultats de l'étude donnant accès à :](#)
 - 10 fiches sur les résultats par magasin
 - 10 fiches sur les actions mises en place
 - Un outil d'autodiagnostic sur le gaspillage alimentaire pour les directeurs de magasins
- [Présentation de la deuxième vague de la campagne « Ça suffit le gâchis »](#)



« ça suffit le gâchis » : la campagne continue !

Le Ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer et l'ADEME ont lancé la 2^{ème} vague de la campagne « ça suffit le gâchis ! ». Cette campagne vise à impliquer les consommateurs, les entreprises et les collectivités avec un discours concret pour illustrer le message : « contre le gaspillage, chacun a un rôle à jouer ». Pour cette seconde phase, la campagne s'enrichit d'exemples concrets à destination des entreprises de l'agro-alimentaire, de la distribution et de la restauration pour promouvoir les bonnes pratiques et l'intérêt économique à réduire les pertes et gaspillages alimentaires.

Service de presse ADEME

Tel : 01 58 47 81 28 / e-mail : ademepresse@havas.com



L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de l'environnement, de l'énergie et de la mer et du ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche. www.ademe.fr