
Charte d'engagement des IAA dans la lutte contre le gaspillage alimentaire





« La lutte contre le gaspillage alimentaire constitue un enjeu majeur pour les 15 789 entreprises agroalimentaires de France, qui souhaitent redonner de la valeur à l'alimentation. Le gaspillage alimentaire constitue un non-sens économique, social et environnemental. Il est de la responsabilité de tous, que l'on soit producteur, transformateur, distributeur ou consommateur, de s'engager dans ce combat et d'agir ensemble. »

Jean-Philippe Girard, Président de l'ANIA.

Face aux enjeux liés au gaspillage alimentaire, l'ANIA a fait de ce sujet une de ses priorités et s'est engagée, dès 2012, aux côtés de l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire, dans les travaux mis en place par Guillaume Garot, ancien ministre dédié à l'agroalimentaire.

Cet engagement s'est traduit par la signature, en juillet 2013, du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire qui a pour objectif de réduire de moitié le gaspillage alimentaire en France d'ici 2025. Dans la continuité de ces actions, cette charte a pour objectif de mettre en place une véritable dynamique de progrès collective dans la lutte contre le gaspillage alimentaire au sein des entreprises de l'agroalimentaire.

Cette charte regroupe des propositions d'axes de progrès, issues de bonnes pratiques, qui pourront être déclinées et complétées par les entreprises en fonction de leurs tailles, capacités et leviers d'action. Elle est illustrée en annexe d'exemples concrets d'actions mises en œuvre par des entreprises et fédérations afin de lutter contre le gaspillage alimentaire.

Cette charte constitue une trame de travail dans laquelle pourront s'inscrire les fédérations membres de l'ANIA et leurs entreprises. Elle a vocation à évoluer et à s'enrichir dans le temps.

Pour ajouter un exemple en annexe, merci de bien vouloir renvoyer les éléments suivants à :

Carole FONTA, *Directeur Développement durable de l'ANIA*
cfonta@ania.net

- Nom de l'entreprise
- Contact dans l'entreprise et ses coordonnées (mail et téléphone)
- Logo en haute définition (PNG)
- Un paragraphe de 900 caractères (espaces compris) mettant en avant une / des action(s) pour lutter contre le gaspillage alimentaire.

1. Définition et enjeux

Le gaspillage alimentaire est défini comme « toute nourriture saine destinée à la consommation humaine qui est transformée en déchet évitable. Un déchet évitable étant tout déchet dont la production aurait pu être évitée en suivant les bonnes pratiques de production, dans le respect des lois et règlements et dans l'état actuel de la technologie. Il faut donc être attentif à bien exclure du gaspillage ce qui ne se mange pas (épluchures, trognons, carcasses ...) ainsi que les pertes inhérentes au process ».

La lutte contre le gaspillage alimentaire représente des enjeux considérables.

Chaque français jette en moyenne 20 kg de déchets alimentaires par an, dont 7 kg de produits encore emballés¹. Ce gaspillage a été estimé à 160€ par personne par an².

Cela représente un prélèvement inutile de ressources naturelles et un impact environnemental évitable contre lequel il est important d'agir au regard notamment des enjeux de productivité à venir liés à l'évolution démographique (aujourd'hui 7 milliards, nous serons 9 milliards sur la planète à l'horizon 2050). Ce gaspillage correspond également à des coûts évitables, pour chaque maillon de la chaîne, dont le consommateur.

Si l'on regarde la répartition des pertes sur l'ensemble de la chaîne alimentaire : 2% interviennent au niveau des industries alimentaires (6% des marchés, 11% de la distribution, 15% de la restauration hors foyer et 66% des ménages³). Si les industries alimentaires représentent une faible part des pertes sur l'ensemble de la chaîne, de par l'optimisation de leurs procédés de fabrication et la valorisation de leurs co-produits, elles ont cependant un rôle à jouer aux côtés de l'ensemble des acteurs concernés dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

2. Comment intégrer la lutte contre le gaspillage alimentaire au sein des IAA ?

Afin de donner toute son importance à la lutte contre le gaspillage alimentaire, il est essentiel de s'assurer en premier lieu de sa prise en compte dans les plans d'amélioration continue (type « PCDA ») mis en œuvre au sein des entreprises, en lien avec l'ensemble des acteurs concernés.

La lutte contre le gaspillage alimentaire peut ainsi être intégrée tout au long du cycle de vie du produit comme le montrent les exemples de bonnes pratiques regroupés ci-dessous.

2.1. Lors de la conception du produit

Optimiser l'utilisation de la matière (matières premières, ingrédients)

- Mettre en place des programmes de management de la qualité pour garantir un produit qui est et reste conforme sur la durée d'utilisation.
- Optimiser le rendement matières premières.

¹. Etude ADEME « Composition des ordures ménagères et assimilées », 2010.

². Etude ADEME « Opération foyers témoins pour estimer les impacts du gaspillage alimentaire des ménages », octobre 2014.

