

IAA TÉMOINS : MOINS DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE POUR PLUS DE P€RFORMANCE



Une opération financée par l'ADEME

Réalisée par :



En partenariat avec :



Cadre général de l'opération : pourquoi, pour qui ?

Objectifs de l'ADEME



- Démontrer que les industries agroalimentaires peuvent réduire leurs pertes alimentaires...
- ...tout en faisant des économies financières...
- ... en s'appuyant sur les résultats de 20 sites témoins.

Sites IAA concernés



- ❑ Tous sites industriels qui transforment des productions issues de l'agriculture, de l'élevage ou de la pêche en denrées alimentaires
- ❑ A destination de la consommation humaine
- ❑ Situés en France métropolitaine
- ❑ Motivés pour la réalisation de cette opération

Pourquoi agir contre le gaspillage alimentaire ?



Toute nourriture destinée à la consommation humaine qui, à un endroit de la chaîne alimentaire est perdue, jetée ou dégradée constitue du gaspillage alimentaire

- Des volumes gaspillés considérables
 - 1/3 des aliments produits pour la consommation humaine à l'échelle mondiale
 - 10 millions de tonnes par an en France (soit l'équivalent de 150 kg / personne / an)
- Des impacts éthiques, économiques et environnementaux notables, notamment en France
 - 20% des volumes gaspillés suffirait à nourrir les 6 millions de français en situation de précarité alimentaire
 - L'équivalent de 16 milliards d'euros gaspillés par an
 - L'équivalent de 15,3 millions de tonnes de CO₂ émises par an, soit 3% des émissions nationales



Sources : FAO, ADEME

Et plus particulièrement, au sein des IAA ?

- Un fort potentiel économique
 - En moyenne, 10% de « pertes matières » et 4,5% de gaspillage (c'est-à-dire des produits encore consommables en alimentation humaine)
 - Ce seul gaspillage a une valeur commerciale estimée à 2,2 milliards d'euros / an, soit 1,3% du CA annuel du secteur ou encore 5 000 euros / salarié / an



- Une méconnaissance des pertes matières et des coûts associés
 - 50% des entreprises ne connaissent pas leur taux de pertes matières
 - 90% ignorent le coût complet associé (matière, énergie, déchets, humain, etc.), sachant que le seul coût de gestion externe des déchets ne représente en moyenne que 7% de ce coût complet

- Des solutions existantes trop peu connues et mises en œuvre
 - Au niveau de la chaîne de production : modification de l'organisation, sensibilisation des salariés, écoconception, investissements en matériel plus performant, etc.
 - Au niveau de la valorisation humaine : seulement 7% des produits qui pourraient être donnés le sont effectivement



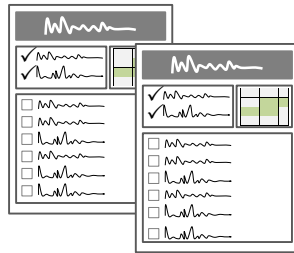
Sources : ADEME, Amorce, <http://www.ademe.fr/expertises/produire-autrement/production-industrielle-services/passer-a-l'action/dossier/performance-globale/approche-cout-complet>

Qu'est-ce que propose l'ADEME dans le cadre de cette opération ?

POUR 20 SITES TÉMOINS VOLONTAIRES



Un **diagnostic** complet des pertes alimentaires par des consultants experts indépendants



Un **plan d'actions** sur mesure pour réduire les pertes et réaliser des économies financières



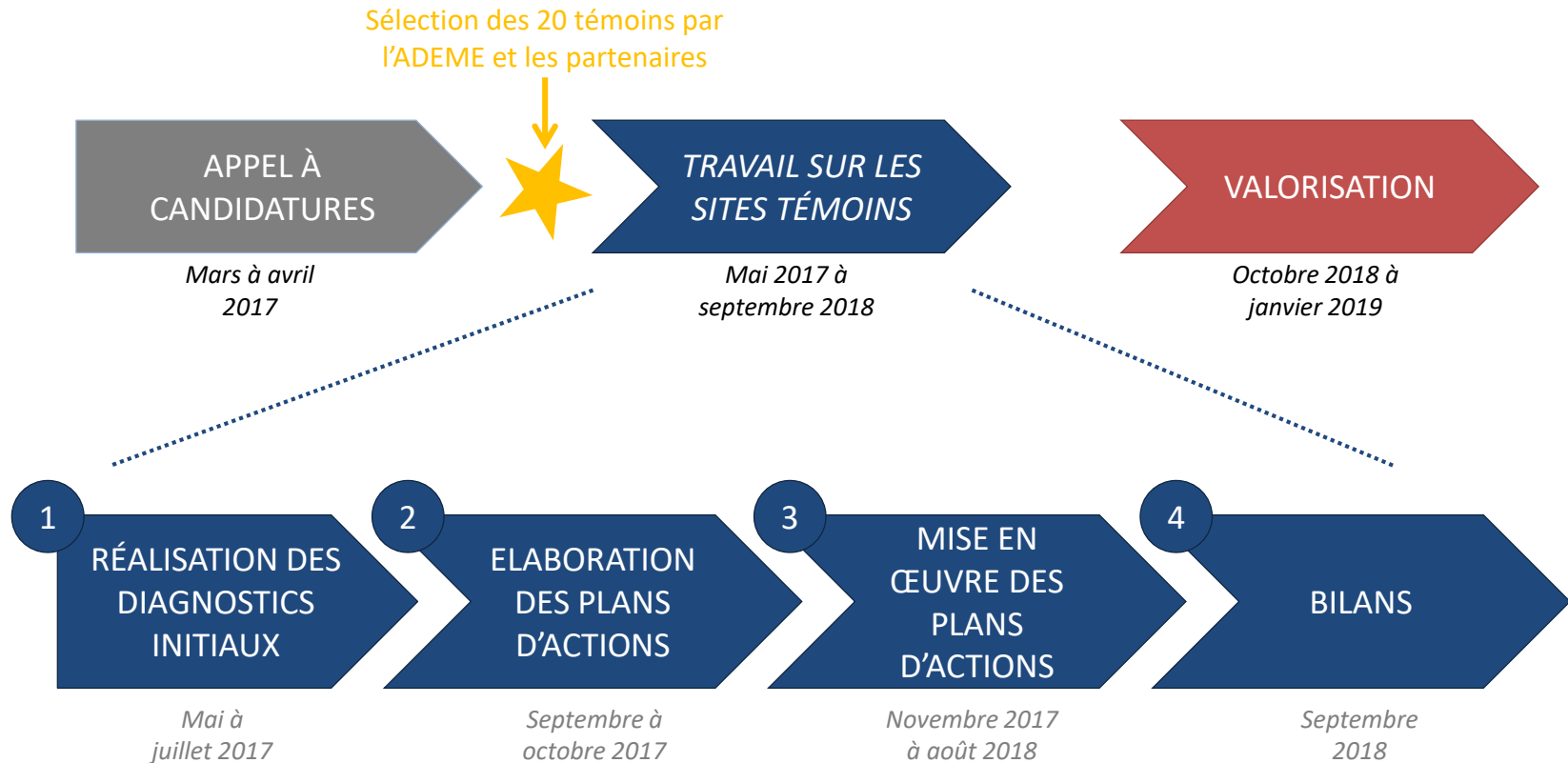
Un **accompagnement** à la mise en œuvre de ce plan d'actions pendant 9 mois



Des **outils de communication** dédiés pour valoriser la démarche

Une prestation d'environ 7 500 euros / site, financée à hauteur de 6 500 euros par l'ADEME

Pour quel planning ?



Pourquoi s'engager en tant que site témoin ? Avec quelles contreparties ?

Vos intérêts

- Disposer de données clefs pour votre site :
 - Volumes de pertes alimentaires (par type de produit, voire par étape de fonctionnement selon les données transmises)
 - Coût complet des pertes alimentaires, en euros par jour et par an
 - Impacts environnementaux associés
- Etre accompagné individuellement dans la mise en œuvre d'actions de réduction des pertes « sur-mesure », permettant de faire des économies financières
- Avoir des outils de communication dédiés

Vos engagements

- Participer financièrement (1000 euros)
- Accueillir les consultants sur site (1,5 jours de diagnostic et 2 à 3 réunions) et désigner un pilote, principal interlocuteur des experts
- Mettre à disposition les données requises (notamment vos coûts matières, énergie et déchets)
- Mettre en œuvre a minima 4 actions de réduction des pertes pendant 9 mois
- Autoriser l'ADEME à communiquer sur les résultats de l'opération sous forme de fiche, validée par vos soins et sans informations confidentielles

Comment les sites témoins seront-ils sélectionnés ?

La sélection des 20 sites témoins sera assurée par le comité de pilotage de l'opération (ADEME, ANIA, ILEC, Coop de France) et reposera principalement sur les critères suivants :

Contribution des sites candidats à la **diversité de l'échantillon**

- Situation géographique (grandes régions)
- Type de production alimentaire
- Taille de site (préférentiellement, entre 20 et 250 salariés)
- Type d'entreprise (indépendante, filiale d'un groupe international, coopérative, etc.)
- Type de transformation (1ère ou 2nde)
- Marques représentées
- Volume et type de pertes et gaspillage alimentaires

Capacité des sites candidats à **entraîner *in fine* d'autres sites** IAA dans la réduction des pertes

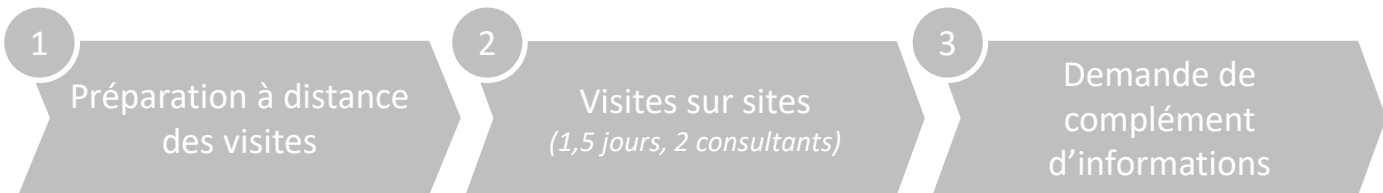
Motivation des candidats pour participer à l'opération

Pour finir, comment se porter candidat ?

1. Se rendre sur le site internet www.iaa-temoins.fr d'ici le **VENDREDI 14 AVRIL 2017**
2. Remplir le **FORMULAIRE DE CANDIDATURE** en ligne (prévoir une quinzaine de minutes)
3. Imprimer, compléter, signer et renvoyer par mail à candidatures@iaa-temoins.fr la **LETTRE D'ENGAGEMENT** qui vous sera proposée après avoir complété le formulaire

Annexes : Informations complémentaires

Déroulé détaillé des diagnostics



Déroulé

- Prise de contact (téléphone + courriel) avec le pilote sur site
- Pré-collecte de données et informations à distances
- Préparation des visites sur site (planning détaillé, créneaux d'entretien)

- Tour de site (2 heures)
- Entretiens (<1 heure) : à définir (ex : pilote, contrôleur de gestion, responsables opérationnels, responsable qualité, service comptabilité)

- Débriefing avec le pilote
- Relances sur les données / informations à transmettre

Implications pour les témoins

- Un échange téléphonique pour le pilote (+ mails)
- *Eventuellement un échange téléphonique pour 1 ou 2 personnes supplémentaires*

- Disponibilité pour les entretiens
- Transmission des données
- Assistance logistique

- Si besoin, disponibilité pour transmettre de nouvelles données (dans des délais raisonnables)
- Retour du pilote sur le rapport de diagnostic

Données nécessairement collectées par site témoin

Objectifs	Données requises	Modalités de collecte / sources
/	<ul style="list-style-type: none"> Généralités : effectif, CA annuel, historique en matière de réduction des pertes alimentaires, actions en place, ... 	<ul style="list-style-type: none"> Dossier de candidature Entretien pilote de l'opération pour le site
Estimer les volumes gaspillés (tonnes / jour) et en appréhender les causes afin de proposer in fine des actions	<ul style="list-style-type: none"> Volumes gaspillés Causes de gaspillage 	<ul style="list-style-type: none"> Factures déchets Visites sur site : type de produits, distinction gaspillage / inévitable, volumes non comptabilisés dans les déchets Entretiens sur site (contrôleur de gestion, ...)
Estimer le coût complet du gaspillage alimentaire (euros / jour)	<ul style="list-style-type: none"> Coûts matières (alimentaire et autres) Coût énergie et eau Coût gestion des déchets Temps de travail / coût du travail 	<ul style="list-style-type: none"> Factures matières, énergie, eau et déchets Entretiens sur site (contrôleur de gestion, ...)
Estimer les impacts environnementaux associés	<ul style="list-style-type: none"> Liste des matières premières alimentaires et des produits gaspillés Origine des matières premières Consommations énergie et eau Mode d'élimination des déchets 	<ul style="list-style-type: none"> Factures matières, énergie et eau Visites sur site (produits gaspillés) Entretien pilote de l'opération pour le site Entretien sur site (responsable déchets)

Aucune donnée individuelle collectée ou produite dans le cadre de l'opération ne sera diffusée sans l'accord du site concerné

Format de la fiche de synthèse globale de l'opération

Exemple avec l'opération distributeurs témoins, 2016

OPÉRATION DISTRIBUTEURS TÉMOINS

Les 10 magasins engagés contre le gaspillage alimentaire

Cliquez sur les n° de la carte pour accéder aux fiches de chaque magasin.

400 à 2499 m² SUPER
2500 à 10 000 m² et + HYPER

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION Novembre 2016

Auchan RETAIL FRANCE, Carrefour, Intermarché, E.Leclerc, U

OPÉRATION DISTRIBUTEURS TÉMOINS

Les 10 magasins engagés contre le gaspillage alimentaire

Cette opération collective qui a duré un an a permis

- 1 De réaliser un **diagnostic** complet en matière de lutte contre le **gaspillage alimentaire** dans **10 magasins** de 5 enseignes répartis sur le territoire national.
- 2 De collecter des **données** qui ont permis d'estimer les gisements potentiels de **gains environnementaux et économiques** en lien avec cette thématique.
- 3 D'être **force de proposition vis-à-vis de l'ensemble de la profession** en communiquant sur le sujet.

Bilan chiffré des invendus dans l'échantillon « Distributeurs Témoins »

- Les 10 magasins ont réduit leur gaspillage alimentaire de plus de **160 tonnes en 1 an (-22 %)**.
- Les magasins ont réalisé une **économie totale cumulée de 0,7 M€** soit **70 k€/magasin (-18 %)**.
- Le **coût complet du gaspillage alimentaire** pour les 10 magasins est de **4 M€**, soit une moyenne de **400 k€/magasin**
- Ce coût complet représente en moyenne **0,9 % du CA alimentaire**, soit sensiblement la marge nette des magasins sur l'alimentaire.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION Novembre 2016

Auchan RETAIL FRANCE, Carrefour, Intermarché, E.Leclerc, U

OPÉRATION DISTRIBUTEURS TÉMOINS

Les 10 magasins engagés contre le gaspillage alimentaire

Exemples d'actions pour réduire le GA (cliquez sur les n° pour accéder aux fiches actions)

TITRE DE L'ACTION	FASILITÉ	POTENTIEL DE RÉDUCTION DU GA	BENEFICIAIRE ÉCONOMIQUE	OBSERVATIONS
1 VENTE ASSISTÉE DES FRUITS ET LÉGUMES	Difficile	+++	++	La prise de conscience de l'importance de la casse au rayon « Fruits et Légumes » et la mise en place de la vente assistée contribue à réduire la quantité de produits perdus.
2 COACH ANTI-GASPI	Facile	++	++	En nommant un référent Coach Anti-gaspi, le magasin concrétise les objectifs de réduction du gaspillage alimentaire.
3 DIMINUER LE NOMBRE DE RÉFÉRENCES	Facile	+++	+++	Un faible pourcentage des références peut générer une part importante du gaspillage alimentaire. Un pilotage fin des références permet de réduire de manière importante le gaspillage alimentaire.
4 OPTIMISATION DU STOCKAGE	Moyen	++	++	L'optimisation du stockage contribue à augmenter le taux de vente des produits stockés et, par conséquent, à réduire le gaspillage généré par les produits invendus.
5 MISE EN PLACE D'UNE ZONE DÉDIÉE POUR LES OFFRES PROMOTIONNELLES	Moyen	+	+	La mise en place d'une zone dédiée pour les offres promotionnelles contribue à augmenter les ventes tout en apportant des résultats satisfaisants en matière de gaspillage alimentaire.
6 DÉVELOPPEMENT DU DON AUX ASSOCIATIONS	Moyen / Difficile	+++	++	La collaboration avec des associations dans la mise en place d'un système de don des produits invendus n'a pas non seulement un geste solidaire mais également un objectif de réduction des déchets générés.
7 AMÉLIORER LA POLITIQUE D'ACHAT DES OFFRES PROMOTIONNELLES	Difficile	++	+	La promotion fait partie intégrante de la grande distribution. L'enjeu de l'action est d'analyser plus finement la combinaison entre le gaspillage alimentaire et les offres promotionnelles.
8 TRANSFORMATION DES PRODUITS EN MAGASIN	Difficile	++	/	Cette action n'est ni simple à mettre en œuvre ni forcément rentable en raison du personnel à gérer à cette opération. Elle participe en revanche à la sensibilisation des clients et à la cohérence du projet anti-GA du magasin.
9 SENSIBILISATION DES CLIENTS	Difficile	+	/	La Grande Distribution peut jouer un rôle fort dans les habitudes de ses clients, sur leur attitude de choix des produits, habitudes de prendre les produits ou d'être les plus sobres dans leur achat. Mais la Grande Distribution doit aussi jouer son rôle de par sa position centrale dans le schéma de l'alimentation en France.
10 SENSIBILISATION DES SALARIÉS	Moyen	+++	++	Sensibiliser les salariés au Gaspillage Alimentaire est un enjeu avant tout économique pour le magasin. En effet, l'objectif du magasin est de réduire le montant de pertes possibles pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.

Les potentiels et les chiffres clés de ces fiches actions sont fondés sur des retours d'expériences plus globaux que les fiches magasins et sont plus approximatifs. Ces fiches ont pour objectif de présenter un panel d'actions possibles pour réduire le GA.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION Novembre 2016

Auchan RETAIL FRANCE, Carrefour, Intermarché, E.Leclerc, U

Format des fiches de synthèse par site

Exemple avec l'opération distributeurs témoins, 2016

OPÉRATION DISTRIBUTEURS TÉMOINS

Réduire à la source le GA !

TYPE HM+	NOMBRE SALARIÉS 420	CA 2015 152 M€
-------------	------------------------	-------------------

Contexte
"Nous travaillons sur la réduction du gaspillage alimentaire depuis de nombreuses années. Nous avons pu aller plus loin en optimisant notre démarque, en appliquant les préconisations du groupe et en optimisant le don."
Directeur du magasin

Situation initiale

Points forts

- Structures locales de don existantes
- Un niveau de don élevé

Difficultés

- Stickage non tracé
- Une gestion du stickage perfectible

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION
Auchan RETAIL FRANCE, Carrefour, Intermarché, E.Leclerc, U

OPÉRATION DISTRIBUTEURS TÉMOINS

Bilan des actions

Evaluation de l'impact des actions sur 1 an

	Variation poids GA	Variation coût GA	Economie réalisée
1 Améliorer les performances du don			
2 Réduction et optimisation des gammes au niveau national	- 33%	- 16%	151 k€
3 Amélioration du stickage			

Situation initiale

105 tonnes/an
Poids du GA

970 k€ COÛT COMPLET du GA
1,2 % du CA alimentaire

51 % du poids du GA lié à 3 rayons

59 % du coût du GA lié à 3 rayons

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION
Auchan RETAIL FRANCE, Carrefour, Intermarché, E.Leclerc, U

OPÉRATION DISTRIBUTEURS TÉMOINS

ACTION 1 Améliorer les performances du dons

Taux de don 36 %

Le processus de gestion du don pouvait être amélioré, celui-ci reposant trop exclusivement sur la Responsable Qualité. En donnant plus de sens à cette action et en sensibilisant les équipes, le magasin a pu stabiliser et fiabiliser celui-ci. Le don s'élevait à 44% de la démarque sur la période de l'audit. Le taux de don a baissé après l'audit à 36%. Ce paradoxe est en fait lié à une amélioration du taux de vente des produits démarqués. Le magasin vend plus de produits avant la DLC et donc a moins de gisement de dons.

ACTION 2 Réduction et optimisation des gammes au niveau national

9% du GA en € du magasin vient de l'épicerie

Une action au niveau national a été initiée dans le groupe pour optimiser les gammes et écarter les produits se vendant moins bien notamment la famille de l'épicerie. Cela a eu un impact direct sur la réduction du GA à la source.

ACTION 3 Amélioration du stickage

18 % amélioration du taux de vente des produits stickés

Les résultats sont là. Le magasin a réussi à améliorer son taux de vente en produits stickés par un meilleur réflexe des salariés à les proposer en promotion. Cela signifie que les produits sont davantage vendus que jetés.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION
Auchan RETAIL FRANCE, Carrefour, Intermarché, E.Leclerc, U