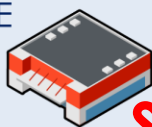
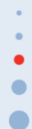




Adapter à la saisonnalité et améliorer les dons aux associations

TYPE



SM +

NOMBRE
SALARIES



71

CA 2015

**25
M€**



« Les actions mises en œuvre ont permis de réduire le GA de près de 40% ! Des économies importantes ont été réalisées et l'ensemble des équipes est convaincue de l'importance de la réduction du gaspillage alimentaire ».

Propriétaire du magasin

Contexte

Le magasin réalise 1/3 de son chiffre sur la période Juin/Septembre. La saison estivale correspond donc à un gros volume d'activité complexe à gérer en phase transitoire.

Situation initiale

Points forts

- ✓ Structure locale de dons existante
- ✓ Stickage à j-1 administré par un outil interne

Difficultés

- ✗ Magasin implanté en zone touristique semi rurale avec de fortes variations de fréquentation du magasin
- ✗ Structure locale de dons existante mais à renforcer

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



Bilan des actions

Evaluation de l'impact des actions sur 1 an

Variation poids
GA

Variation
coût GA

Economie réalisée

- 1 Optimiser les commandes en fonction des saisons
- 2 Mieux piloter le stickage
- 3 Optimiser la logistique du don

- 39 %

- 28 %

68 k€

Situation initiale

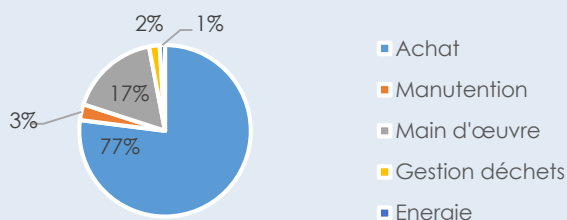
38 tonnes/an

Poids du GA

247 k€

COÛT COMPLET
du GA

1,6 % du CA alimentaire



52 % du poids du GA
lié à 3 rayons



20%

18%

14%

LIQUIDES

FRUITS ET LEGUMES

CREMERIE

56 % du coût du GA
lié à 3 rayons



25%

20%

11%

FRUITS ET
LEGUMES

RAYONS TRAD

POISSONERIE

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



ACTION

1

Optimiser les commandes en fonction des saisons

**1/3 du
CA réalisé
sur 2 mois**

L'activité du magasin est très saisonnière. Celui-ci réalise un tiers de son CA en deux mois. L'audit a montré une forte augmentation du GA en septembre chaque année. Cela s'explique par des volumes de commandes qui restent importants fin août alors que la fréquentation baisse après la saison touristique. Tout l'enjeu est de piloter plus finement la fin de la saison pour éviter de commander des produits qui ne seront pas vendus et seront sources de GA.

ACTION

2

Mieux piloter le stickage

**22 % des
produits
démarqués
vendus**

Le stickage était piloté auparavant par les équipes et le magasin avait tendance à beaucoup sticker de produits. Le stickage est maintenant géré par les managers qui stickent de manière plus raisonnable et améliorent ainsi le taux de vente.

ACTION

3

Optimiser la logistique du don

**X10 sur le
volume de don**



L'audit a permis de révéler que la gestion du gaspillage alimentaire du magasin est déjà bien optimisée, compte tenu des spécificités saisonnières de celui-ci. Il y avait néanmoins un gisement très important de dons inexploités et un fort potentiel de réduction du GA. Le magasin a pris la décision d'optimiser la logistique du don avec l'aide d'un partenaire. L'ensemble du personnel a été formé à mieux gérer le partenariat avec les associations. Les dons sont récupérés tous les jours et le volume de déchets a été réduit de 2/3.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION