



PROFESSIONNELS DE L'ALIMENTAIRE

LE GUIDE ULTIME POUR NE PLUS RIEN JETER



Phenix
L'anti-gaspi qui fait du bien

Sommaire



Introduction 3

1

Grande distribution et commerces de proximité

Les causes du gaspillage	5
Les solutions	8

2

Commerçants de quartier

Les causes du gaspillage	13
Les solutions	14

3

Industriels de l'agroalimentaire

Les causes du gaspillage	18
Les solutions	21

4

Grossistes

Les causes du gaspillage	27
Les solutions	29

Conclusion 32

Introduction

Le gaspillage alimentaire est un sujet dont on parle de plus en plus, mais lorsqu'il s'agit de trouver des solutions et de les mettre en place, ça se complique ! Avant toute chose, la clé est de comprendre les conséquences et d'identifier les causes pour ensuite y remédier.

En France, on estime le gaspillage alimentaire à **10 millions de tonnes chaque année**, soit 18% de la production globale, pour un coût estimé par l'Ademe entre 12 et 20 milliards d'euros par an.

À titre d'exemple, pour un hypermarché, ce gaspillage représente en moyenne 1% à 2% du chiffre d'affaires du magasin par an. Cette production a tout de même son impact sur l'environnement : **15,3 millions de tonnes de CO₂** sont ainsi générées pour des produits qui ne sont pas consommés.

En comparaison, cela représente 5 fois les émissions carbone du transport aérien intérieur, rien qu'en France.



Chaque grande famille de produits alimentaires a des pertes à déplorer. En France, la part la plus importante du gaspillage alimentaire est générée à 23% par les **fruits et légumes**. Arrivent en deuxième position les produits dits de grandes cultures (à savoir les céréales, les oléagineux, les pommes de terre et les betteraves à sucre) avec 20% du gaspillage. Enfin, on retrouve 12% de perte du côté des produits animaux (la viande, le poisson, les produits laitiers et les œufs).

Évidemment, chaque maillon de la chaîne a sa part de responsabilité dans le gaspillage alimentaire. En termes d'impact carbone, les **15,3 millions de tonnes de CO₂ se répartissent entre la production et la transformation (32%), la distribution (25%) et les consommateurs (44%)**.

Parmi les principales causes du gaspillage alimentaire, on retrouve **les dates de péremption, le non-calibrage de certains produits** (notamment les fruits et légumes), **le rejet de produits selon des critères esthétiques bien précis et les ruptures de la chaîne du froid**.

Par ailleurs, le groupe d'étude BVA s'est penché sur le rapport des consommateurs français à l'égard du gaspillage alimentaire.

Globalement, ils sont bien plus intéressés par le sujet qu'on peut le penser, puisque **95% se sentent concernés, dont la moitié même très concernée par le sujet**. Ils sont aussi 56% à être intéressés par l'utilisation d'une application anti-gaspillage et déjà plus d'un Français sur six en utilise une régulièrement.

On note également que **81% des Français récupèrent régulièrement les invendus** ou envisagent de s'y mettre.

Mais si les consommateurs se sentent concernés, deux tiers d'entre eux confient également avoir des attentes de la part de la distribution. Les Français attendent des **exemples d'actions anti-gaspillage** et la proposition de solutions concrètes pour les aider à agir à leur tour.



Si ces constats sont alarmants, ils ne sont pas une fatalité !

Aujourd'hui, des solutions existent pour connecter, d'une part, les 10 millions de tonnes de produits non consommés et, de l'autre, les Français qui manifestent une volonté d'agir pour réduire ce gaspillage en sauvant les invendus.

Que vous soyez un acteur de la grande distribution, un commerçant de quartier, un industriel ou un grossiste, nous avons recensé dans ce livre blanc **toutes les solutions qui s'offrent à vous pour réduire le gaspillage alimentaire dans vos établissements**.

Des actions simples à mettre en place et à l'impact fort, autant sur la réduction de vos déchets et de vos pertes financières, que sur l'engagement social et environnemental de votre entreprise. **Une manière d'être acteur du mouvement anti-gaspillage et d'inspirer les 95% de Français intéressés par la lutte contre le gaspillage alimentaire.**



À propos de Phenix



Amélie DUMONT
Phenix Chief Revenue
& Impact Officer

Chez Phenix, nous nous employons depuis 2014 à trouver des **solutions adaptées à chaque acteur et à chaque contrainte pour stopper le gaspillage alimentaire**.

Nous proposons différentes solutions de valorisation des invendus : solution de repérage des dates courtes en rayon, vente des produits en date courtes, don aux associations, don pour l'alimentation animale, conseil en économie circulaire, etc. **En 2020, nous avons aidé nos clients à sauver 44 millions de repas de la poubelle.**

1 Grande distribution et commerces de proximité

Les commerces de proximité, tout comme les supermarchés et les hypermarchés, déplorent chaque année de la « casse », causée par les produits alimentaires qui sont jetés.

Une perte importante, due majoritairement à un souci de fraîcheur absolue et à des imprévus, qui leur coûte chaque année entre 1% et 3% de leur chiffre d'affaires. **Quelles sont les raisons d'un tel gaspillage ?**

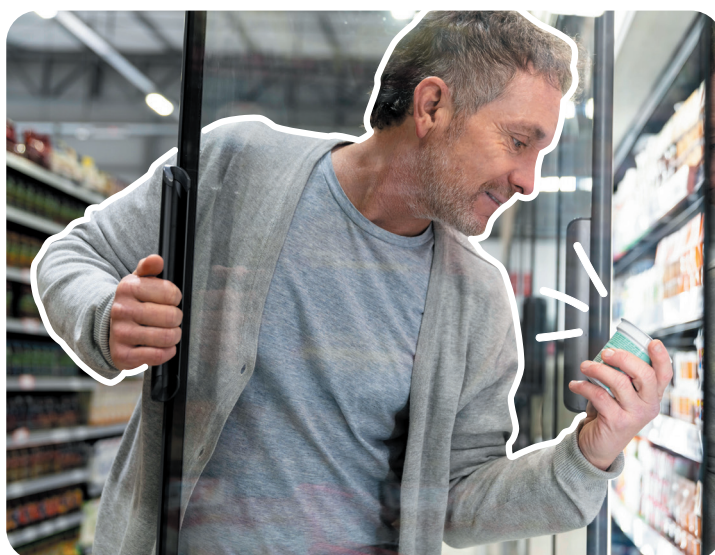
I. Les causes du gaspillage

Cause #1 : jouer la casse ou la rupture

Le premier enjeu d'un supermarché est **son offre** : il se doit d'offrir du choix à ses clients chaque jour de la semaine et à toute heure. Mais des rayons pleins à chaque instant, cela se paie par le **prix de la « casse »**, les pertes directes de produits invendus.

Jouer la casse, c'est ainsi garantir le plus grand choix dans les rayons et s'assurer la **satisfaction** de ses clients quitte à jeter en grande quantité. À l'inverse, jouer la rupture demande de commander de manière plus raisonnable, en risquant d'être en rupture de stocks sur certains produits et de se frotter à l'insatisfaction de ses clients. La première solution est potentiellement **plus rentable** mais génère plus de déchets d'invendus, alors que la deuxième engendre moins de gaspillage alimentaire mais peut provoquer une perte de clientèle conséquente.

En effet, il est impensable de devoir renoncer à des clients fidèles car leurs produits favoris ne sont plus disponibles en rayon et, qui plus est, par un choix délibéré du magasin. Si l'on chiffrait ces pertes, **être en rupture coûterait alors plus cher aux supermarchés que de jouer la casse**. C'est ainsi que, pour éviter de décevoir et perdre leurs clients, la grande distribution a ainsi fait de la sur-commande une norme dont chaque magasin doit assumer les conséquences.



Cause #2 : la charte fraîcheur et les dates de péremption

Les commerces alimentaires doivent faire face à de nombreux impératifs pour assurer la **satisfaction** et la **fidélité** de leurs clients. Mais cette course à la satisfaction menée par les enseignes se fait au prix du gaspillage alimentaire.

« C'est à la fraîcheur de ses fruits et légumes qu'on reconnaît un bon magasin »

Cette profession de foi issue de la grande distribution est devenue une **vérité absolue** et s'est imposée comme un standard et un gage de qualité des produits. Ainsi, en moyenne 10% des fruits et légumes partent à la poubelle car considérés comme **pas assez frais**. Loin de se restreindre aux fruits et légumes, cette pratique, guidée par la recherche de **satisfaction**, s'étend également à tous les rayons alimentaires.

La **charte fraîcheur** des supermarchés et des hypermarchés est un engagement du magasin à retirer les produits alimentaires des rayons quelques jours avant leur **date de péremption officielle**.

L'**objectif** de cette pratique, désormais généralisée à toute la grande distribution, est d'éviter que le client ne se retourne contre le magasin pour le temps trop court qu'il lui reste pour consommer son produit avant la **date de péremption**.

Entre la recherche d'une fraîcheur absolue et les **dates limites de consommation (DLC)** déjà courtes raccourcies par la charte fraîcheur, ce sont des tonnes de produits alimentaires jetées avant même d'être impropres à la **consommation** humaine.



Cause #3 : les innovations produits

Proposer des **nouveaux produits dans les rayons** permet aux supermarchés et commerces de proximité de **dynamiser leur offre** pour satisfaire toujours plus leurs clients. Mais anticiper la demande, et donc les ventes, est difficile à faire au moment de réaliser ses premières commandes. Les ventes sont **incertaines** et, au risque d'être en rupture si le produit fonctionne, les magasins choisissent souvent l'option de la sur-commande pour être certains de **satisfaire** tous leurs clients.

Toutefois, il arrive que les produits n'atteignent pas le **succès** espéré et que les ventes soient nettement moins nombreuses que prévu. Dans ce cas, le magasin dispose d'un stock trop important qui a de grands risques de terminer sa route dans les poubelles.

Cette situation est d'autant plus risquée pour les **produits frais** qui ont des dates de péremption plus **courtes** et qui disposent donc de moins de temps pour séduire les clients et se faire connaître.

Cause #4 : les aléas climatiques et logistiques

La météo n'impacte pas seulement les activités des particuliers, loin de là. Les commandes de produits répondent aussi aux besoins que va engendrer le **climat**. Ainsi, les commandes réalisées à l'avance en prévision d'un temps plus ou moins clément ne s'avèrent pas toujours appropriées.

Un été moins chaud que prévu se traduit pour les supermarchés et les commerces de proximité par moins de barbecues, et donc moins de ventes de grillades, de jus de fruits, etc. **Une météo capricieuse peut ainsi être responsable de tonnes de déchets** car les produits frais, comme la viande si l'on reprend notre exemple, se retrouvent en stock important mais disposent toujours d'une **DLC très courte**.



Outre les aléas climatiques, **les imprévus logistiques subsistent et causent eux aussi leur lot de déchets**. Une panne de réfrigérateur, par exemple, peut briser la chaîne du froid si elle n'est pas gérée tout de suite ou si les produits ne sont pas déplacés immédiatement.

À ce sujet, le déplacement des stocks peut également être une cause de **rupture de la chaîne du froid**, notamment si les produits sont laissés dans une allée ou oubliés en réserve. Un **surstock** dû à une erreur de commande ou de livraison peut être tout aussi fatal si le magasin n'est pas en capacité de placer les produits au frais.

Il est également courant que les **clients** soient à l'origine d'une chaîne du froid brisée quand ils déplacent les produits frais en les reposant dans d'autres rayons non réfrigérés.

Ces **causes** sont malheureusement imprévisibles et ne peuvent pas être contrôlées par les équipes des magasins, même avec la **meilleure volonté**.

Cause #5 : la saisonnalité des produits

Les saisons, les fêtes et les événements s'accompagnent de besoins particuliers et d'une évolution des modes de consommation à laquelle la grande distribution se doit de répondre pour s'assurer la **satisfaction de ses clients**.

Les chocolats de Pâques ou encore le saumon à Noël sont des produits qui, par leur nature, se consomment beaucoup pendant les fêtes mais dont **l'achat s'arrête presque immédiatement après celles-ci**. Mais il en va de même pour les produits dont le packaging est personnalisé pour correspondre à un événement, comme des sodas à l'effigie d'une équipe de football, par exemple.

Ces produits sont largement consommés mais pendant une **durée très courte**. Les stocks doivent être importants car les ventes dépassent considérablement la demande habituelle mais, pour autant, s'il est difficile de prévoir les **besoins réels**, les magasins savent aussi que ces produits seront très difficiles à vendre une fois l'événement passé.

Des stocks importants de produits frais qui restent donc sur les bras des hypermarchés, supermarchés et commerces de proximité et pour lesquels ils n'ont pas toujours la **solution**. C'est pourquoi, nous vous donnons **nos meilleures pistes pour venir à bout de vos invendus**.

II. Les solutions

Pour réduire voire anéantir le gaspillage alimentaire de votre magasin, nous vous proposons des actions simples à mettre en place et qui ne demandent pas beaucoup plus que le tri que vos équipes effectuent déjà quotidiennement.

Solution #1 : créer une zone fruits et légumes « anti-gaspi »

Commençons avec les fruits et légumes abîmés. Outre la perte de **fraîcheur naturelle**, ils peuvent aussi arriver amochés dès la livraison, subir des chocs lors de leur mise en rayon ou encore être surmanipulés par les clients. Toutes ces raisons qui alourdissent vos **poubelles** peuvent difficilement être évitées, mais ce n'est pas perdu !

En tant que supermarché, hypermarché ou même commerce de proximité, vous ne pouvez pas éviter la **perte de fraîcheur** et les chocs sur vos fruits et légumes, mais vous pouvez les valoriser !



Le conseil de l'expert Phenix



Hadrien LEVARD
Chargé de suivi GMS

Une fois le tri habituel effectué, **placez simplement les produits encore consommables dans une zone délimitée et affichez un prix réduit**. Vous pouvez proposer les fruits et légumes simplement en les rassemblant par catégorie ou en préparant des paniers : par exemple des paniers « salade de fruits », « légumes pour pot-au-feu », « légumes pour la soupe », etc.

Vos clients ont ainsi connaissance de la qualité des fruits et légumes qu'ils achètent et **ne peuvent contester leur fraîcheur**.

Au contraire, **ils seront heureux de constater votre initiative et de pouvoir bénéficier de produits à prix réduits**. Cela peut également permettre à des familles bénéficiant de faibles revenus de s'offrir plus de fruits et légumes que d'ordinaire.

Solution #2 : appliquer une remise sur les produits frais à la DLC proche

Établie pour assurer l'entière **satisfaction** des clients, la charte fraîcheur oblige la grande distribution à se plier au retrait des produits dont les **DLC** sont proches.

Toutefois, comme pour les fruits et légumes, les clients n'ont aucune raison de blâmer la fraîcheur s'ils sont informés du temps de consommation limité, d'autant plus en bénéficiant de **tarifs avantageux**.

Pour valoriser ces produits frais à la **DLC proche**, vous pouvez effectuer des remises sur le prix initial. Il s'agit d'apposer un sticker de couleur vive sur les produits, en affichant le pourcentage de promotion appliqué.



Le conseil de l'expert Phenix



**Ariane
TILY-DUCAMIN**
Responsable du
service Ventes
Dates Courtes

*Cependant, on ne vous conseille pas de pratiquer de démarche manuelle. Nous vous conseillons plutôt de **vous équiper d'une étiqueteuse vous permettant d'imprimer de nouvelles étiquettes avec un nouveau gencode et un nouveau prix**. Ainsi, aucune erreur de saisie n'est possible en caisse, vous pourrez également suivre les produits stickés et le chiffre d'affaires des dates courtes pour **analyser au mieux la performance de votre magasin**.*

*Chez Phenix, vous nous accompagnons pour optimiser vos ventes dates courtes. En effet, nous vous conseillons sur les **taux de remise à appliquer** et sur les **quantités de produits à sticker**. Nous agissons comme des coachs anti-gaspi en vous aidant à choisir le **meilleur canal de valorisation** entre le stickage, les paniers anti-gaspi et le don aux associations, dans le but d'**améliorer votre rentabilité**.*

*Outre le stickage, nous vous conseillons de **réunir vos produits aux DLC courtes dans un espace dédié**. Une zone anti-gaspi réfrigérée est encore la meilleure solution pour que vos clients repèrent rapidement les produits en réduction. Pratique de plus en plus courante, les consommateurs ont pris l'habitude de parcourir ce rayon ou ce bac. **Vos équipes n'ont ainsi rien de plus à faire que le tri habituel des DLC, à la différence qu'ils entreposent les produits frais dans la zone anti-gaspi et non plus à la poubelle**.*



Solution #3 : proposer des paniers anti-gaspi via l'application Phenix

Encore une pratique qui ne demande pas beaucoup plus de temps que les tâches habituelles : la **confection de paniers anti-gaspi**. Ces derniers peuvent rassembler les produits ne pouvant être donnés aux associations ainsi que les **invendus** de vos zones anti-gaspi qui sont encore consommables, à des prix très attractifs.

Les paniers anti-gaspi **peuvent être composés de divers produits** (fruits, légumes, produits frais ou non) dont la consommation doit se faire le jour même ou le lendemain de l'achat.

Ils sont mis **en ligne via une application mobile**. Les consommateurs payent alors leur panier directement sur l'application et viennent le récupérer en magasin aux horaires que vous avez définis.

Sur l'application Phenix, vous êtes libres d'appliquer les taux de remise souhaités. Ces paniers offrent généralement **une réduction de 50% à 70%** sur le prix total, un avantage considérable pour les clients.

C'est notamment pour cette raison que **81% des Français se déclarent intéressés pour venir récupérer les invendus des magasins alimentaires**.

De plus, le retrait des paniers permet de générer du trafic et un **nouveaux flux de clients** dans votre magasin et, par conséquent, des **achats complémentaires**.

En plus de **réduire les déchets**, proposer des paniers anti-gaspi est aussi un moyen de valoriser financièrement les produits frais qui sont une perte directe lorsqu'ils sont jetés.

Or, même vendus à prix réduit, ces produits en dates courtes sont une **source de revenus** permettant, au minimum, un impact neutre sur le chiffre d'affaires et, au mieux, des bénéfices non négligeables.

Si cette pratique est économique pour les foyers, elle montre aussi publiquement l'engagement du magasin à réduire ses déchets. C'est un exemple pour les consommateurs qui ont de **grandes attentes** de la part de la grande distribution et une invitation à s'engager eux aussi dans une **démarche anti-gaspillage alimentaire**.



Solution #4 : faire don de vos invendus à des associations locales

Pour les invendus et autres produits frais à la DLC courte, notre dernière solution vise à mettre en place une démarche de **don à des associations caritatives locales**. Vos équipes doivent rassembler les **fruits et légumes considérés comme moins frais** ainsi que les **produits frais dont la DLC est courte** voire dépassée, comme à leur habitude. Vous pouvez également donner les produits dont le packaging est abîmé dans la mesure où le produit lui-même n'est pas en contact avec l'air.

Grande différence par rapport à la **vente des produits à date courte** : vous pouvez donner des produits dont la **DDM** est dépassée de **moins de 3 mois**, notamment pour les produits secs et d'épicerie.

Le don aux associations est une pratique très réglementée et il peut être difficile pour vous et vos équipes de vous y retrouver. Chez Phenix, nous vous accompagnons pour la mise en place du don aux associations.

Nous formons les équipes terrain aux règles de don, nous organisons pour vous le **planning des passages associatifs** et nous nous assurons des **bonnes conditions** d'enlèvement des produits. Aussi, nous vous aidons à fournir les documents obligatoires pour la défiscalisation et nous sommes **l'interlocuteur unique** en cas d'aléas avec les associations.

— À ce stade, deux solutions s'offrent à vous, selon que les produits soient encore consommables par l'Homme ou non.

- Dans le premier cas, les produits seront rassemblés et distribués à des **associations caritatives**, des **épiceries sociales** ou des **banques de distribution alimentaire**.
- Dans le deuxième cas, si les produits ne sont plus consommables par l'Homme, les produits sont rassemblés par catégorie (viande, produits laitiers, pains, fruits et légumes...) et donnés à des **associations animales et fermes pédagogiques**.

À NOTER

Une démarche de **vente de dates courtes** dans une zone anti-gaspi dédiée et le **don aux associations** sont deux **démarches complémentaires**. En effet, les produits en date courte qui n'ont pas trouvé preneur peuvent être donnés à des associations caritatives **jusqu'au jour J de la date de péremption**, ou être vendus sur une **application anti-gaspi**.

Autre point, vous ne pouvez pas vendre des **produits dont la DDM est dépassée**, toutefois vous pouvez les donner à des associations. Il est alors intéressant pour vous de combiner la vente dates courtes et le don aux associations.

Grâce à notre gamme de solutions, nous vous accompagnons pour **définir les solutions de valorisation les plus adaptées à votre magasin**. En combinant plusieurs solutions anti-gaspi, nos magasins partenaires parviennent à **valoriser jusqu'à 85% de leur casse** et certains arrivent même au **Zéro Déchet Alimentaire**.

POUR RÉSUMER

- Solution #1 : Valoriser les **fruits et légumes abîmés**
- Solution #2 : Vendre à prix réduit les **produits frais en DLC courte**
- Solution #3 : Proposer des **paniers anti-gaspi**
- Solution #4 : Faire don des invendus à des **associations**

ZOOM SUR

Le magasin **E.Leclerc de Pontivy** qui devient l'un des premiers magasins **Zéro Déchet Alimentaire**

Accompagné par Phenix, le magasin a entrepris plusieurs démarches :

- **Le don aux associations** : le nombre d'associations réceptrices a été augmenté pour couvrir l'intégralité des jours d'ouverture du magasin. Ainsi, des associations viennent désormais récupérer les invendus **du lundi au samedi**. Le personnel du magasin a été formé aux règles de don.
- **Le don pour l'alimentation animale** : tout ce qui n'est plus consommable par l'Homme est donné à des **récepteurs animaliers**.

Ces deux démarches permettent aujourd'hui au E.Leclerc de Pontivy de réduire considérablement ses volumes de déchet. **Pari réussi pour le magasin puisqu'il est passé de 14 bacs de biodéchets à 1 bac seulement.**



*La démarche avec Phenix nous a permis non seulement de réduire notre gaspillage alimentaire mais aussi d'aller dans le sens de notre **démarche RSE**, avec tous les avantages que cela comprend notamment en termes d'**image** auprès de nos clients, en termes d'**opération fédératrice en interne** auprès de nos collaborateurs et en termes **financiers**.*



Sandrine FOURNIER
Adhërente du magasin

2 Commerçants de quartier

Boulangeries, boucheries, épiceries, traiteurs, restaurants... ne sont pas non plus épargnés par le gaspillage alimentaire.

Que les causes soient externes, notamment par un manque de fréquentation, ou internes à l'établissement, le gaspillage alimentaire gonfle les poubelles et donne lieu à des pertes sèches pour les commerçants de quartier. **Quelles sont les causes précises de ce gaspillage et surtout comment peuvent-ils y remédier ?**

I. Les causes du gaspillage

Cause #1 : périodes creuses et manque de clientèle

La fréquentation et les ventes sont des paramètres primordiaux dont dépend la survie des commerçants de quartier. Ces éléments leur permettent d'**anticiper les commandes** et de **prévoir leurs productions**. Toutefois, même avec les meilleurs outils prédictifs, ces paramètres fluctuent parfois sans raison particulière.

Une météo défavorable, les vacances scolaires, des travaux, un déstockage dans un magasin voisin, un article de blog élogieux... Et la fréquentation de la boutique ou du restaurant **peut passer du simple au double, et inversement**. Pas facile de pouvoir offrir du choix sur sa carte ou dans ses vitrines si l'on est victime d'une météo capricieuse qui donne envie aux clients de rester chez eux.

Ainsi, les ventes envisagées ne sont parfois pas atteintes et vous vous retrouvez avec des invendus **sur les bras** : produits frais et bruts (comme les viandes des bouchers, les fruits et légumes des primeurs et même les matières premières alimentaires des restaurants et traiteurs), produits transformés (les pains et viennoiseries des boulangers, les plats des traiteurs et des restaurants), etc.

Arrive la fermeture et ces invendus n'auront d'autre choix que d'être jetés à la poubelle car ils ne seront plus assez frais pour être à nouveau proposés à la vente le lendemain. Non seulement ces déchets se soustraient aux **bénéfices envisagés**, mais ils sont un fléau qui, en plus de gonfler les poubelles, cause une perte sèche aux commerçants de quartier qui les ont achetés.



Cause #2 : les surplus de commandes

Les grosses commandes et les stocks pleins ne sont pas un problème tant que les produits sont écoulés. Toutefois, les **surplus de commandes** sont une source de gaspillage alimentaire chez les commerçants de quartier.

L'origine des surplus de commandes peut être de l'ordre d'une **erreur** ou d'un **imprévu**. Dans le premier cas, la personne en charge s'est simplement trompée dans les **quantités** en passant commande auprès de son fournisseur. Il se peut également que le fournisseur lui-même ait commis une erreur en préparant la commande. L'erreur est humaine, rassurez-vous !

Dans le deuxième cas, un imprévu s'immisce dans votre organisation. Cet imprévu peut être une **annulation**, comme par exemple une grande tablée pour un restaurant (s'il est prévenu à l'avance, le restaurateur peut même annuler sa commande auprès de sa boulangerie par exemple, et le fardeau se déplace...).

L'aléa peut aussi être d'ordre routier, des travaux dans votre rue empêchant les clients de se garer, par exemple. Les causes sont trop nombreuses pour être toutes citées tant les imprévus peuvent être variés.

L'**essentiel** c'est que, erreur ou non, ces surplus de commande de produits frais se retrouvent dans les stocks des commerçants de quartier et finissent pour la plupart dans les **poubelles**, faute de pouvoir être vendus.



II. Les solutions

Pour donner une deuxième vie aux produits et ainsi réduire vos pertes, nous vous proposons quelques solutions faciles à mettre en place dans votre commerce.

Solution #1 : bien gérer ses stocks et ses achats de matières premières

Pour faire face aux invendus et limiter le **gaspillage alimentaire**, nous vous donnons quelques conseils pour gérer au mieux vos commandes ainsi que vos stocks.

Lorsque vous constatez vos déchets de la journée, posez-vous les questions suivantes : à quoi sont-ils dus ? Avez-vous trop fabriqué ? Avez-vous trop commandé ? Avez-vous du stock dormant ? Avez-vous eu de la perte à une étape plus qu'à une autre ? Ces questionnements pourront **orienter votre réflexion** notamment s'il s'agit d'achats trop importants ou d'une mauvaise gestion des stocks.

Ces « petits » détails d'organisation paraissent insignifiants et pourtant, le simple fait de placer les DLC dans le même sens sur vos étagères peut parfois tout changer. **En agissant sur les variables que vous pouvez maîtriser, vous limiterez le nombre de produits à jeter et augmenterez votre chiffre d'affaires.**



Le conseil de l'expert Phenix



Charlotte BESNARD
Manager Business
Developers App

Même si les prévisions sont rarement exactes, faites votre maximum pour coller à celles-ci, **sans sur-commander de matières premières**. Votre gestion quotidienne n'en sera que plus simple notamment dans la rotation des produits frais et le tri des DLC.

À ce propos, nombreux sont les produits qui passent directement des stocks aux poubelles car ils n'étaient pas visibles et ne sont plus consommables lorsqu'ils sont retrouvés sur le fond d'une étagère. **Veillez ainsi à optimiser votre gestion des stocks pour qu'elle soit la plus simple et claire possible pour vous et vos équipes.**

Solution #2 : cuisiner vos restes en plat du jour

Bouchers, épiciers, restaurateurs, traiteurs, vos restes ont encore de la valeur ! Si malgré la meilleure gestion des commandes et des stocks, vous déplorez toujours de grosses pertes, **pourquoi ne pas les transformer ?**

Si cette solution semble s'adresser uniquement aux restaurants et aux traiteurs de par leur structure et la nature de leur activité, elle ne leur est pourtant pas réservée.

En effet, il est simple pour les restaurants d'établir leur **plat du jour** en fonction des produits à consommer rapidement. Mais la transformation des produits frais en plat peut tout autant être mise en place dans d'autres établissements.

Prenons l'exemple d'une épicerie bio. Cette dernière peut préparer des **smoothies** ou des jus à base des fruits et légumes en fin de vie pour les proposer à la vente à ses clients.

Dans un autre registre, un boucher peut cuisiner les viandes dont la **DLC** est proche et vendre ses plats à ses clients (par exemple une portion de **pot-au-feu** pour 2 personnes dans une boîte à emporter).

La cuisine ou la transformation dite « **zéro déchet** » peut vous permettre de proposer de la variété à vos clients tout en limitant vos déchets.

Gardons l'exemple du boucher, il pourrait également toucher d'autres clients qui aiment moins cuisiner et pour qui les **plats préparés**, qui plus est de qualité, sont une aubaine !

Ainsi, le **gaspillage alimentaire est évité**, vous transformez des produits en fin de vie pour leur redonner de la valeur et vous générez du **chiffre d'affaires additionnel**, voire potentiellement un nouveau flux de clients.



Solution #3 : proposer des paniers anti-gaspi

Dernière solution et non des moindres : vendre des **paniers anti-gaspi** via une application. Cette solution est évidemment cumulable avec les deux précédentes. Elle peut concerner vos **produits bruts** ou vos **plats cuisinés**.

L'objectif ici est de proposer à **prix réduit** sur l'application anti-gaspi des **paniers surprises qui rassembleront vos invendus de la journée**. Achetés et payés en ligne par les utilisateurs, ces paniers seront récupérés dans la tranche horaire que vous aurez fixée (souvent la dernière heure avant la fermeture).

Les clients pourront alors découvrir le contenu de leur panier après l'avoir récupéré chez vous et consommer les produits le jour suivant ou plus tard s'ils peuvent les congeler.



Le conseil de l'expert Phenix



Charlotte BESNARD
Manager Business
Developers App

*Les paniers anti-gaspi sont très attrayants pour les consommateurs qui peuvent bénéficier de **produits de qualité à moindre prix**. Commerçants de quartier, cette option vous offre des avantages à plusieurs niveaux.*

*Évidemment, le premier pari gagné est la **réduction de vos déchets**, mais pas seulement, puisque ces paniers vous permettent également de **générer des ventes supplémentaires**. Non seulement vous évitez la perte sèche, mais la vente, même à prix réduit, vous apporte un **chiffre d'affaires non négligeable**.*

*De plus, grâce à l'application Phenix, vous rendez visible votre magasin auprès d'une **communauté de plus de 2,5 millions d'utilisateurs**. Certains utilisateurs vous découvrent par votre démarche anti-gaspi et deviennent même clients de votre établissement par la suite.*



POUR RÉSUMER

- Solution #1 : Bien gérer ses **stocks** et ses **achats de matières premières**
- Solution #2 : Cuisiner vos restes en **plat du jour**
- Solution #3 : Proposer des **paniers anti-gaspi**

Entre la gestion des stocks, les commandes à passer et la production à prévoir, l'activité des commerçants de quartier n'est pas simple, d'autant plus que leurs ventes dépendent de la **fréquentation**, un paramètre **imprévisible**. Tous ces aléas rendent complexe la réduction des invendus.

C'était sans compter sur ces solutions ! Celles-ci vous permettent non seulement de ne pas être victimes de **pertes sèches** en jetant vos produits à la **poubelle**, mais également de générer des revenus additionnels. Sans oublier l'avantage considérable de la **visibilité offerte** par la vente de paniers anti-gaspi.



ZOOM SUR

L'Épicerie des Environs 0 kg de déchets et plus de clients

Grâce à un accompagnement dédié avec Phenix, l'épicerie a mis en place la vente de paniers anti-gaspi. Les résultats après 6 mois sont très encourageants :

- **0 kg** de déchets alimentaires
- **0 perte de chiffre d'affaires**
- **30 paniers** sauvés chaque mois
- Des **revenus additionnels**
- Une **nouvelle clientèle**

On peut dire que la vente de paniers surprises anti-gaspi est une réussite pour l'Épicerie des Environs qui répond à ses objectifs zéro déchet et lui permet de bénéficier d'une **nouvelle visibilité** et d'un **chiffre d'affaires additionnel** grâce à la valorisation de ses invendus.



3 Industriels de l'agroalimentaire

Maillon à part entière de la chaîne de production, les industriels ont, eux aussi, des pertes à déplorer.

En effet, **21% du gaspillage alimentaire** en France seraient générés à l'étape de la transformation chez les industriels, soit 210 000 tonnes par an. Très propres à la transformation industrielle, les causes de ces pertes répondent notamment à un **manque d'optimisation des processus** et aux différentes activités des acteurs.

Par ailleurs, depuis l'application en février 2016 de la loi n° 2016-138, aussi appelée la **loi Garot**, les industriels ont l'**interdiction de rendre impropres à la consommation** des invendus qui seraient encore consommables. Les acteurs qui enregistrent un chiffre d'affaires annuel supérieur à 50 millions d'euros sont également tenus de proposer une convention aux **associations habilitées d'aide alimentaire** pour le don de leurs invendus encore consommables.

I. Les causes du gaspillage

Cause #1 : des processus non optimisés

Si la plupart des industriels ont de nombreuses années d'expérience dans le domaine de la **transformation** de produits, cela ne veut pas dire pour autant que leurs **processus** sont les mieux optimisés. Il s'avère en effet que nombreux sont les processus, ancrés depuis plusieurs années, qui sont à l'origine de plusieurs dizaines voire centaines de tonnes de déchets par an sur les lignes de fabrication.

Des processus bien connus des équipes, auxquels les nouveaux membres sont formés, sans toutefois être remis en question régulièrement. Il est bien normal de perpétuer des processus que l'on pense efficaces, d'autant plus si l'on n'en connaît pas de meilleurs !

Si les **processus non optimisés** causent de lourdes pertes de matières premières et produits transformés, ils sont également responsables de pertes sur les autres pôles qu'englobe la transformation, à savoir : la main d'œuvre, l'énergie des machines et des locaux (électricité, gaz, eau), les emballages et la gestion des déchets. Ainsi, non seulement ces pertes engendrent des **coûts directement liés aux produits**, mais également des **coûts indirects liés à la transformation**.



Cause #2 : de mauvaises manipulations ou habitudes des opérateurs

L'Ademe révèle dans un rapport de 2019 que de nombreuses équipes industrielles manquent de cadres et de standards sur lesquels elles peuvent baser leur travail quotidien.

Ce phénomène est notamment remarqué aux niveaux des manipulations et de l'utilisation des machines et outils pour lesquelles les employés n'ont pas toujours reçu la **formation adéquate**. Formés par leurs pairs, les nouveaux collaborateurs perpétuent les **mauvaises habitudes** que leur ont appris leurs prédécesseurs.

Ces mauvaises habitudes et ce manque d'information sont la source de pertes importantes, particulièrement dans les **étapes de tri**, où de nombreux produits sont jetés dans le doute de ne pas répondre aux normes, sans pour autant que celles-ci soient clairement établies.

Il en va de même pour la **manipulation des produits et matières premières** qui engendre également son lot de pertes car les standards sont peu précis, voire pas définis.



Cause #3 : l'enchaînement des différents produits

sur les lignes de production

Nombreux sont les industriels qui transforment plusieurs matières premières sur leurs lignes de production. Or, cette **diversification**, aussi bénéfique soit-elle pour l'industriel, implique des processus différents et plus complexes.

En effet, l'enchaînement de produits impose le **nettoyage des lignes de fabrication entre les matières premières ou produits traités**. Cette manœuvre coûte du temps, de l'énergie et des produits, d'autant plus que cela induit davantage de débuts et de fins de production, des étapes clés qui causent un important **gaspillage de produits**.

Évidemment, plus les industriels ont une offre large, plus les pertes engendrées sont importantes par leur diversification et la manière dont ils doivent jongler avec leurs lignes de production.

Le nombre de clients et de commandes joue également sur cet enchaînement de transformation et impose aussi un rythme pour lequel les industriels n'ont pas toujours les **meilleures pratiques** mais auquel ils doivent répondre pour conserver leurs clients.

Cause #4 : la règle des 1/3 - 2/3

Si la grande distribution impose des **lois strictes**, ces dernières ne s'appliquent pas uniquement aux distributeurs mais remontent bel et bien la chaîne. En effet, une des lois qui impactent très largement les industriels est la **règle des 1/3 - 2/3**.

Cette « instruction » devenue une norme veut que **les distributeurs disposent au minimum des 2/3 de la durée de vie d'un produit pour le commercialiser**. Ainsi, pour un produit dont la DLC serait fixée à 30 jours après sa production, ce dernier devrait être mis en rayon entre son 1^{er} et son 10^{ème} jour de vie, ne laissant à l'industriel que 10 jours pour le stocker et le livrer.

La règle des 1/3 - 2/3 a été créée pour une raison simple : **offrir aux hypermarchés et supermarchés le temps de vente le plus long possible**. En effet, plus les DLC sont lointaines, plus les produits ont de chances d'être vendus. Une **raison justifiée** qui pousse les distributeurs à ne laisser aucune marge d'erreur aux industriels qui devront garder – et jeter – leurs marchandises qui ne répondent pas à cette règle.



Cause #5 : les productions éphémères, erreurs d'étiquetage et aléas logistiques

Fêtes de fin d'année, événements sportifs, Halloween et autres fêtes saisonnières entraînent leur **lot de productions éphémères** : des produits spécialement personnalisés pour la période, notamment par leur packaging décoré. Fabriqués en grandes quantités pour répondre à une **demande aussi soudaine qu'aléatoire**, ces produits sont souvent invendables une fois l'événement ou la fête passés. C'est le cas, par exemple, des calendriers de l'Avent, ou encore des sodas personnalisés à l'effigie de sportifs.

Dans la continuité des produits jetés à cause de leur packaging, nous retrouvons également toutes les **erreurs d'étiquetage**. Une faute de frappe, une erreur dans l'ordre des ingrédients ou même un chiffre erroné dans le tableau des valeurs nutritionnelles et un produit peut se retrouver interdit à la vente. Destinées à protéger le consommateur, **les lois qui encadrent l'étiquetage des produits sont aussi strictes que sources de gaspillage**. Ne concernant que l'emballage et non la qualité intrinsèque, le produit saisonnier ou dont l'étiquette présente une erreur sera écarté des circuits de vente.

Enfin, n'oublions pas les **aléas logistiques**. Qu'ils se produisent avant (chutes ou oublis de palettes), pendant (accidents, trafic routier, phénomènes météorologiques) ou après le transport (chocs lors du déchargement, erreurs de livraison), ces aléas, aussi imprévisibles qu'inévitables, provoquent la destruction de nombreux produits pourtant intacts.

Cause #6 : demande anticipée vs. demande réelle

De plus, les industriels ne produisent pas en fonction de la demande, mais de **prévisions** plus ou moins aléatoires ou, au mieux, établies selon les ventes des années précédentes.

De la même manière que les supermarchés, qui préfèrent jouer la casse pour ne pas risquer la rupture de stock, les industriels produisent en amont des commandes pour être certains de pouvoir **répondre rapidement aux besoins** des clients. Les dynamiques ici se rejoignent : on préfère disposer de trop de stock que de risquer de provoquer l'insatisfaction de ses clients.

Même si de nombreux logiciels prédisent la fluctuation de la demande avec plus ou moins d'exactitude, **les prévisions ne sont jamais exactes à 100%**. Ce décalage entre les quantités produites selon les prévisions et la demande réelle représente des pertes sèches de produits et de tous les moyens impliqués dans leur **processus de fabrication ou de transformation**.

Aussi « minimales » soient ces pertes comparées aux quantités effectivement commandées, elles participent à diminuer les résultats de l'entreprise et à augmenter la part de gaspillage.

II. Les solutions

Pour répondre à ces problèmes organisationnels et valoriser les pertes, nous vous proposons quatre pistes adaptées aux contraintes industrielles afin de réduire le gaspillage généré et d'améliorer votre productivité.

Solution #1 : l'optimisation de l'ordonnancement

Première piste pour limiter les **pertes** : l'optimisation de l'enchaînement sur les lignes de production. Comme nous l'avons vu, **le traitement de différents produits sur les mêmes lignes de fabrication entraîne des pertes** liées à un nombre plus conséquent de nettoyages et de débuts et fins de production. Pour remédier à cela, deux solutions s'offrent à vous.

1. Augmenter la taille des lots et changer l'ordre des produits

Augmenter la taille des lots permet de **créer des économies d'échelle** et de **limiter le nombre de nettoyages**. Il s'agira de regrouper les différentes commandes clients pour créer des lots de produits à transformer plus importants.

Dans le même temps, dès que c'est possible, il est intéressant de **changer l'ordre des produits pour qu'il soit plus cohérent** et vous permette également de limiter le nombre de nettoyages en traitant d'affilée des produits similaires.

Ces deux méthodes permettent à la fois de **réduire les pertes** mais également de **gagner en productivité et en cadence** tout en diminuant les arrêts de production.

2. Proposer moins de produits pour rationaliser la production

Pour les industriels proposant un catalogue produits très vaste, l'objectif sera de **diminuer le nombre de références pour se concentrer sur la production des meilleures ventes**. Cette réduction des produits vous permet de produire en plus grande quantité et pour plusieurs clients à la fois.

Par défaut, la taille des lots sera **plus grande** et l'ordre des produits pourra plus facilement être **optimisé**. Les pertes sont diminuées et, tout comme la première option, vous gagnerez en productivité et en main d'œuvre.

Solution #2 : la sensibilisation et la formation du personnel

Comme nous l'avons vu, des pertes sont causées par de **mauvaises pratiques et habitudes perpétuées par les équipes sur les lignes de fabrication**. Non qu'il s'agisse d'agissements volontaires, le rapport de l'Ademe constate plutôt un **manque de formation du personnel**.



Ici, le bénéfice est double : d'une part la formation permet une **montée en compétences** des équipiers et une **meilleure productivité**, de l'autre une réduction des pertes par la sensibilisation au gaspillage.

Une culture d'entreprise axée sur la réduction des pertes permet de **rassembler les équipes autour d'objectifs communs** et de montrer une certaine exemplarité à laquelle les collaborateurs seront fiers de pouvoir participer. Une **valeur aussi sociale qu'économique** pour les industriels qui ont tout à gagner d'une productivité optimisée.

Solution #3 : la recherche de nouvelles voies

de valorisation des pertes et du gaspillage alimentaire

Si certaines pertes peuvent être évitées avec les premières pistes que nous vous avons apportées jusqu'ici, d'autres sont **inévitables** car elles ne dépendent pas de la volonté de l'industriel mais plutôt d'aléas. Dans ce cas, on cherchera plutôt à **valoriser ces pertes**.

Les industriels ont peu, voire pas, connaissance des **voies de valorisation des pertes pour limiter le gaspillage alimentaire**. Elles sont très peu utilisées et peuvent pourtant vous permettre de limiter vos déchets tout en valorisant vos pertes pour limiter leur **impact** sur votre rentabilité.

Il existe trois types de valorisation :



L'alimentation humaine



L'alimentation animale



La valorisation énergétique

1. L'alimentation humaine

Offrir une deuxième vie à un produit peut prendre diverses formes. Pour les **produits encore consommables qui le permettent**, la valorisation pourra se faire à destination de l'alimentation humaine.

Pour certaines catégories de produits, il vous sera possible de **donner vos invendus à des associations caritatives locales**. Éloignés des poubelles, vos produits trouvent une deuxième vie auprès des plus démunis.

En collaborant avec des associations de votre région, **vous participez à l'aide alimentaire à laquelle plusieurs millions de familles ont recours chaque année**, vous diminuez vos déchets et donnez une valeur économique à vos pertes inévitables grâce à la **défiscalisation**.

Chez Phenix, nous vous aidons à organiser le don aux associations. Nous organisons la **collecte** en identifiant les **associations** et nous gérons pour vous le **suivi administratif**.



Le conseil de l'expert Phenix



Anaïs DEMONT
Chargée de suivi
Industriels PGC

*Vous pouvez aussi faire le choix de **vendre vos invendus à prix réduit** . Oui, vous avez bien lu ! Vos produits déclassés, hors calibres, en dates courtes, au packaging abîmé... **ont encore de la valeur** .*

*En effet, il vous est possible de vendre à prix réduit les produits que vous ne pouvez livrer à vos clients, **dans la mesure où ils sont encore consommables par l'Homme** (non déballés et non périmés). Pour cela, il vous suffit de mettre en vente vos produits via l' **application anti-gaspi Phenix** afin que ces produits trouvent leurs acheteurs.*

*Vos pertes prennent ainsi toute leur valeur en gagnant une deuxième vie dans un foyer et en vous permettant de dégager un **revenu additionnel** sur des produits initialement non vendables.*

2. L'alimentation animale

Les **produits impropres à la consommation humaine**, trop abîmés, pour lesquels la chaîne du froid a été brisée, dont la DLC est dépassée... pourront être orientés, cette fois, vers **l'alimentation animale**. Les sous-produits, comme les épluchures de légumes ou encore les balles de céréales, sont également concernés.

Ce deuxième type de valorisation vise à transformer vos pertes en alimentation principalement à destination des **élevages bovins, équins, porcins ou ovins**. Cette valorisation est possible grâce à des récepteurs associatifs, par exemple, ou des partenariats avec des entreprises de transformation de produits pour les animaux (ou en créant une nouvelle activité à votre entreprise, ce qui nécessite un investissement supplémentaire).

Donnés ou revendus, vos produits et sous-produits obtiennent donc une deuxième vie dans le circuit animalier, ce qui **diminue vos dépenses en traitement des déchets** et vous apporte des bénéfices à long terme grâce à une **collaboration durable avec vos partenaires**.



3. La valorisation énergétique

Pour tous les autres produits et sous-produits, sauf exception, la **valorisation énergétique** sera envisageable. Cette dernière solution de valorisation consiste à orienter le reste de vos pertes vers des usines qui utilisent le traitement des déchets pour **créer de l'énergie, comme de la chaleur, du carburant ou encore de l'électricité**.

Les produits destinés à être jetés sont ainsi valorisés par le traitement thermique ou la récupération des biogaz, c'est le cas des **usines de méthanisation** par exemple. Ce dernier moyen de valoriser vos pertes donne une valeur économique à vos déchets et participe à la création d'**énergies renouvelables**. Un impact aussi bénéfique pour votre bilan comptable que pour votre bilan carbone.

Solution #4 : l'amélioration du suivi

De nombreux industriels ont déjà mis en place des **indicateurs de suivi**, mais n'ont pas toujours les clés pour effectuer un suivi qui puisse réellement leur servir au quotidien.

La mise en place de processus de suivi est une **action efficace** pour la gestion quotidienne de votre production.

En rassemblant les indicateurs dans des **outils de pilotage** ou des **tableaux de bord**, il est plus simple et moins chronophage de rendre compte des améliorations de vos processus et permet d'impliquer vos équipes.

Cette solution n'impacte pas directement les pertes de production, toutefois elle permet de suivre les évolutions suite à la mise en place des précédentes actions par exemple. Le suivi permettra d'**améliorer vos performances** mais également d'**identifier les étapes sources de gaspillage**.

Vos indicateurs sont évidemment définis selon vos activités et peuvent prendre en compte l'ensemble de votre **chaîne de transformation**, depuis l'arrivée des matières premières, jusqu'au départ de vos palettes de produits finis, en intégrant également la valorisation de vos produits.

POUR RÉSUMER

- Solution #1 : L'**optimisation de l'ordonnancement**
- Solution #2 : La **sensibilisation** et la **formation** du personnel
- Solution #3 : La recherche de **nouvelles voies de valorisation** des pertes
- Solution #4 : L'**amélioration du suivi**

Si les industriels sont aussi victimes de ce **gaspillage alimentaire**, des solutions sont envisageables pour réduire les pertes. De l'optimisation organisationnelle à la **valorisation des produits non conformes** et sous-produits, nos solutions visent toutes à réduire le gaspillage en prenant en compte les contraintes de l'industrie, sans oublier la dimension économique.

Plus ou moins complexes à mettre en place, ces solutions connaissent d'excellents résultats chez les industriels qui se lancent dans ces démarches avec **à la clé de meilleurs rendements de production**, une **culture d'entreprise qui rassemble** et de nouveaux **bénéfices** apportés par la vente et les partenariats liés à la valorisation des pertes.

ZOOM SUR

Michel et Augustin Objectif réduction des pertes

Producteur de biscuits et desserts, l'industriel français **Michel et Augustin** a mis en place, en partenariat avec Phenix, des initiatives visant à réduire ses pertes :

- **Don des invendus** à des associations locales
- **Vente à prix réduit des produits en dates courtes** sur l'application Phenix



Pour des raisons sanitaires strictement encadrées par la loi française, **le don de certaines catégories de produits est déconseillé**. Par ailleurs, l'incapacité des associations à stocker ou à collecter les petites quantités les oblige parfois à refuser le don.

C'est notamment pour ces raisons que l'entreprise Michel et Augustin donne une majorité de ses invendus mais **peine parfois à écouler les petites quantités**, qui trouvent une deuxième vie par la **vente en dates courtes sur l'application Phenix**.

En valorisant plusieurs palettes d'invendus et de produits non conformes, Michel et Augustin réussit à réduire considérablement ses pertes et même à **générer des revenus additionnels** grâce à la vente via l'application Phenix.

4 Grossistes

Les grossistes, comme les autres acteurs de la chaîne, déplorent des pertes de produits importantes.

Un gaspillage qui n'est pas sans conséquences avec un impact double sur les dépenses : une perte nette des produits achetés et une taxe de destruction significative. Quelles sont les sources de ce **gaspillage alimentaire** et surtout quelles **solutions** s'offrent à vous pour le réduire ?

— **Le saviez-vous ?** Depuis février 2020, la loi n° 2020-105 relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire et à l'économie circulaire, dite **loi AGECE**, étend aux grossistes l'obligation de nouer un partenariat avec des **associations d'aide alimentaire**. Elle concerne toutes les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est supérieur à 50 millions d'euros.

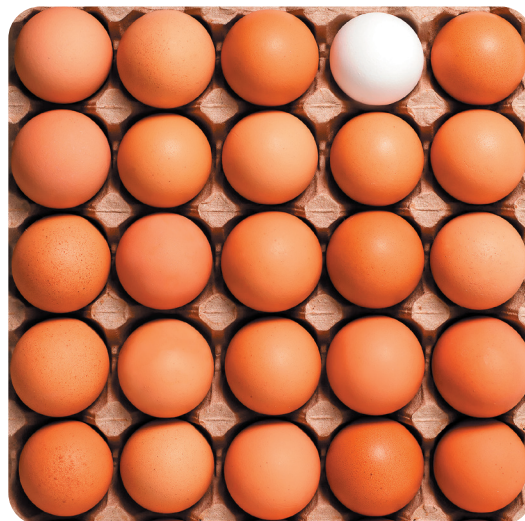
I. Les causes du gaspillage

Cause #1 : des cahiers des charges clients exigeants

L'**exigence des cahiers des charges** est l'une des principales sources de pertes alimentaires. En effet, de nombreux produits proposés par les commerçants de gros sont régulièrement **refusés par les clients** car considérés comme **non conformes** à leurs cahiers des charges, et donc à la vente.

Jugés selon des critères purement **esthétiques**, ces produits sont principalement des fruits et légumes ou encore des œufs, dont la forme n'est pas commune ou qui ne répondent pas au bon calibre car trop gros ou trop petits. Évidemment, la forme ou le calibre n'influencent pas les **qualités gustatives et nutritives** des produits, mais ces caractéristiques pourtant essentielles ne sont pas prises en compte.

Ce sont donc des aliments propres à la consommation qui sont jetés, causant des **pertes importantes** uniquement justifiées par des critères de beauté tout à fait subjectifs.



Cause #2 : la détérioration des produits

Même si leur mission relève majoritairement de la logistique, les grossistes aussi connaissent des **détériorations de leurs produits**. Arrivés chez les commerçants de gros, les produits ont souvent déjà parcouru de nombreux kilomètres depuis leur lieu de fabrication ou de récolte. Les fruits et légumes sont souvent les premiers touchés par la détérioration (perte de fraîcheur).

Mais selon les cahiers des charges de leurs clients, les produits doivent arriver les plus frais possible, ils seront donc **invendables** pour les grossistes.

Des **accidents** sont également vite arrivés : par exemple, la manipulation des palettes ou des cartons qui peut causer des chocs sur les produits, ou encore la chaîne du froid brisée pour des produits frais... Pour tous ces cas de détérioration, les produits seront refusés par les clients des grossistes et condamnés à **être jetés** faute de pouvoir être vendus.



Cause #3 : les risques inhérents au métier

Enfin, il existe certaines sources de **gaspillage** sur lesquelles les grossistes ne peuvent agir, même avec la meilleure volonté. Ces risques inhérents au métier concernent notamment la **partie logistique**.

Un camion bloqué pour des raisons météorologiques ou de trafic peut arriver sur le lieu de livraison avec un ou plusieurs jours de retard, provoquant le refus de la commande pour des **raisons de fraîcheur** ou de **DLC trop courtes**.

Un oubli de palette sur le quai de chargement est un autre exemple des nombreux aléas du métier **sources de gaspillage**. Le temps que le client déclare la non-réception de sa palette, il sera trop tard pour remettre en vente ces produits oubliés et/ou programmer une nouvelle livraison.

Dans ces deux cas, on constate que les produits ne sont pas **détériorés**, on peut même dire qu'ils n'ont pas été dépalettisés. Des produits qui ont été fabriqués, transportés – parfois même jusqu'à leur lieu de vente – et qui n'auront d'autre futur que celui de la poubelle.

II. Les solutions

Si des actions ont déjà été entreprises par certains grossistes, particulièrement pour sensibiliser leurs clients à commander dans une juste mesure, **les efforts s'avèrent encore insuffisants pour mettre fin au gaspillage alimentaire.**

C'est la raison pour laquelle nous souhaitons vous proposer de nouvelles pistes de réflexion pour réduire vos pertes tout en diminuant vos dépenses, voire en augmentant vos bénéfices.

Solution #1 : la transformation des produits

Notre première proposition d'**action** est la **valorisation des invendus** par la transformation. Particulièrement applicable aux fruits et légumes, la transformation consiste à **créer de nouveaux produits à partir de vos invendus** : produits manquant de fraîcheur, qui ne répondent pas aux exigences des cahiers des charges ou dont les **DLC sont courtes**.

Fruits et légumes pourront ainsi être transformés en compotes, soupes, purées, jus, smoothies, etc. Reconditionnés selon les **règles d'hygiène et de sécurité**, ces produits valorisés pourront à nouveau être vendus.

L'avantage de la transformation est qu'elle **évite** non seulement des **pertes de produits** propres à la consommation, mais vous apporte également des **bénéfices** suite à la vente de vos nouveaux produits transformés.

Toutefois, la transformation n'est pas à la portée de tous les grossistes. Beaucoup n'interviennent qu'en qualité de logisticiens et n'ont pas la capacité technique ni financière de créer un pôle de transformation.

Ne vous en faites pas, **nos autres solutions** seront sûrement plus adaptées à votre activité.

Solution #2 : le don à des associations locales

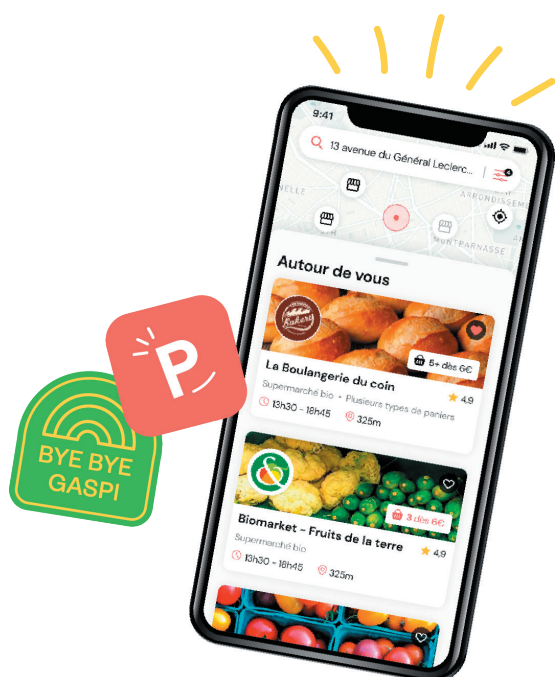
Pour **réduire vos pertes** tout en leur offrant une deuxième vie, le **don à des associations** est une solution à la fois écologique et solidaire. Chez Phenix, nous vous proposons d'organiser pour vous le don aux associations. Nous organisons la **collecte** avec les associations identifiées et nous nous occupons de toute la **gestion administrative**, pour faciliter votre démarche et vous faire gagner du temps.

En donnant à une ou plusieurs **associations locales**, vous permettez de nourrir les plus démunis tout en réduisant considérablement vos pertes de produits encore consommables. Pour ces associations centrées sur l'**alimentation humaine**, vos produits devront évidemment être propres à la consommation pour l'Homme (DLC non dépassées et produits non déballés). Pour d'autres types de produits, vos dons pourront s'orienter vers des **associations animales**, telles que des réserves ou des fermes pédagogiques.

Vos pertes trouvent une **deuxième vie** en faveur des plus défavorisés au lieu de terminer leur course dans les poubelles. Le don n'est pas seulement une manière de réduire le gaspillage alimentaire, il vous permet également de diminuer vos charges puisque la valeur des produits donnés est défiscalisable. Une manière de récompenser les acteurs qui agissent concrètement pour réduire leur **gaspillage alimentaire**.

Solution #3 : proposer des paniers sur une application anti-gaspi

Enfin, notre dernière solution pour aider les grossistes à **réduire leurs pertes**, consiste en la vente aux particuliers via l'application anti-gaspi.



L'**application anti-gaspi Phenix** est une réelle opportunité pour les commerçants de gros à bien des niveaux. Avant tout, elle valorise des produits destinés à finir à la benne en leur offrant une deuxième vie.

De plus, cette **solution** vous permet de dégager des bénéfices de vos invendus, ce qui réduit le montant de votre taxe de destruction et vous rapporte une part de **chiffre d'affaires supplémentaire**.

Phenix vous propose également des **outils de suivi** pour mettre des **chiffres concrets** sur la valorisation de vos produits.

Enfin, l'utilisation d'une application anti-gaspi **met en lumière votre engagement responsable** pour réduire le gaspillage alimentaire et donne une nouvelle image de votre marque auprès de vos clients, qu'ils soient des professionnels ou des consommateurs.



Le conseil de l'expert Phenix



Guillaume HENRI
Responsable Grands
Comptes Industriels
PGC et Grossistes

Grâce à l'application Phenix, vous pouvez simplement mettre vos stocks d'invendus **à la vente** afin qu'ils soient achetés par des consommateurs.

Cette option est particulièrement efficace pour arriver à bout des stocks de **produits en dates courtes**. Proposés sous forme de paniers surprises anti-gaspi sur l'application Phenix, vos produits sont vendus à des **prix avantageux pour les clients**, qui ne découvrent le contenu des paniers qu'après les avoir récupérés.

POUR RÉSUMER

- Solution #1 : La **transformation des produits**
- Solution #2 : Le **don à des associations** locales
- Solution #3 : Proposer des **paniers anti-gaspi**

Que les **pertes** soient causées par l'exigence des clients ou les aléas du métier, les grossistes ne sont pas moins concernés par le **gaspillage alimentaire**. Mais grâce à des solutions simples, comme celles que nous vous proposons, il est possible de réduire considérablement vos pertes et même plus.

En effet, les circuits de ventes alternatifs que sont les magasins **anti-gaspi** ou encore l'application Phenix, vous permettent de réaliser des **bénéfices** sur ces produits que la grande distribution a écarté de ses circuits.

Commerçants de gros, vos premières initiatives ont montré votre volonté de réduire le **gaspillage alimentaire**, vous avez désormais toutes les clés pour agir et impacter positivement l'environnement et votre chiffre d'affaires.



Les actions de Pomona pour la réduction des pertes

Avec l'accompagnement de Phenix, le grossiste alimentaire Pomona a mis en place une stratégie globale pour augmenter le cycle de vie de ses produits :

- **Don des invendus à des associations** d'aide alimentaire
- **Vente à prix réduit** des produits en dates courtes sur l'application Phenix
- **Vente aux épiceries NOUS Anti-Gaspi**

En donnant plusieurs palettes d'invendus aux **associations** et en réalisant des ventes complémentaires grâce à l'**application Phenix** et au réseau de magasins **NOUS Épiceries Anti-Gaspi**, Pomona parvient à réduire ses pertes et à valoriser économiquement ses invendus et produits déclassés.

Grâce à un partenariat national signé avec les **Banques Alimentaires** présentes partout en France, Pomona obtient une filière d'écoulement qui évite aux produits encore consommables d'être jetés. Cette démarche permet de sauver chaque année plus de **800 tonnes d'aliments**, l'équivalent de **plus de 1,7 million de repas distribués** grâce aux dons.



*Nous avons un stock très important de **viande, charcuterie et produits laitiers** qui n'avait plus d'écoulement. Il était pour nous inconcevable de voir ces produits arriver en fin de vie (DLC) et de devoir les jeter.*

*Avec Phenix, nous avons pu faire profiter de ce stock à une **clientèle de particuliers et de restaurateurs**. Ce sont **plus de 2 000 colis anti-gaspi** qui ont été constitués. Nous n'avons quasiment rien jeté.*

Régis DUBOST
Directeur Commercial Pomona Passion Froid Rhône-Alpes

Conclusion

Le gaspillage alimentaire est un fardeau, tant pour son impact négatif sur l'environnement que pour les charges qu'il fait peser sur chaque acteur de la chaîne alimentaire. **Mais des solutions simples et facilement actionnables existent aujourd'hui.**

Si une part des pertes de produits alimentaires est issue d'**aléas** et de **risques imprévisibles liés aux différents métiers**, la majorité du gaspillage est causée par des **exigences strictes et subjectives** pour offrir le plus grand choix et les plus « beaux » produits aux consommateurs.

Cette course à la **satisfaction** engendre des tonnes de déchets chez les hypermarchés et supermarchés, mais pas seulement.

Si ces invendus sont un **manque à gagner important** en termes de chiffre d'affaires, ils impliquent aussi des **charges de traitement des déchets** plus lourdes. Une double peine pour tous les maillons qui se retrouvent victimes de leurs stocks.

Au-delà des chiffres, le gaspillage donne également une **mauvaise image** des magasins et des marques qui jettent chaque année plusieurs milliers de tonnes de produits alimentaires encore comestibles.

Eneffet, **les Français se sentent de plus en plus concernés par le gaspillage alimentaire**, ils cherchent à redonner du sens à leurs achats et sont en attente d'exemplarité de la part des acteurs professionnels.

En effet, si ces derniers n'ont pas le droit à l'erreur, leurs exigences se répercutent également sur les autres maillons de la chaîne.

Chez les industriels, on optera pour la **surproduction** afin de pouvoir répondre rapidement à tous les besoins des clients. Les grossistes, quant à eux, se voient **refuser des produits** considérés « impropres à la vente ».



C'est pour répondre à toutes ces problématiques que nous avons créé ce guide dont l'**objectif** est de vous présenter des solutions faciles à mettre en place pour une **meilleure gestion** de vos pertes et une **meilleure rentabilité**. Pour cela, nous vous avons proposé des solutions adaptées aux problèmes de votre métier, que vous soyez un acteur de la grande distribution, un commerçant de quartier, un industriel ou un grossiste.

Le don et la valorisation permettent de diminuer vos charges ; l'**optimisation** de vos processus et la **sensibilisation** du personnel peuvent accroître votre productivité et insuffler une nouvelle énergie au sein de vos équipes en interne ; enfin, la vente à prix réduit sur une application **anti-gaspi** telle que Phenix vous permet de réaliser de réels **bénéfices**.

Phenix apporte à tous les acteurs de la chaîne agroalimentaire et non alimentaire des solutions efficaces afin de les accompagner dans leurs démarches quotidiennes pour lutter contre le gaspillage alimentaire.

Nous vous simplifions la vie dans la mise en place de solutions de revalorisation des invendus et vous accompagnons pour atteindre le zéro déchet.



Vous envisagez de mettre en place des solutions anti-gaspi ou souhaitez obtenir des renseignements ?



Contactez-nous

À propos de Phenix

L'entreprise Phenix accompagne les **professionnels de la grande consommation** dans la **lutte contre le gaspillage alimentaire** en proposant la mise en place de solutions anti-gaspi, comme le **don aux associations** ou la **revente des produits en date courte à prix réduit**.

Grâce à un réseau de **plus de 1 500 associations partenaires**, nous trouvons des récepteurs proches de votre établissement. Tout au long de la démarche, nous vous assurons un **accompagnement**, une **formation** de vos équipes et un **suivi logistique**.

N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande !

[Cliquez ici](#)



Phenix

L'anti-gaspi qui fait du bien