

- FCD
- **Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution.**

Mathieu PECQUEUR

Directeur Agriculture et Qualité



PRESENTATION DE LA FCD

- Membres :

Entreprises spécialisées dans la distribution de produits à dominante alimentaire :

- Carrefour
- Auchan/Atac
- Casino/Monoprix
- Système U
- Cora/Supermarchés Match
- Métro....

Entreprises fournissant des produits spécialisés :

- Décathlon (sport)
- Conforama (ameublement)...

- Nombre de points de vente : 30 000
- Nombre de salariés : 750 000
- Chiffre d'affaires : 200 milliards d'euros

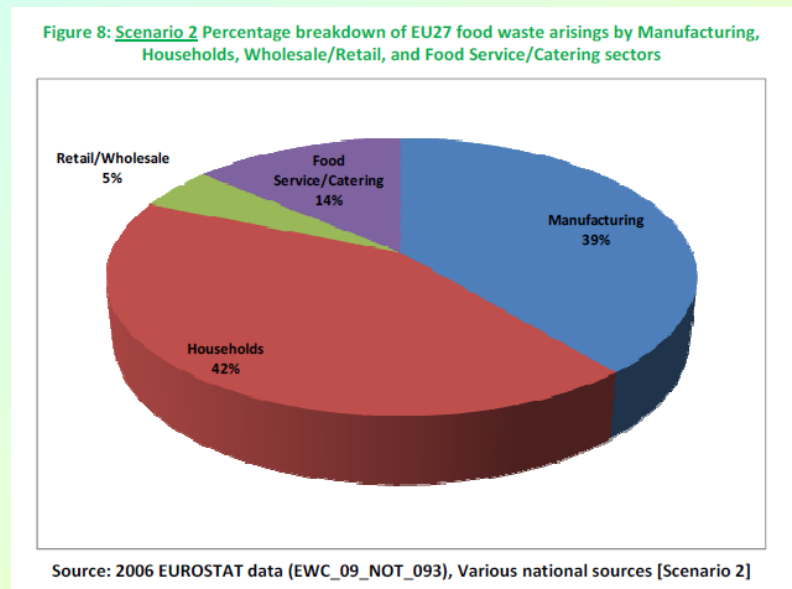


Le gaspillage des fruits et légumes dans la distribution



Contexte général :

Selon la Commission Européenne (2010) portant sur l'ensemble du gaspillage alimentaire, le commerce de détail représente 5% du gaspillage alimentaire global.



La plus grande part du gaspillage alimentaire se situe au niveau de la consommation (42%).

Le rayon fruits et légumes :

Comme les autres rayons frais traditionnels (boucherie, marée) le rayon F&L a un taux de casse plus important que la moyenne des rayons alimentaires.

- Estimation FCD 2009 : 8%

Enquête en cours pour actualiser cette donnée et obtenir plus de précisions (différence en fonction des formats de magasin)

- Moyenne qui cache des différences entre produits:

- cerise, raisin : plus de 15%

- Pomme de terre: moins de 5%

Différences qui s'explique par la fragilité variable des produits, la propension des consommateurs à les « manipuler » : consommation sur place ou la vitesse des rotations

- Moyenne qui cache des différences entre magasins

La performance économique du rayon dépend du taux de casse



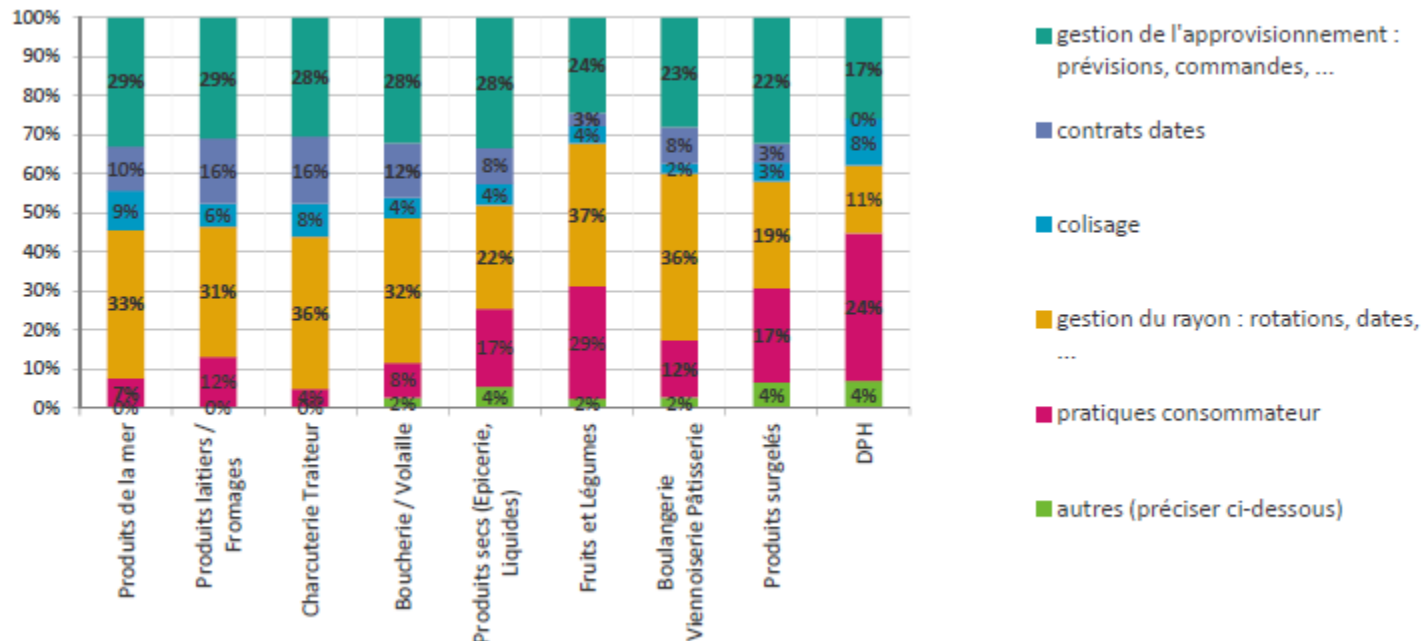
Le rayon fruits et légumes :

Analyse en cours des causes de la casse dans les rayons par ECR.

Les causes de casse majeures sont:

- les pratiques consommateurs,
- la gestion du rayon
- la gestion de l'approvisionnement.

La répartition varie en fonction du rayon:



Le rayon fruits et légumes :

Selon cette analyse, pour le rayon F&L les principales causes de casse sont :

- 37% gestion du rayon: rotations, dates, etc...
- 29% pratiques consommateurs
- 24% gestion de l'approvisionnement: prévisions, commandes

Les actions des enseignes de la distribution dans la lutte contre le gaspillage



Les actions mises en œuvre par les enseignes:

Actions amont :

- Gestion de l'approvisionnement:
 - ✓ la consommation des F&L est fortement saisonnalité
 - ✓ La consommation dépend de la zone de chalandise
 - Nécessité de gérer son assortiment
 - ✓ Adapter la taille des colisages au magasins
- Gestion de la qualité des produits en amont:
 - ✓ Agréage des produits à l'entrée en plate-forme : gestion des retours fournisseurs
 - ✓ Dégustation des produits avant la mise en rayon

Les actions mises en œuvre par les enseignes:

Actions en magasin :

- Adapter les volumes présents en rayons à la rotation du produits
 - ❖ Peut rentrer en concurrence avec dynamique promotionnelle
- Accélérer la rotation du produit:
 - ✓ Meubles à plat avec peu de produit en rayon
 - ❖ Nécessite beaucoup de personnel
- Avoir des zones de stockage adaptées aux différents produits
 - ❖ Problème de place disponible, notamment dans les petits magasins
- Avoir du personnel formé

Les actions mises en œuvre par les enseignes:

Actions à postériori:

- Initiatives qui se développent pour « transformer » les produits abimés:
 - ✓ Fabrication soupe, jus de fruits, etc..
 - ❖ Nécessité d'une gestion sanitaire pointue
 - ✓ Association avec des chantiers d'insertion : ANDES

Les actions des enseignes de la distribution
dans la lutte contre le gaspillage:
Pacte de lutte contre le gaspillage –
guillaume garot



Les engagements de la distribution dans le cadre du pacte de lutte contre le gaspillage:

- sensibiliser leurs personnels et leurs clients,
- mettre en place des bonnes pratiques de lutte contre le gaspillage,
- améliorer leurs processus de travail pour lutter contre le gaspillage alimentaire
- s'engager encore plus dans le don aux associations caritatives.

Les engagements de la distribution dans le cadre du pacte de lutte contre le gaspillage:

- sensibiliser leurs personnels
 - ✓ Coachs antigaspi
 - ✓ Comité de pilotage interne aux enseignes
 - ✓ Concours interne « lutte contre le gaspillage »
 - ✓ Mise en place d'indicateur de performance
 - ✓ Modules « lutte contre le gaspillage » dans les formations internes
 - ✓ Autocollants pour les secteurs les plus impactés (ateliers , tri, réserve, réception, ..)
- sensibiliser leurs clients
 - ✓ Affiches de sensibilisation (ILV) : informer les consommateurs sur les notions DLC / DLUO, la manipulation des produits, les fruits et légumes abimés..).

Les actions des enseignes de la distribution dans la lutte contre le gaspillage





Comment utiliser les restes ?

Lundi 20 Janvier 2014 | {0}

Vous avez encore des restes de votre repas sur les bras ? Ne les jetez pas mais transformez-les pour réaliser de nouveaux repas savoureux.



7 idées de « plats recyclés »

- Pensez au hachis Parmentier, le plus souvent réalisé avec des restes de viande de pot-au-feu ! Sachez d'ailleurs que le bouillon de pot-au-feu peut-être congelé après filtration. Il sera alors utilisé en soupe avec des vermicelles ou en court-bouillon.
- S'il est difficile de représenter à table deux fois les mêmes légumes, cuits, un peu abîmés, surtout à des enfants, vous pouvez les réduire en ratatouille, en sauce à mélanger avec du riz ou d'autres féculents ou encore en purée.
- Idem pour les fruits qui pourront se transformer en très

Les engagements de la distribution dans le cadre du pacte de lutte contre le gaspillage:

- mettre en place des bonnes pratiques de lutte contre le gaspillage
 - ✓ Travail avec les fournisseurs sur les dates de consommation
 - ✓ Suppression de certaines dates (DLUO) pour des produits pour lesquels elle n'était pas nécessaire : sucre, l'alcool, le vinaigre.
 - ✓ Allongement de la DLUO « à consommer de préférence avant le » sur certains produits: chips, sauces, la mayonnaise, riz et céréales... .
 - ✓ Allongement des DLC sur des lardons, des yaourts

Les engagements de la distribution dans le cadre du pacte de lutte contre le gaspillage:

- améliorer leurs processus de travail pour lutter contre le gaspillage alimentaire
 - ✓ Vente de fruits murs moins chers, Vente de fruits et légumes coupés en morceaux prêts à l'emploi, vente de fruits et légumes hors calibre
 - ✓ Action promotionnelle « Un produit acheté maintenant le même offert la semaine prochaine »
 - ✓ Modification des process de cuissons et découpes afin de mieux s'adapter aux flux des clients
 - ✓ Mise en place d'un prix antigaspi pour les fournisseurs
 - ✓ Vente à prix réduit de produits en fin de vie avec mise en avant en rayons, constitution de lots de produits à prix réduit
 - ✓ mise en place d'une procédure interne consultable sur intranet par les managers de magasins



Les engagements de la distribution dans le cadre du pacte de lutte contre le gaspillage:

- s'engager encore plus dans le don aux associations caritatives.
 - ✓ La distribution est le premier donateur aux associations caritatives: la ramasse représente plus de 120 millions de repas par an.
 - ✓ Le don est pratiqué par la quasi-totalité des hypermarchés et une grande majorité de supermarchés