³. Rapport du Ministère de l'Ecologie sur le gaspillage alimentaire, Dominique Vié, septembre 2012.

Optimiser les emballages pour réduire le gaspillage alimentaire

- Utiliser des emballages permettant une protection adéquate du produit.
- Améliorer le taux de restitution des emballages.
- Concevoir des emballages facilitant l'utilisation au quotidien des produits (ouverture facile, emballages refermables).

Concevoir des formats au plus près des besoins des consommateurs

- Proposer différents formats adaptés aux évolutions des modes de consommation des ménages, de la taille des foyers et des modes de distribution de la restauration (formats individuels, familiaux, ...).
- Adapter les formats aux besoins nutritionnels et au moment de consommation (portions individuelles pré-emballées selon les recommandations du GEM-RCN (groupe d'étude des marchés de restauration collective et nutrition - août 2013).

Evaluer la durée de vie optimale du produit en prenant en compte les principes de sécurité sanitaire, de lutte contre le gaspillage alimentaire et la satisfaction du consommateur.

2.2. Au cours de la transformation industrielle

Identifier les sources de perte et de gaspillage dans l'entreprise et dans les achats

Optimiser les procédés de fabrication

- Mettre en place une procédure par étape pour le passage d'une production à une autre.
- Mettre en place des indicateurs de suivi adaptés (ex : taux de perte).
- Assurer une maintenance préventive des machines.

Prévenir la production de déchets

- Mettre en place une démarche d'éco-conception des produits.
- Eviter la production de déchets venant d'un mauvais classement des co-produits.
- Valoriser les déchets : recyclage des emballages, valorisation énergétique, compostage, méthanisation, ...

Valoriser les co-produits

- Revaloriser la matière (chutes de production, recyclage, ...).
- Valoriser les « co-produits » (en alimentation humaine, alimentation animale, vers d'autres secteurs industriels (ex : cosmétique, pharmacie, chimie, ...)).

Optimiser les conditions de stockage (matières premières/produits finis)

- S'assurer de l'étanchéité des bâtiments de stockage
- Lutter contre les ravageurs
- Stocker au froid certaines matières premières pour prolonger leur durée de vie.

Optimiser la logistique

- Optimiser/fluidifier la gestion des commandes : meilleure adéquation entre commandes et production, gestion des commandes en direct dans le magasin, commandes en flux tendu, ...
- Suivre les stocks de matières premières et de produits finis, éviter les dépassements de contrat date.
- Optimiser le planning de production.
- Don de produits lié à un problème logistique.

Sensibiliser/Former le personnel

- Afficher des indicateurs de suivi des pertes dans l'usine.
- Mettre en place des actions de sensibilisation auprès du personnel : bonnes pratiques, consignes de manutention, respect des produits, conseils pour lutter contre le gaspillage alimentaire, ...
- Mettre en place de groupes de travail sur la thématique du gaspillage.

2.3. Pendant la distribution

Utiliser des emballages de transport permettant de s'assurer d'une protection adéquate et efficace du produit (sanitaire et physique) jusqu'au moment de sa consommation.

Veiller à minimiser les délais de distribution jusqu'aux entrepôts des clients et leur recommander un **stockage et une commercialisation adéquats** de nos produits avant consommation.

Assurer une fluidification de la communication entre le transformateur et le distributeur.

2.4. Au moment de la consommation

Apporter des informations au consommateur sur l'utilisation des produits

Ex : indication sur les emballages de repères de consommation (pour mieux doser), d'informations sur l'utilisation du produit (préparation, astuces cuisine,...), informations sur les dates de péremption, conseils de stockage/conservation, ...

Diffuser des bonnes pratiques pour éviter le gaspillage au quotidien

Ex : Comment mieux acheter, ranger son frigo, conserver ses aliments, accommoder les restes (idées recettes, ...)

Accompagner les acteurs de la restauration

- Aider à la gestion matière première : indications sur le nombre de portions par conditionnement, le poids net, les pertes à la cuisson, conseils sur le stockage et la conservation des produits, ...
- Adapter la taille des portions au type de convive (enfant/adulte, actif/personne âgée).
- Adapter les emballages et le conditionnement pour protéger les produits et répondre aux contraintes de sécurité sanitaire, sans accroître les pertes (manipulation des produits).
- Apporter des solutions : recettes à partir de produits/plats non utilisés afin de ne pas jeter.
- Mettre en place des actions visant à sensibiliser (pesée des éléments présents sur le plateau en fin de repas) et à inciter au tri (tables de tri).
- Appui à l'utilisation du produit : conseillers culinaires pour optimiser le choix de la technologie et de la préparation des produits en cuisine.
- Appui sur la communication : mise en œuvre d'animations ludo-pédagogiques dans les restaurants scolaires pour sensibiliser aux pratiques évitant le gaspillage.

Annexe

Exemples d'actions mises en oeuvre dans les industries agroalimentaires pour lutter contre le gaspillage alimentaire



Du sourire à partager

Bel

Le refus du gaspillage fait partie intégrante du modèle économique et social du groupe Bel, tout au long de sa chaîne de valeur. 99% des coproduits (crème, lactosérum, fromages déclassés) générés lors de la fabrication de fromage sont réutilisés au sein des sites de production. Chez le consommateur ou en collectivité, en apportant la juste quantité de produit, la portion individuelle est un moyen efficace pour réduire le gaspillage alimentaire.

Plusieurs initiatives sont également menées auprès des :

- Consommateurs : diffusion de bonnes pratiques pour moins gaspiller au quotidien (« cuisiner avec les restes »),
- Collectivités : financement de tables de tris des déchets dans les restaurants scolaires, partenariat avec Chef'Eco, société spécialisée dans la gestion des déchets et du gaspillage en restauration hors foyer.
- Banques alimentaires : don de produits, partenariat avec Microdon sur le dispositif d'arrondi solidaire au profit d'une association œuvrant contre le gaspillage alimentaire.



Fleury Michon

Depuis longtemps Fleury Michon contribue à lutter contre le gaspillage alimentaire, entre autres par :

- Un département dédié aux ordres de fabrication au plus près des commandes ;
- Des programmes de production qui optimisent au plus juste la mise en oeuvre (ingrédients, process de cuisson, de tranchage) ;
- Des formations à la maintenance préventive des matériels, au respect des barèmes (cuisson et refroidissement) ;
- Des formats adaptés aux besoins des consommateurs : individuels, à fractionner, à partager, à refermer ;
- La valorisation alimentaire des co-produits et des dons aux banques alimentaires ;
- Une logistique en flux tendu avec livraisons le jour même ou maximum le lendemain selon les zones géographiques 6/7 j ;
- Des emballages régulièrement optimisés (poids, surface, matériaux) ;
- Des gammes pour la restauration notamment hospitalière qui favorisent le juste besoin sans casse des établissements.



McCain

Démarré en octobre 2014 pour lutter contre le gaspillage alimentaire et soutenir l'emploi local, le projet « Bon et Bien » réunit le groupe Mc Cain, le supermarché Leclerc de Templeuve, un spécialiste de l'emploi Randstad et les Banques Alimentaires.

Des demandeurs d'emploi de longue durée sont formés pour récolter les légumes ne correspondant pas aux critères de commercialisation auprès des cultivateurs régionaux qui font partie du réseau des agriculteurs partenaires de McCain. Ces légumes sont ensuite utilisés dans la préparation de soupes vendues dans les centres E. Leclerc de la région Nord-Pas-de-Calais.

Cette opération permet ainsi de valoriser les légumes qui sont habituellement laissés de côté parce qu'ils ne répondent pas aux normes de commercialisation des distributeurs. Les premières soupes ont été commercialisées en mai 2015.

Lesieur

Lesieur est engagée dans une démarche de responsabilité sociétale, et contribue ainsi à lutter contre toute forme de gaspillage alimentaire.

Au-delà de l'amélioration continue pour réduire les pertes sur nos activités de production, qui est au cœur de notre métier industriel, voici quelques initiatives :

- Eco-conception de nos emballages : formats adaptés à la consommation (0,5 L) ou packaging permettant un meilleur dosage (gamme Stop Goutte, et bouchon doseur)
- Programme d'optimisation de la durée de vie de nos produits
- Groupe de travail logistique pour réduire la destruction de produits fin de vie et trouver des circuits de distribution adaptés
- Travail avec des partenaires (Banques Alimentaires, ANDES) pour alimenter régulièrement les structures d'aide alimentaire
- Programme Cuisine Populaire : astuces pour « Cuisinez avec vos restes » ou pour mieux consommer nos produits.



Les Crudettes

Les Crudettes produisent des salades et légumes frais prêts à l'emploi ainsi que des salades snacking. La lutte contre le gaspillage est prise en compte depuis la prévision de besoins, 9 mois avant la récolte des salades, jusqu'au frigidaire des consommateurs :

- Investissement dans des outils de prévision et d'ordonnancement pour mettre en œuvre chaque jour la juste quantité de matière première nécessaire à la fabrication ;
- Travail dans les ateliers pour réduire les pertes (technique, maintenance, bonnes pratiques...);
- Livraison de 90% des clients en flux tendu ;
- Gamme de formats adaptés aux besoins des consommateurs, de la portion individuelle au sachet maxi ;
- Optimisation régulière des emballages (poids, surface, matériaux) ;
- Sensibilisation de l'ensemble des acteurs de la filière au bon respect de la chaîne du froid ;
- Valorisation des co-produits en alimentation animale et compostage ;
- Distribution des produits finis non commercialisés au personnel et associations locales.



Pickenpack Europe

L'engagement anti-gaspillage des équipes de Pickenpack Europe Gelmer est ancré dans nos bonnes pratiques quotidiennes : au sein des bureaux, des ateliers jusqu'à la maison.

- Experts de la technologie surgelée, le froid négatif est au cœur de la garantie de l'utilisation optimale de nos produits.
- Les formations au geste de tri dispensées au personnel concernent autant les habitudes sur le lieu de travail que chez eux.
- Les outils industriels font régulièrement l'objet d'investissements afin d'améliorer le rendement des matières premières, réduisant ainsi les sources de pertes sur ligne.
- Le taux de recyclage et de valorisation de nos déchets est supérieur à 95%.
- L'emploi de matériaux recyclables et recyclés est favorisé pour chacun de nos emballages.

Nous sommes fiers de participer activement à la réduction du gaspillage alimentaire en cherchant constamment à améliorer nos pratiques !



Bonduelle

Entreprise familiale dotée d'un savoir-faire agro-industriel unique, le Groupe Bonduelle commercialise ses légumes dans plus de 100 pays et s'est donné pour ambition de devenir le référent mondial qui assure le bien-vivre par l'alimentation végétale. Avec 58 sites industriels situés au plus près des zones de récolte, l'entreprise travaille à l'amélioration constante de l'impact de ses activités sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Les pertes de matières premières agricoles réalisées dans les sites industrielles sont ainsi valorisées à 97%. Bonduelle s'engage également auprès des populations en proposant des actions de sensibilisation à la lutte contre le gaspillage alimentaire. Au travers de ses appels à projets, la Fondation Louis Bonduelle a déjà financé 21 projets de réduction du gaspillage au domicile. Ils ont concerné plus de 50 000 personnes dans 5 pays différents.



Biscuiterie de l'Abbaye

La biscuiterie de l'Abbaye est une entreprise familiale engagée depuis plus de 10 ans dans une politique de responsabilité sociétale et environnementale structurée. Nous donnons régulièrement des biscuits aux ONG locales. Concernant les rebuts de pâtes ou les brisures, nous avons organisé une filière tracée vers l'alimentation animale. Enfin, tous les premiers samedis de chaque mois les «samedis gourmands» organisés dans notre magasin d'usine nous permettent de vendre nos essais industriels (plus de 10 tonnes par an), tout en faisant bénéficier nos consommateurs de très petits prix. L'ensemble de ces actions limitent le gaspillage alimentaire sur le site à moins de 0.5%. Par ailleurs le fait de conditionner nos biscuits en portions chaque fois que possible associé au fait de fournir des conseils nutritionnels sur un goûter équilibré, réduisent le gaspillage au domicile de nos clients.



Jus de Fruits d'Alsace®

Jus de Fruits d'Alsace

Jus de Fruits d'Alsace élabore et conditionne des boissons, nectars et jus de fruits depuis près de 60 ans.

Respect, Qualité et Humanité sont des valeurs qui nous guident au quotidien, la réduction de nos impacts, la valorisation de nos déchets et la lutte contre le gaspillage font partie de nos priorités :

- Des indicateurs nous permettent de suivre en permanence l'efficacité de notre processus de fabrication et de limiter les pertes et le gaspillage ;
- Chaque année, de nombreux produits sont donnés gracieusement à des associations caritatives comme les Restos du Coeur, la Banque Alimentaire, etc ;
- Enfin, les produits impropres à la consommation sont valorisés en méthanisation.



Charles & Alice

Charles & Alice est une société spécialisée dans la fabrication de desserts de fruits implantée dans le sud-est de la France. Nous avons mis en place un groupe de progrès transversal impliquant une dizaine de personnes de différents secteurs de l'entreprise dont l'objectif est de travailler sur les pertes et le gaspillage. Ce groupe se réunit tous les mois pour suivre et élaborer nos plans d'actions. Nous avons commencé par cartographier nos pertes tout au long de notre processus de fabrication, de la mise en œuvre des matières premières jusqu'au produit fini, en essayant d'être le plus précis possible. Suite à cette cartographie, nous avons établi des plans d'actions rapides et faciles à mettre en place dans le domaine de l'organisation (standardisation des méthodes de travail, mise en place de suivis), la communication (sensibilisation du personnel aux gestes « antigaspi ») et la technique (réglage de machine, isolation de tuyauterie et d'équipement).



Triballat Noyal

Notre proximité quotidienne avec les activités agricoles de notre territoire a généré naturellement des flux croisés de matières premières et de coproduits de fabrication. L'essentiel de nos produits conditionnés non commercialisés sont proposés aux associations caritatives avec lesquelles nous avons développé des partenariats logistiques au-delà de la fourniture de denrées alimentaires.

En 2015, nous offrons une seconde vie à plus de 90 % de nos produits non commercialisés et coproduits, mais il demeure encore des initiatives à prendre et soutenir.

Pour toutes ces raisons nous souhaitons nous associer aux actions collectives dont celle portant sur la lutte contre le gaspillage alimentaire.



Ferrero

Ferrero est un acteur incontournable dans le secteur de la confiserie et du chocolat. La société regroupe des marques reconnues comme Nutella, Kinder, Ferrero Rocher ou encore Tic Tac. De la conception à la mise en rayon en passant par la production, tout est étudié afin d'éviter le gaspillage alimentaire. Les produits sont emballés en petite portion afin d'augmenter le temps de conservation des produits et de garder une qualité organoleptique optimale. Par cette politique, le groupe Ferrero incite les consommateurs à ne pas gaspiller.

A son niveau, Ferrero distribue les produits finis à date courte auprès des réseaux de solderie et des associations. Ces dernières sont historiquement Le Secours Populaire, Les Restos du Cœur, les banques alimentaires et l'A.N.D.E.S. Près de 638 tonnes de produits ont ainsi été distribués sur l'exercice fiscal 2014-2015.



Saupiquet

La lutte contre le gaspillage alimentaire s'inscrit dans la démarche RSE du groupe Saupiquet. Plusieurs actions ont été mises en œuvre, notamment sur la valorisation de nos déchets, qui sont récupérés à 99% et l'optimisation de nos emballages. Nous venons ainsi de lancer sur le marché des salades de thon une nouvelle gamme de produits dont l'emballage permet une consommation différée (en plusieurs fois) grâce à un couvercle plastique qui protège le produit après son ouverture ainsi qu'une utilisation facile et nomade grâce à un couvercle en aluminium « pelable » facile à ouvrir et une fourchette plastique incorporée au couvercle plastique.

Nous menons également plusieurs actions autour du don alimentaire : nous avons donné 1,1 million de boîtes de conserve en 2013 en France et en Italie et menons des actions pour sensibiliser les plus jeunes au thème du gaspillage alimentaire dans les écoles primaires en Italie.



SEGAFREDO ZANETTI

SEGAFREDO ZANETTI est un acteur majeur dans le monde du café. Dans le cadre de notre démarche RSE, nous contribuons à réduire nos impacts. Notre entreprise est engagée depuis de nombreuses années contre le gaspillage et la réduction de nos déchets (plus de 99% de nos déchets sont valorisés). Dans cette lutte antigaspi, notre Supply Chain de distribution est en permanence optimisée pour réduire l'impact carbone de notre société. Des sensibilisations au geste de tri sont dispensées au personnel, tant sur le lieu de travail que chez eux. Nous adaptons nos formats aux besoins de nos consommateurs : individuel, à fractionner, à refermer. Nous avons des gammes pour la restauration notamment hospitalière favorisant le juste dosage sans perte de produits. Enfin, nous faisons des dons réguliers aux associations caritatives.

Nous sommes résolument engagés dans la lutte anti-gaspillage et nous continuerons à renforcer ces actions.



Kellogg's

Dans le cadre du programme mondial « Breakfast for Better Days », Kellogg's s'engage à donner 1 milliard de portions de céréales et de snacks d'ici fin 2016. En France, nous donnons des produits aux banques alimentaires qui les redistribuent ensuite sur un plan national à diverses associations et nous avons également des actions ponctuelles avec la Croix Rouge Française. Kellogg France a donné 121 tonnes de produits en 2014 et 45 tonnes à fin juin 2015 aux banques alimentaires. En 2014, nous avons également distribué plus de 35000 petits déjeuners à des familles dans le besoin via la Croix Rouge.



Mondelēz International

Mondelēz International met en contact depuis 17 ans (début des actions fin 1998), ses entrepôts avec les antennes régionales des Banques Alimentaires, afin de favoriser la mise à disposition de stocks à durée de vie restante courte (environ 6 semaines) sur ses catégories comme les biscuits, le chocolat, la confiserie (chewing-gums et bonbons) ; ces volumes ont représenté environ 160 tonnes en 2014.



Orangina Suntory France

Orangina Suntory France est le leader des boissons aux fruits en France, avec des marques connues et appréciées de tous : Orangina, Oasis, Pulco, Schweppes, Champomy, Brut de Pomme, Gini, Ricqlès, Pampryl... Notre entreprise est engagée depuis de nombreuses années contre le gaspillage et pour la réduction des déchets.

Nous avons ainsi développé les petits formats (canettes 15cl et 33cl, formats familiaux, bouteilles PET de 50cl...) pour adapter notre offre aux moments de consommations et aux besoins des consommateurs. Par exemple, nous avons lancé en mars 2015 le format 1L pour Orangina, particulièrement adapté pour les petits foyers, et qui permet de limiter le gaspillage lié à la dégradation organoleptique lorsqu'une bouteille est conservée trop longtemps après ouverture.

Parallèlement, depuis plus de dix ans, nos équipes travaillent à l'allègement du poids des emballages de nos boissons (canettes, bouteilles en verre et PET), tout en garantissant la sécurité alimentaire et une qualité organoleptique optimale.

Cet engagement de notre entreprise s'est traduit par une diminution de 17% du poids total de nos emballages entre 2006 et 2014.



PEPSICO FRANCE

PEPSICO France

PepsiCo France distribue des jus de fruits (Tropicana), des céréales (Quaker), des produits apéritifs (Bénénuits, Lay's) ainsi que des boissons rafraichissantes (Pepsi, Lipton Ice Tea, Seven Up). Depuis 2013, PepsiCo France est partenaire de l'A.N.D.E.S., l'Association Nationale de Développement des Epicerie Solidaires, acteur reconnu de la lutte contre le gaspillage alimentaire. En 2014, plusieurs tonnes de produits Tropicana et Quaker ont ainsi été donnés aux épicerie solidaires.



Axiane Meunerie

Axiane Meunerie est un des leaders de la fabrication et commercialisation de farines en France. Notre politique RSE s'inscrit parfaitement dans une démarche de lutte contre le gaspillage alimentaire à travers notamment de :

- La valorisation de nos co-produits et la définition d'un programme de réduction de nos déchets sur tous nos sites de production, intégrant le suivi de nos déchets et la recherche de filières de revalorisation ;
- La définition d'un programme d'économie des ressources auprès de nos collaborateurs.



Minoterie des Bois Olives

Minoterie familiale de 15 personnes implantée dans la Manche, nous sommes engagés depuis 2012 dans une démarche de développement durable et contribuons, à notre échelle, à la réduction du gaspillage alimentaire. Outre la valorisation de nos coproduits auprès de l'alimentation animale, nous avons dans une première phase mis en place des filières de recyclage pour nos déchets d'emballages. Aujourd'hui, nous travaillons à limiter nos « déchets produit » :

- Au niveau commercial, en incitant nos clients à anticiper leurs besoins sur des produits de saison et ainsi ajuster au mieux notre stock ;
- Au niveau du stockage : en proposant des produits sur commande et non sur stock afin de réduire les invendus et en adaptant le conditionnement de produits particuliers aux besoins de nos clients ;
- En logistique, en sensibilisant et équipant le personnel pour une manutention respectueuse des sacs.



Orientis Gourmet

L'engagement anti-gaspillage du Groupe Orientis est ancré dans notre quotidien, c'est une philosophie qui suit toute la vie de nos produits, de nos ateliers de production jusqu'à nos boutiques.

- Les produits abimés lors de leur production sont aussitôt recyclés : le thé est immédiatement récupéré pour être de nouveau conditionné sur la ligne de production et les emballages défectueux sont triés et jetés dans des bennes prévus à cet effet.
- Les produits finis présentant un défaut sont donnés gracieusement aux associations caritatives dont le téléthon.
- Nous utilisons nos boutiques situées dans le circuit « outlet » pour vendre des produits dont la date de durabilité minimale (DDM) est proche.

Nous sommes fiers de participer activement à ce programme en cherchant constamment à améliorer nos pratiques.



Delouis France

La société familiale DELOUIS fabrique des condiments (vinaigrette, moutarde, sauce, mayonnaise). Afin de lutter contre le gaspillage, les produits finis à dates courtes sont écoulés soit vers des réseaux de solderies, soit vers des associations type banque alimentaire.



Allaire - Légumes vapeur

La société ALLAIRE est implantée dans le Val de Loire depuis plus de 60 ans. Elle s'est spécialisée dans la fabrication de légumes sous vide et joue un rôle significatif sur un marché en pleine évolution : celui de la 5ème gamme.

« Nous avons mis en place une démarche d'éco-conception de nos produits, notamment pour les betteraves cubes en barquette de 2 x 200g et en carottes rondelles 2 x 200g, afin de répondre au mieux aux besoins d'une famille actuelle et ainsi lutter contre le gaspillage alimentaire. Ceci est une exclusivité ALLAIRE ».



Provence Huiles

Provence Huiles est une société de production d'huiles alimentaires implantée près de Marseille. La lutte contre le gaspillage alimentaire chez Provence Huiles se traduit par la valorisation et le recyclage des sous-produits tout au long du process de fabrication (fonds de cuve, tourteaux,...)



Ensemble pour le meilleur du chèvre

Eurial

Eurial, à travers sa marque Soignon, s'adapte aux nouveaux modes de consommation de vie des Français, qui consomment de plus en plus de fromage de chèvre, en proposant différents formats, ce qui permet de contribuer à la lutte contre le gaspillage alimentaire :

- Les formats « minis » individuels : mini bûches affinées et mini chèvres frais sous coque, qui s'adressent aux enfants et aux mono foyers ou couples (personnes âgées). Ces formats sont également pratiques pour une consommation nomade hors domicile ;
- Les formats familiaux (bûches 300g et 400 g) qui s'adressent aux familles, grandes consommatrices de fromage, et qui sont également couramment utilisées en cuisine (tranchées sur des tartes salées, pizzas, gratins...)



Cailleau

Société de vente de plantes alimentaires, condimentaires, thés et tisanes, nous agissons à plusieurs niveaux pour lutter contre le gaspillage :

- En optimisant nos emballages : nous utilisons des emballages permettant une protection adéquate de nos produits. Nous avons notamment acheté une machine pour mise sous vide, améliorant ainsi leur conservation ;
- En prévenant la production de déchets, notamment par la mise en place de bennes permettant le tri des déchets (boîtes cartons, déchets végétaux, ...) ;
- En optimisant les conditions de stockage (matières premières/produits finis) : nous construisons de nouveaux locaux, bien isolés permettant un stockage de nos plantes dans des conditions optimales et sans déperdition de chaleur pour limiter la consommation d'énergie et nous luttons contre les rongeurs et les insectes.



COMEXO

COMEXO est une société leader depuis plus de 17 ans dans la fabrication des sauces fraîches à façon pour les industriels, les professionnels de la restauration et les distributeurs RHD.

Afin de lutter contre le gaspillage, les déchets vrac (chutes de production) sont regroupés en cuve sur notre site et pompés par un prestataire pour une valorisation énergétique. Les déchets conditionnés sont également regroupés et traités par un prestataire extérieur. Le traitement consiste en un déconditionnement puis la méthanisation de la partie organique (soit la sauce).



FICT

Le 15 juin 2015, la FICT a pris part à la lutte contre le gaspillage alimentaire aux côtés des Banques Alimentaires et engage l'ensemble des entreprises de la charcuterie par la signature d'une convention FICT/Banques Alimentaires pour cette cause. Les objectifs : sensibiliser, réduire et développer la pratique dans les entreprises de charcuteries françaises.

La FICT s'engage :

- A mettre en place une campagne d'information dédiée aux chefs d'entreprises et à leurs salariés ;
- A développer et faciliter par les entreprises adhérentes la fourniture de denrées aux banques alimentaires ;
- A encourager les entreprises adhérentes notamment au bénévolat, au mécénat de compétence et/ou technologique, au mécénat financier.

L'implication de la profession participe à apporter de la variété et de la qualité à l'alimentation des personnes dans le besoin.



FNIL

La FNIL (Fédération Nationale des Industries Laitières) regroupe une centaine d'entreprises de transformation laitières de toutes tailles, réparties sur l'ensemble du territoire national. Notre rôle majeur est d'impulser auprès de nos adhérents la diffusion des actions et bonnes pratiques mises en place et de coordonner la circulation d'une information vers le consommateur.

La lutte contre le gaspillage alimentaire est un thème fédérateur important qui a fait l'objet de plusieurs actions :

- Partage des réflexions des groupes de travail du Pacte national avec les entreprises et définition de positions communes,
- Diffusion du guide du don alimentaire ANIA/FCD/FNSEA/SOLAAL.

La FNIL est également acteur dans l'information du consommateur sur le rôle des produits laitiers dans la lutte contre le gaspillage au quotidien : des produits pour donner une nouvelle vie aux restes, adaptés à tous les moments de consommation, ...



FNCG | FEDALIM | SYFAB

La FNCG (Fédération Nationale des Industries de Corps Gras), la FEDALIM (qui regroupe 7 syndicats des secteurs de l'industrie alimentaire* et le SYFAB (Syndicat des producteurs de produits intermédiaires pour la Boulangerie-Pâtisserie en France) sensibilisent tous leurs membres sur les nouveautés, les bonnes pratiques, les améliorations au niveau du procédé, du stockage et du transport qui permettent de lutter contre le gaspillage alimentaire et ainsi réduire les pertes. Lorsque des associations nous contactent pour des dons, nous essayons de trouver parmi nos membres lesquels ont des stocks disponibles pour être retournés aux associations.

** Fabricants de bouillons et potages, Industries condimentaires (moutardes, sauces, fruits et légumes au vinaigre, olives de table, vinaigres), transformateurs de poivres, épices, aromates et vanille, fabricants de mélanges technologiques pour l'industrie alimentaire, transformateurs de pommes de terre, thé et plantes à infusion, chicorée.*





GECO Food Service

Association d'industriels spécialisée sur les marchés de la Consommation Hors Domicile, le GECO Food Service s'est impliqué dans le comité de lutte concernant la maîtrise du gaspillage alimentaire en restauration. Notre rôle est de veiller à l'évolution des tendances et réglementations pouvant impacter les professionnels de la restauration afin de répondre à leurs attentes par l'apport de diverses solutions. La maîtrise du gaspillage alimentaire est un enjeu important pour la restauration et les entreprises du Food service peuvent y répondre notamment par :

- L'aide à la gestion des matières premières : connaissance du rendement des produits, pertes à la cuisson, nombre de portions par conditionnement
- Des solutions de conservation des produits
- Des portions adaptées au type de convives



Association Normande des Entreprises Alimentaires

ANEA

Depuis sa création en 2008, l'ANEA (Association Normande des Entreprises Alimentaires) a mis en place des groupes de réflexion sur :

- L'aide aux plus démunis rapprochant en local ONG, entreprises et distributeurs ;
 - L'étude et la valorisation des sous-produits de l'agro-alimentaire et de l'agriculture pour éviter la destruction de produits encore consommables ;
 - Le développement durable : les cercles « IDDEALS » ont réuni une cinquantaine d'entreprises pour partager leurs initiatives et bénéficier d'un accompagnement individuel.
- En 2013, l'ANEA a été nommée par la DRAAF de Basse Normandie pilote pour la lutte contre le gaspillage alimentaire, ce qui a abouti en 2014 à la création du Réseau d'Évitement du Gaspillage Alimentaire (RÉGAL) Basse-Normandie avec plus d'une soixantaine d'acteurs régionaux (collectivités, associations, industries, producteurs, distributeurs, consommateurs, restauration, institution, ONG).



FRIAA

La FRIAA, en partenariat avec COOP de France Alpes Méditerranée et les Banques Alimentaires de Provence-Alpes-Côte d'Azur, a pris l'initiative de créer en 2015 un fond de dotations : FONDALIM® PACA a pour objectif de promouvoir et de faciliter les dons alimentaires des coopératives agricoles et industries agroalimentaires de la région. Ce fonds vise à permettre à ces entreprises de mieux identifier et soutenir les acteurs régionaux de l'aide alimentaire, à rendre les circuits de donations plus efficaces, et à lutter contre le gaspillage en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Véritable traduction opérationnelle du pacte de lutte contre le gaspillage alimentaire, et s'inspirant d'un modèle précurseur en Bourgogne, FONDALIM® PACA est un engagement contractuel fort des entreprises agroalimentaires et des associations caritatives de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Rassembler ET Partager



Languedoc-Roussillon Industries Agroalimentaires

LRIA

Consciente des enjeux du gaspillage alimentaire et de la nécessité de se mobiliser sur ce sujet, Languedoc Roussillon Industrie Agroalimentaire (LRIA) a réalisé en 2014 une étude sur le gaspillage alimentaire dans les entreprises agroalimentaires de la région Languedoc-Roussillon. L'objectif était de faire ressortir des pratiques s'inscrivant dans une démarche de lutte contre le gaspillage alimentaire des denrées, aussi bien en termes de prévention que de méthode de revalorisation (pour la consommation humaine). Cette démarche a abouti à la rédaction d'un recueil de bonnes pratiques regroupant des solutions concrètes mises en œuvre par les entreprises pour réduire le gaspillage à la source. Ce guide regroupe également des fiches pratiques pour aider les entreprises sur le don de produits aux organismes d'aide alimentaire. Cette action et ses résultats ont été honorés par la remise d'un prix « Anti gaspi » par Stéphane Le Foll en octobre 2014.

Pour aller plus loin

L'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) a créé en 2014 un module de sensibilisation sur le thème de l'**anti-gaspillage alimentaire, JeuxNeGaspillePas**.

JeuxNeGaspillePas est un espace de jeux pratiques et informatifs, développés sur le modèle des « serious games », très populaires sur les réseaux sociaux, délivrant une série de conseils sur les thèmes du Comment « mieux acheter », « mieux ranger », « mieux consommer ».

D'un jeu ludique et non culpabilisant où il est sensibilisé aux bonnes pratiques, simples et essentielles du quotidien en matière de gestion de ses produits alimentaires, le consommateur est amené vers un espace d'information de fond. Cet espace apporte au consommateur de véritables conseils pratiques pour faire évoluer durablement ses habitudes et se détourner définitivement du gaspillage alimentaire.

<http://jeuxnegaspillepas.ania.net/#/ania>

**Retrouvez le rapport de Guillaume Garot, Député de la Mayenne,
sur la lutte contre le gaspillage:**

<http://agriculture.gouv.fr/Guillaume-Garot-remet-son-rapport>

Cette charte a été élaborée par les membres du groupe de travail antigaspillage de l'ANIA,
et soutenue par le *Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt*



Pour toutes informations supplémentaire sur ce qui est fait en matière de lutte contre le gaspillage,
rendez-vous sur www.gaspillagealimentaire.fr

Contact ANIA

Carole FONTA - Directeur Développement durable de l'ANIA

cfonta@ania.net - 01 53 83 86 00

L'ANIA EN QUELQUES MOTS

L'ANIA, Association Nationale des Industries Alimentaires, présidée par Jean-Philippe Girard, rassemble 18 fédérations nationales sectorielles et 23 associations régionales. Interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, des institutions et des médias sur les dossiers agroalimentaires, l'ANIA agit en cohérence et en synergie avec ses membres afin de promouvoir le secteur dont elle est le porte parole.