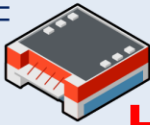
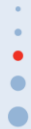




30% de gaspillage alimentaire en moins !

TYPE



HM+

NOMBRE
SALARIES



**200-
299**

CA 2015

**26
M€**



« Le coût complet de la casse alimentaire nous fournit un argument décisif pour sensibiliser les équipes à l'importance de la réduction et de la maîtrise du gaspillage alimentaire ».

Directrice du magasin

Contexte

Ce magasin a pu avancer sur le thème de la réduction du gaspillage alimentaire et augmenter la qualité et son volume de dons. Une politique de lutte contre le gaspillage global a été mise en place pour obtenir des résultats structurants.

Situation initiale

Points forts

- ✓ Bonne organisation des dons aux associations (régularité, qualité et quantité des produits)
- ✓ Directeur très sensible au GA / Forte animation sur la casse et le stickage

Difficultés

- ✗ Affiner encore le process de valorisation des dons
- ✗ Suivre davantage les processus de filières déchets

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 Améliorer le tri pour le don
- 2 Continuer d'être vigilant sur le stickage
- 3 Projet d'entreprise et coach Anti-Gaspi

- 29 %

- 31 %

94 k€

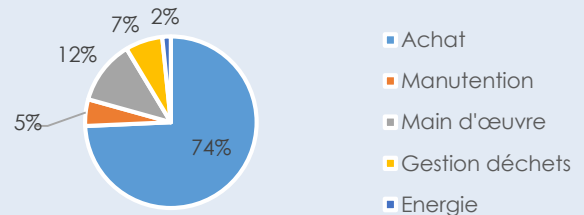
Situation initiale

65 tonnes/an

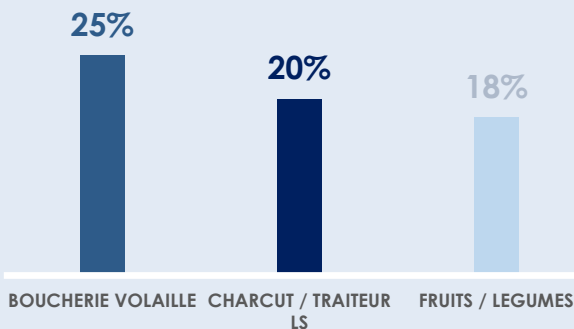
Poids du GA

299 k€ COÛT COMPLET
du GA

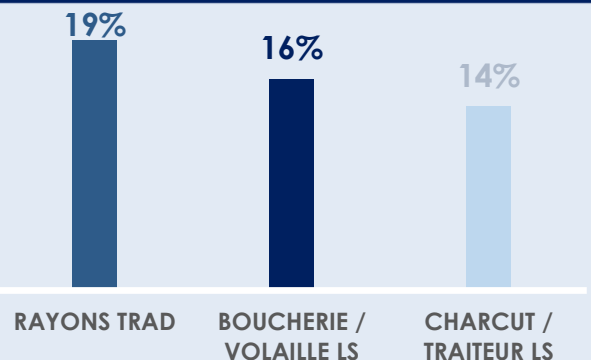
0,9 % du CA alimentaire



63 % du poids du GA
lié à 3 rayons



49 % du coût du GA
lié à 3 rayons



PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



ACTION

1

Améliorer le tri pour le don F/L



L'audit a permis de constater qu'il restait une légère marge d'amélioration dans la gestion du don, en particulier sur la zone de stockage et les contenants utilisés. Cela favorise une approche plus fine, en particulier sur les fruits et légumes et de donner des produits de meilleure qualité aux associations.

ACTION

2

Continuer la vigilance stickage

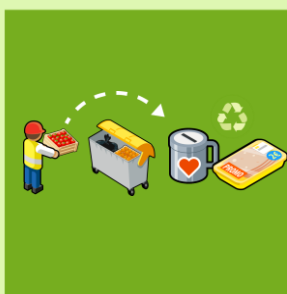


L'objectif du magasin est de travailler sur la gestion et l'optimisation du stickage. Cela était déjà le cas depuis plusieurs années mais la direction a souhaité aller plus loin en stickant de manière moins systématique et plus ciblée afin d'éviter une démarque trop systématique des produits.

ACTION

3

Projet d'entreprise et Coach Anti-Gaspi



Le magasin a mis en place un réel projet d'entreprise autour de la réduction du GA. La communication et le reporting sont essentiels pour assurer la pérennité de ce projet. L'enseigne a mis en place au niveau national des référents anti-gaspi pour servir de référents et partager les bonnes pratiques.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION