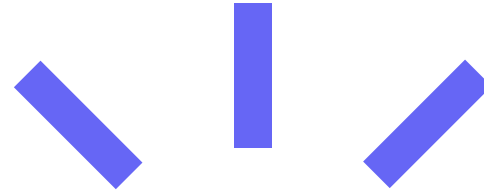




SENSIBILISER

LE GUIDE

Communiquer avec créativité
pour engager durablement



Comment rendre la démarche anti-gaspillage réellement efficace et assurer l'engagement durable des équipes comme de la clientèle?

Ce guide a vocation à apporter des réponses pratiques à ces questions légitimes, et à fournir un soutien concret aux commerçants et commerçantes qui souhaitent se lancer dans une démarche solidaire, écologique et économique!

Il a pour objectif d'accompagner les gestionnaires à chaque étape, en proposant des outils et recommandations pratiques pour :

- identifier les actions à entreprendre;
- prioriser ces actions en fonction de leur impact et de leur faisabilité;
- intégrer ces actions dans un plan global, cohérent et adapté à leur réalité;
- assurer un engagement continu des parties prenantes grâce à une communication efficace.



Le Conseil du Système alimentaire montréalais (Conseil SAM) est un conseil de politiques alimentaires porté par Montréal – Métropole en santé. Sa mission est d'assurer un leadership régional fort en matière d'alimentation. Il promeut une alimentation saine, diversifiée, de proximité, abordable et durable pour toutes et tous.



Le Guichet unique pour la transition alimentaire (GUTA) est un projet piloté par le Conseil SAM. Sa mission est d'outiller, accompagner et valoriser tous les restaurants et commerces alimentaires montréalais qui souhaitent adopter de meilleures pratiques en vue de réduire leur empreinte écologique.

Introduction

Mobiliser
le personnel

Planifier
la démarche

Communiquer
avec créativité

Impliquer
sa clientèle

Conclusion

POURQUOI LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE?

LA VALEUR STRATÉGIQUE ET ENVIRONNEMENTALE

Réduire le gaspillage alimentaire constitue un levier stratégique majeur pour votre établissement.

C'est une démarche qui permet de réduire vos coûts opérationnels tout en diminuant significativement votre impact environnemental, et éventuellement de soutenir votre communauté locale grâce à une meilleure redistribution des ressources.

Les études économiques démontrent que la réduction du gaspillage engendre des impacts économiques non négligeables :

- le ratio bénéfice/coût des efforts de réduction du gaspillage alimentaire dans l'industrie de la restauration est entre \$7 et \$14 de bénéfice pour chaque dollar investi (Clowes et al 2020, Hanson et Mitchell, 2020);
- les commerces alimentaires pourraient réduire leurs coûts d'opération de 15 à 20% en ciblant le gaspillage alimentaire, tout en réduisant les dépenses liées aux achats de matières premières (Gooch et al., 2024).

LES SOURCES DE GASPILLAGE

Dans les commerces alimentaires, les sources de gaspillage peuvent généralement être classées en plusieurs catégories, correspondant aux étapes du cycle de vie des denrées :

- commande / stockage : excédents liés au volume de commande ou à la gestion d'inventaire, ingrédients périmés dus à un entreposage non optimisé, etc.;
- préparation / transformation : épluchures, parures, huiles de cuisson usées, etc.;
- service : portions trop généreuses, excédents liés à une surestimation de la demande, absence de programme de récupération, etc.





COMMENT EMBARQUER EFFICACEMENT SON ÉQUIPE?

1 Ancrer la démarche dans la culture organisationnelle

Annoncer officiellement le projet à l'ensemble du personnel et l'intégrer à la mission, à la vision et à la culture de l'organisation. Cela permet de donner un sens collectif à la démarche et de souligner son importance stratégique.

2 Former et accompagner le personnel

Préparer des formations adaptées qui couvrent :

- les anciennes pratiques à éliminer et les nouvelles pratiques à adopter;
- les nouveaux outils et procédures à maîtriser.

Parmi les tâches à apprendre et à maîtriser, une attention particulière pourra être portée à la pesée et au classement des déchets alimentaires, ainsi qu'à l'identification des denrées qui peuvent être données ou réutilisées. Pour une méthodologie détaillée de ces différentes tâches, consulter les outils dédiés :

- [MESURER](#)
- [DONNER](#)
- [RÉUTILISER](#)

Du côté des gestionnaires, il est essentiel de prévoir le temps nécessaire à l'apprentissage, afin que les employés ne se sentent ni surchargés ni sous-évalués. Il faut aussi encourager une culture d'ouverture et de flexibilité : possibilité d'ajuster les processus si le personnel ressent une surcharge, ou rencontre des difficultés particulières.

3 Clarifier les rôles et encourager la responsabilisation

Définir des rôles clairs pour chaque membre de l'équipe afin d'assurer une répartition équitable des responsabilités. Introduire une dimension ludique (gamification) pour le suivi et la motivation. Par exemple : tableaux de scores, défis d'équipe, ou récompenses symboliques pour les bonnes pratiques.

4 Acquérir le matériel nécessaire

Afin que la mise en œuvre se passe de manière fluide et efficace, veiller à acquérir et répartir aux bons endroits le matériel de base :

- une table dédiée à la séparation des déchets;
- des bacs identifiés pour chaque catégorie;
- une balance pour le pesage;
- des gants de protection;
- une fiche de suivi imprimée pour assurer la traçabilité et le suivi des progrès.

5 Instaurer une culture de rétroaction continue

Mettre en place un mécanisme régulier de retour d'expérience (rencontres d'équipe, sondages rapides, suggestions anonymes, etc.) afin d'améliorer les pratiques, valoriser les efforts et maintenir l'engagement collectif.

Pour aller plus loin

Ces organismes proposent des guides de formations du personnel pour différentes composantes de la lutte au gaspillage alimentaire :

- Deuxième récolte : Formations « [Prévention du gaspillage](#) »
- Hotel Kitchens (*en anglais*) : « [Fighting food waste in hotels](#) »

Introduction

Mobiliser
le personnel

Planifier
la démarche

Communiquer
avec créativité

Impliquer
sa clientèle

Conclusion

QUELLES ÉTAPES INDISPENSABLES AVANT DE SE LANCER?

Afin de poser les bases pour une réduction durable du gaspillage, il est essentiel de respecter certaines étapes avant de passer à l'action. Une fois que vos équipes sont sensibilisées et embarquées dans la démarche, voici les points essentiels pour la planifier efficacement :

1 Procéder à un diagnostic interne

Toute démarche de réduction démarre nécessairement par une phase de diagnostic destinée à identifier les sources de gaspillage et à quantifier les volumes et typologies des pertes à chaque étape.

2 Identifier les actions à entreprendre

Une fois que les enjeux principaux sont identifiés, il est temps de passer en revue les solutions disponibles. Par exemple :

- Valoriser les excédents en les intégrant dans de nouvelles recettes;
- Vendre à prix réduit les produits proches de la date d'expiration;
- Donner les surplus aux organismes en sécurité alimentaire;
- Revendre les sous-produits pour d'autres usages alimentaires ou industriels, etc.

3 Prioriser vos objectifs

Plutôt que d'aborder simultanément l'ensemble des enjeux, il est préférable de prioriser ses objectifs. Il existe plusieurs stratégies de priorisation :

- Choisir en premier **les actions les plus tangibles** et simples à mettre en œuvre.
Si le compostage semble être l'option la plus accessible sur le moment, démarrez avec ça!
- Choisir en premier **les actions au plus grand impact**. Cela implique souvent de prioriser la réduction à la source, puis la valorisation des aliments en excès, et enfin le compostage.

4 Consigner dans un plan d'action les objectifs retenus

Un objectif sans plan d'action reste une intention abstraite; en l'associant à des étapes concrètes, des responsabilités claires et des échéanciers précis, il devient un moteur de changement. Voici des exemples de données contenus dans un plan d'action :

Les actions nécessaires, comme...

- la mise en place d'un système de suivi des déchets;
- la formation du personnel;
- la révision de la politique d'approvisionnement.

Les indicateurs de performance clés, mesurés avant et après la mise en place des actions : quantité de déchets gaspillés en kg, nombre de plats offerts en don, revenus générés par la vente des sous-produits... etc.

La fréquence des suivis (dates clés dans le calendrier)

Cette approche permet de suivre les progrès, de mobiliser les équipes et d'ajuster la stratégie en cours de route pour maximiser l'impact et atteindre les résultats visés.



À DÉCOUVRIR

Pour bien se préparer,
Consulter les guides de la
TROUSSE ANTI-GASPILLAGE





Introduction



Mobiliser
le personnel



Planifier
la démarche



Communiqueur
avec créativité



Impliquer
sa clientèle



Conclusion

COMMENT SE DÉMARQUER TOUT EN VALORISANT SES EFFORTS?

Une fois que votre démarche est opérationnelle, il est temps de la valoriser auprès de votre clientèle et des autres parties prenantes. Cette étape est essentielle pour créer davantage de motivation et de visibilité autour de vos initiatives. Elle permet également de créer un effet de contagion auprès de vos concurrents et de se positionner en ambassadeur des pratiques durables!

Structurer la communication : hiérarchie du message

Élément 1 : Inspiration – Le message principal (émotion et vision)

« Chaque repas est une occasion de faire du bien aux gens et à la planète. »...
Le ton est positif, inspirant, et induit l'idée que le client participe à un mouvement plus grand.

Élément 2 : Soutien – Développer le message

Expliquer comment le restaurant agit concrètement : compostage, dons alimentaires, partenariats locaux, choix d'emballages responsables, etc.

Élément 3 : Call to Action – Lien avec le client

Mettre en avant le rôle du client : choisir la bonne portion, rapporter son contenant, valoriser les restes, en parler autour de lui, etc. Le message doit souligner que chaque petit geste compte, car il s'ajoute à un effort collectif mené par des personnes partageant les mêmes valeurs.

Élément 4 : Ajouter un personnage ou un visage

Ajouter un visage ou un personnage (réel ou illustré) pour personnaliser la communication et la rendre plus chaleureuse. Exemples :

- > Une mascotte sympathique qui « explique » les bons gestes.
- > Des portraits d'employés avec leur citation : « Moi, je pèse les restes tous les soirs pour qu'on gaspille moins demain. »

Créer une expérience mémorable

Idée 1 – Affiches éducatives et tentes de table

Utiliser des visuels clairs et accrocheurs pour présenter les engagements durables du restaurant (dons alimentaires, approvisionnement local, compostage etc.) sous forme d'histoires courtes et inspirantes.

Idée 2 – Concept ludique et distinctif

Développer un élément signature comme le « Compost-a-tron » ou un dispositif créatif similaire qui distingue le restaurant et suscite la curiosité. Cela devient un prétexte pour visiter le restaurant, un point d'ancrage de la marque et une preuve concrète d'engagement environnemental.

Idée 3 – Petites touches de communication à table

Utiliser les papiers qui accompagnent le menu ou les plateaux pour proposer des pratiques durables à votre clientèle (ex. : « Demandez un contenant réutilisable pour emporter vos restes à la maison »). Ces messages pratiques et bienveillants prolongent l'expérience durable au-delà du repas, et rendent l'action tangible et facile à suivre.

Introduction

Mobiliser
le personnel

Planifier
la démarche

Communiquer
avec créativité

Impliquer
sa clientèle

Conclusion

Encourager la participation active des clients

Idée 1 – Portions ajustables

Offrir des formats personnalisés pour réduire le gaspillage tout en donnant le sentiment de choix et de contrôle (ex : option « petite faim » ou « grande faim », sandwich entier ou demi-sandwich, portion de frites variable).

Idée 2 – Incitatif au réemploi

Récompenser les clients qui apportent leur propre contenant pour emporter leurs restes : 1 contenant = 1 coupon pour un rabais ou une boisson offerte à leur prochaine visite. Ce type de geste simple crée une boucle positive et renforce le sentiment d'appartenance à une communauté responsable.

Idée 3 – Partager sur les médias sociaux

Lancer une campagne de « contenus générés par la communauté » pour inciter la clientèle à partager ses bonnes pratiques (recettes anti-gaspillage, contenants réutilisables, etc.) et récompenser les meilleurs témoignages par des coupons ou de la visibilité sur vos médias sociaux.

Pour approfondir la démarche

Des certifications et programmes de reconnaissance permettent d'affirmer votre engagement et d'accroître sa visibilité. Par exemple :

- Recyc-Québec : Programme [ICI on recycle](#)
- Zero waste Canada : Programme [Leaders certifiés Zéro Déchet](#)

Exemples de campagnes de communication créatives

Dans le cadre de son « [Guide pratique pour communiquer sur le gaspillage auprès de sa clientèle](#) », le World Wildlife Fund recommande d'utiliser différents types de messages, selon la clientèle visée. Dans tous les cas, privilégiez des visuels colorés et évocateurs, et accompagnez-les d'un court texte appelant à l'action et décrivant votre démarche.



Introduction

Mobiliser
le personnel

Planifier
la démarche

Communiquer
avec créativité

Impliquer
sa clientèle

Conclusion

LA SENSIBILISATION INTERNE ET EXTERNE, CLÉ DE VOÛTE D'UNE DÉMARCHE COURONNÉE DE SUCCÈS.

Sans adhésion, les plus beaux efforts se révéleront vains. Ainsi, il ne faut jamais négliger l'implication des équipes tout au long du processus (surtout au démarrage) ni l'importance de la sensibilisation de votre clientèle. Aussi bien au niveau du contenu du message, que de la forme choisie pour le diffuser.

Enfin, pour convaincre le monde de la pertinence de sa démarche, encore faut-il en être convaincu soi-même! Pour mettre en œuvre une réduction durable et optimale du gaspillage alimentaire, il est essentiel d'adopter une approche complète et d'envisager toutes les pistes d'actions à votre disposition. Pour cela, consultez les autres guides de la Trousse anti-gaspillage alimentaire :

- **MESURER** pour connaître précisément l'ampleur du gaspillage;
- **ADAPTER** pour réduire les pertes à la source;
- **RÉUTILISER** pour donner une seconde vie aux excédents;
- **VALORISER** pour transformer les pertes et surplus en ressources;
- **DONNER** pour renforcer la solidarité grâce à la redistribution alimentaire.

Ressources complémentaires pour aller plus loin :

- **Observatoire de la consommation responsable, 2025** – [Baromètre de la consommation responsable – édition 2025](#)
- **Zero Waste Technologies, 2024** – [How to train your hospitality staff to be more sustainable \(en anglais\)](#)
- **Clowes, A., et al., 2019** – [The Business Case for Reducing Food Loss and Waste: Restaurants \[Rapport\]. Champions 12.3 \(en anglais\)](#)
- **Hotel Kitchen Organization: World Wild Life Organization , 2015** – [Fighting Food Waste in 16 Weeks: Champions's Guide \(en anglais\)](#)
- **Mireille Morin et Eve-Marie Richard, 2024** – [L'alimentation durable à Montréal, Vision stratégique intégrée de santé publique](#)





Ce guide a été rédigé dans le cadre du projet « Trousse anti-gaspillage alimentaire », à retrouver en intégralité sur notre portail guichetguta.ca

Suivez les actualités du GUTA sur Instagram [@guichetguta](https://www.instagram.com/guichetguta) - et en souscrivant à notre infolettre.

Ensemble, opérons la transition alimentaire.

UN PROJET DU :



RÉALISÉ AVEC LE SOUTIEN DE :

