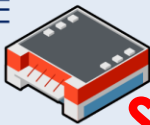
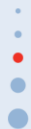




Le stickage au service de la réduction du gaspillage alimentaire

TYPE



SM +

NOMBRE
SALARIES



95

CA 2015

**25
M€**



« Le stickage a réellement permis de réduire le gaspillage alimentaire et de mieux gérer les produits en dates courtes. Le magasin pourrait maintenant encore réduire le gaspillage alimentaire en augmentant son volume de dons aux associations ».

Propriétaire du magasin

Contexte

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

Situation initiale

Points forts

- ✓ Magasin déjà mobilisé dans la lutte contre le gaspillage alimentaire
- ✓ Forte sensibilité du directeur du magasin

Difficultés

- ✗ Difficulté identifiée sur l'optimisation des ventes des produits stickés
- ✗ Structure de dons locale ne pouvant pas intervenir quotidiennement

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 Diminution du nombre de références
- 2 Mise en place d'un suivi du stickage
- 3 Continuer à optimiser le don

- 66 %

- 32 %

96 k€

Situation initiale

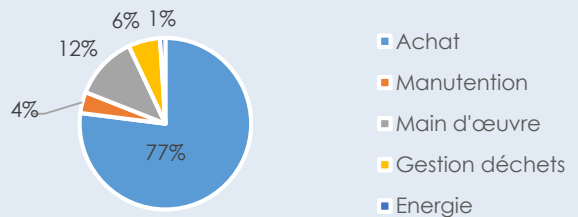
32 tonnes/an

Poids du GA

303 k€

COÛT COMPLET
du GA

1,9% du CA alimentaire



60 % du poids du GA
lié à 3 rayons



27%

17%

16%

CREMERIE

RAYONS TRAD

CHARCUT/TRAITEUR

30 % du coût du GA
lié à 3 rayons



21%

21%

18%

CHARCUT /
TRAITEUR

RAYONS TRAD

POISSONNERIE

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



ACTION

1

Diminution du nombre de références

100
Produits
=
21 % du
GA

Le magasin sélectionne tous les mois les produits peu vendus (générateurs du gaspillage) pour les supprimer des gammes.

ACTION

2

Mise en place d'un suivi du stickage et d'une zone promotionnelle identifiée et réservée

37 %
des produits
démarqués
sont vendus.

Le magasin utilise une imprimante génératrice de nouveaux codes-barres permettant d'organiser et de suivre la vente des produits en date courte. Ainsi **37 %** des produits démarqués sont vendus. Le magasin a également nommé une Responsable anti gaspi'.

ACTION

3

Continuer à travailler avec les associations pour le don

3 tonnes
données par an



Le magasin a déjà réduit de moitié son gaspillage alimentaire et continue de travailler en partenariat avec les associations pour améliorer le don. Il réside dans cette action un potentiel de réduction en contractant des partenariats associatifs plus réguliers.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION