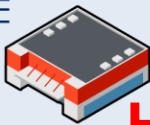
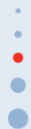




Un magasin déjà bien engagé sur la réduction du GA

TYPE



HM+

NOMBRE
SALARIES



360

CA 2015

**46
M€**



« Nous pilotons depuis de nombreuses années les pertes et réduisons le gaspillage en travaillant notamment sur la précision et la qualité du stickage pour essayer de limiter les invendus. Nous cherchons également à optimiser les dons aux associations ».

Directeur du magasin

Contexte

C'est un magasin situé dans une zone urbaine, avec des partenariats locaux associatifs pour le don alimentaire. Les équipes du magasins sont réellement engagées autour du projet de réduction de gaspillage alimentaire.

Situation initiale

Points forts

- ✓ Réel projet d'entreprise : implication forte de l'équipe
- ✓ Très faible taux de produits stickés

Difficultés

- ✗ Découpe fraîche de fruits et légumes génératrice de GA
- ✗ Taux de don perfectible

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 don des DLC courtes
- 2 Améliorer le processus de gestion du don
- 3 Coach anti Gaspi

- 5 %

- 6 %

20 k€

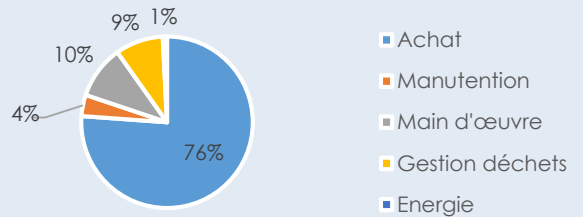
Situation initiale

77 tonnes/an

Poids du GA

354 k€ COÛT COMPLET
du GA

0,6 % du CA alimentaire



74 % du poids du GA
lié à 3 rayons



36%

26%

12%

FRUITS ET LEGUMES BOUCHERIE VOLAILLE CHARCUTERIE / TRAITEUR LS

60 % du coût du GA
lié à 3 rayons



27%

19%

14%

FRUITS ET LEGUMES BOUCHERIE VOLAILLE LS RAYONS TRAD

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



ACTION

1

Améliorer le don des DLC courtes



L'audit a montré que le taux de don pouvait légèrement être amélioré. Le magasin travaille quotidiennement sur l'amélioration de la qualité des dons, notamment sur la partie fruits et légumes par une vigilance accrue du chef de rayon et de son équipe.

ACTION

2

Améliorer le processus de gestion du don



Des processus ont pu être mis en place pour mieux trier les produits donnés et mieux les stocker en mettant en place des contenants adaptés évitant de les abîmer. Cela permet également de fournir aux associations des produits de meilleure qualité et d'améliorer les conditions de travail des équipes.

ACTION

3

Coach anti Gaspi



Le magasin travaille aussi depuis plusieurs années sur la réduction du GA et plusieurs actions ont été menés sur plusieurs années avec des résultats intéressants. L'enseigne a également initié, au niveau national, une démarche pour nommer des référents anti-Gaspi chargés de fédérer les équipes autour de la lutte contre le gaspillage alimentaire et de partager les bonnes pratiques entre les magasins. Une pratique qui semble généralisable.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION