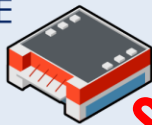
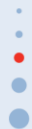




Un projet d'entreprise pour réduire le gaspillage alimentaire

TYPE



SM +

NOMBRE
SALARIES



82

CA 2015

**20
M€**



"Bilan très positif pour notre magasin qui réduit son GA de 25% ! Nous cherchons maintenant à optimiser la gestion des dates courtes et à nous améliorer sur la gestion du don et sa traçabilité."

Le propriétaire du magasin

Contexte

Le magasin est historiquement sensible à la lutte contre le gaspillage alimentaire. L'environnement rural rend les partenariats locaux difficiles d'où la nécessité de mettre en place des actions internes (stickage, ...).

Situation initiale

Points forts

- ✓ Circuit court sur les déchets de boulangerie
- ✓ Structure locale de dons existante (sept à juin)

Difficultés

- ✗ Magasin en zone rurale, peu de solutions de dons
- ✗ Traçabilité de la gestion des dates courtes à améliorer

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 Coach anti-gaspi
- 2 Diminution du nombre de références
- 3 Amélioration du pilotage du stickage et zone isolée

- 40 %

- 26 %

43 k€

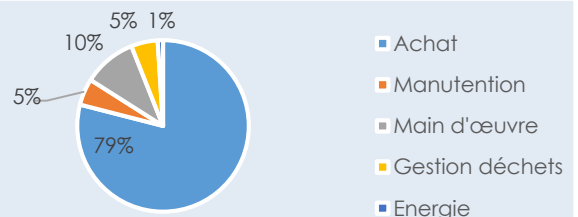
Situation initiale

25 tonnes/an

Poids du GA

165 k€ COÛT COMPLET
du GA

(1,2 % du CA alimentaire)



46 % du poids du GA
lié à 3 rayons



19%

14%

13%

CREMERIE

BOUCHERIE VOLAILLE

EPICERIE

53 % du coût du GA
lié à 3 rayons



24%

16%

13%

BOUCHERIE VOLAILLE

BOULANGERIE /
VIENNOISERIE
FRAICHE

CREMERIE

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



ACTION

1

Coach anti-gaspi

- **26 %**
de GA

Le magasin a nommé un Responsable anti-gaspi'. Sa mission est de sensibiliser les équipes à commander les produits au plus juste et à anticiper la proximité de la DLC en trouvant la meilleure solution (promotion, don, transformation, déchets). Son rôle dans le magasin est un rôle clé car il permet de transformer un projet de la direction en projet d'entreprise et d'impliquer l'ensemble des salariés.

ACTION

2

Diminution du nombre de références

100
Produits
=
78 €/produit
de GA

Le magasin sélectionne tous les mois les produits peu vendus (générateurs de gaspillage) pour les supprimer des gammes et ainsi garantir une offre variée tout en évitant le gaspillage alimentaire.

Le Top 100 génère, après action en moyenne 78€/produit de GA alors que, lors de l'audit, le top 100 générait 208€/produit, soit une division par 3.

ACTION

3

Amélioration du pilotage du stickage et zone isolée

+ **30 %**
de produits
stickés
vendus

Le magasin pilote finement la quantité et les références stickées. Une zone spécifique a été mise en place pour que les consommateurs puissent retrouver ces produits en dates courtes.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION