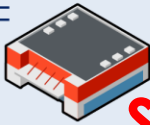
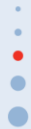




Un pilotage très fin du magasin et une marge de progression restante faible.

TYPE



SM -

NOMBRE
SALARIES



30

CA 2015

**7,3
M€**



« Nous continuons au quotidien à piloter finement nos commandes pour générer le moins de pertes possibles. Notre implantation rurale rend difficile la mise en place du don au travers d'un partenariat avec une association ».

Propriétaire du magasin

Contexte

Ce magasin était déjà piloté très finement et avait le taux de casse le plus faible de l'échantillon de l'opération. Il a tout de même pu mettre en place quelques actions pour continuer à s'améliorer et surtout continuer à piloter l'existant.

Situation initiale

Points forts

- ✓ Magasin déjà mobilisé dans la lutte contre le gaspillage alimentaire
- ✓ Filière bio-déchets active (emballé + non emballé)

Difficultés

- ✗ Supermarché en zone rurale
- ✗ Pas de structure de dons à proximité

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 Organiser des collectes avec Les associations
- 2 Gestion optimisée des rayons
- 3 Organisation du stickage

- 1 %

- 1 %

0,5 k€

Situation initiale

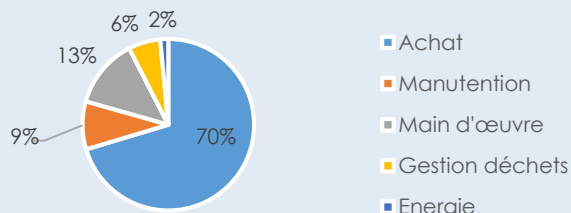
17 tonnes/an

Poids du GA

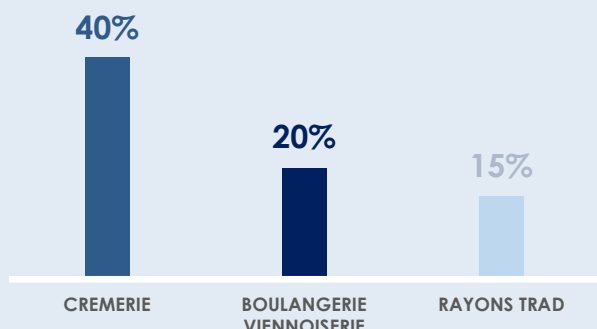
73 k€

COÛT COMPLET
du GA

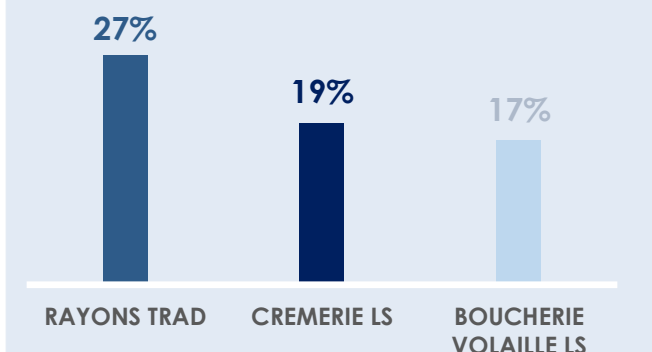
1,1 % du CA alimentaire



75 % du poids du GA
lié à 3 rayons



63 % du coût du GA
lié à 3 rayons



PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



ACTION

1

Organiser des collectes avec associations

Potentiel de
15% de GA en
moins



L'implantation du magasin en zone rurale rend difficile la mise en place systématique du don aux associations. Le magasin a tout de même souhaité travailler sur cet axe et mettre en place des actions pour améliorer la logistique du don et ainsi réduire son gaspillage alimentaire. Il rencontre aujourd'hui encore, des difficultés pour faire venir les associations au magasin. Un projet de collaboration avec d'autres magasins est en cours.

ACTION

2

Gestion optimisée des rayons

0,03 % des
Produits

=

16 % du
GA

Le magasin a depuis de nombreuses années optimisé la gestion de ses rayons. La direction pilote les commandes et les taux de vente sur les produits. Les produits qui "tournent" peu sont éliminés des gammes rapidement. Ce tri est réalisé systématiquement tous les mois.

Le Top 100 des produits les plus gaspillés ne génère plus que 42€/produit de gaspillage alimentaire alors que, lors du diagnostic, ce top 100 générait 158€/produit, soit une division par 3 du coût de ces produits.

ACTION

3

Organisation du stickage



Le système de stickage a été développé en interne. Celui-ci fonctionne bien et les équipes ont été formées. La Direction travaille actuellement à perfectionner le suivi et la traçabilité du stickage pour mieux piloter le budget. Une réorganisation des codes rayons a été réalisée pour mieux comptabiliser les évolutions sur les familles, « boucherie » par exemple.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION