

## Commerce vert

Lorsque nous rentrons chez nous après « les courses », nous constatons souvent que de nombreux produits sont emballés de manière excessive : papier, sacs en plastique, plateaux en polystyrène, etc. Tous ces emballages terminent inévitablement parmi les déchets. Souvent, ces produits pourraient être vendus en vrac ou emballés de manière plus simple. Ce serait beaucoup plus facile si les supermarchés indiquaient ou signalaient aux clients quel comportement adopter en matière d'achats respectueux de l'environnement. Ce document propose deux actions à cet égard : indiquer l'emplacement des produits en vrac et signaler les produits comportant moins d'emballages.

D'autre part, nous savons que la plupart des déchets alimentaires proviennent des cuisines domestiques et des supermarchés. Pourquoi ne pas aborder ces deux sources conjointement ? Nous proposons donc d'autres actions : signaler les produits dont la date de péremption est proche et passer des accords avec une organisation locale à vocation sociale ou une banque alimentaire. Ce document vous en apprendra davantage.

### Informations générales



réduction



difficulté

flux de déchets



réutilisation



impact sur  
l'environnement



papier



emballages



recyclage



coût



DEEE



organiques

### Objectifs

Directs :

- Réduire les déchets alimentaires en attirant l'attention sur les produits dont la date de péremption est proche. Cette action sensibiliserait davantage les clients à la problématique des déchets alimentaires et à la manière de mieux planifier leurs courses et leurs menus de la semaine.
- Réduire les déchets alimentaires en donnant à des organisations à vocation sociale les produits dont la date de péremption est proche.

Indirects :

- Réduire les déchets d'emballages en attirant l'attention des clients et des fournisseurs sur les produits comportant moins d'emballages.
- Améliorer la sensibilisation des clients et des fournisseurs aux problèmes de prévention des déchets.



## Coin « dernière minute »

- Qu'est-ce que c'est ? Un coin réservé aux produits dont la date de péremption est proche. Tous ces produits sont vendus à prix réduit.
- Comment faire ?
  - À la fin de la journée, rassemblez au même endroit tous les produits dont la date de péremption est proche.
  - Affichez un prix réduit sur tous ces produits.
  - Signalez cet endroit à l'aide d'un panneau.
- Comment évaluer ? Quantité de produits jetés et/ou retirés des rayons à la fin de la journée.



## Étiquette signalant les produits comportant moins d'emballages

- Qu'est-ce que c'est ? Une étiquette apposée dans les rayons du supermarché, à côté du prix des produits. Cette action permet aux clients de repérer les produits comportant moins d'emballages. Elle attire également l'attention sur les marques et produits qui s'efforcent d'utiliser moins d'emballages.
- Comment faire ?
  - Contactez votre fournisseur d'étiquettes et demandez-lui de vous procurer également ce modèle.
  - Affichez cette étiquette afin de signaler les produits qui comportent moins d'emballages.
- Comment évaluer ? Vente de produits comportant moins d'emballages par rapport aux ventes totales.



## Accords avec des organisations à vocation sociale

- Qu'est-ce que c'est ? Accords avec des organisations locales à vocation sociale afin de donner tous les produits alimentaires qui ne peuvent plus être vendus en raison de la date de péremption proche ou de normes du marché. La plupart de ces produits sont encore propres à la consommation.
- Comment faire ?
  - Rechercher des organisations locales à vocation sociale qui ont besoin d'aliments.
  - Prendre des accords avec elles afin de donner tous les produits jetés encore propres à la consommation.
- Comment évaluer ? Nombre d'accords passés. Quantité de produits fournis.



## Outils de communication

### Tableau éditable montrant les meilleures pratiques mises en œuvre en matière de prévention des déchets

- Qu'est-ce que c'est ? Ce tableau présente une check-list de tous les engagements pris en matière de prévention des déchets. Les professeurs et les étudiants seront ainsi encouragés à continuer sur la bonne voie.
- Comment faire ?
  - Listez tous les engagements pris.
  - Customisez le tableau
  - Placez ce tableau à un endroit stratégique
  - Utilisez un système de télévision pour montrer les messages de bonnes pratiques.
- Comment évaluer ? Nombre d'objectifs atteints. Évolution des résultats atteints au fil du temps.



### Une affiche / un autocollant distinctif

- Qu'est-ce que c'est ? Un autocollant afin d'informer les clients que votre établissement applique les meilleures pratiques en matière de prévention des déchets.
- Comment faire ? Placez cet autocollant à un endroit stratégique.
- Comment évaluer ? Nombre d'établissements participants.



## Préparation de l'action

### Avant la SERD (un mois auparavant)

- Organisez un audit de la manière dont les flux suivants peuvent être comptés :
  - Légumes et fruits vendus en vrac ou emballés (distinguez les deux types)
  - Nombre de clients qui achètent des produits en vrac
  - Quantité de produits jetés à la fin de la journée
  - Quantité de sacs en plastique à usage unique distribués
- Identifiez les articles et produits respectueux de l'environnement en termes d'emballage.
- Trouvez un endroit stratégique de votre magasin où :
  - Installer votre coin de produits « de dernière minute »
  - Installer un panneau présentant vos engagements et vos objectifs atteints

### Avant la SERD (une ou deux semaines auparavant)

- Contactez des organisations à vocation sociale afin de prendre des accords quant aux dons de produits alimentaires.

## Mise en œuvre de l'action = jour de l'action

- Affichez le matériel d'information à un endroit visible.
- Informez vos clients et fournisseurs des engagements que vous êtes sur le point de réaliser.
- Utilisez l'étiquette afin d'identifier les produits comportant moins d'emballages (cf. section « matériel »).
- Demandez à votre personnel d'encourager les clients à acheter des fruits et légumes en vrac.
- Demandez à votre personnel d'informer les clients au sujet des produits « de dernière minute ».
- Informez vos clients et fournisseurs de l'audit des déchets que vous êtes sur le point de réaliser.

## Évaluation et retour d'informations

Les deux actions, à savoir un panneau indiquant où se trouvent les produits en vrac et une étiquette signalant les produits comportant moins d'emballages, sont destinées à lutter contre les déchets d'emballages.

Afin d'évaluer les résultats de ces actions, procédez comme suit :

1. Déterminez la quantité de produits en vrac vendus (en kg). Comparez son évolution au fil du temps. Vous pouvez considérer l'action comme un succès si la quantité de produits en vrac vendus augmente au fil du temps.
2. Comptez le nombre de produits signalés par une étiquette « moins d'emballages » vendus et comparez son évolution au fil du temps. L'action est un succès si la quantité de ces produits augmente au fil du temps.

Les deux actions, à savoir le coin « dernière minute » et les accords avec des organisations à vocation sociale, sont destinées à lutter contre le gaspillage alimentaire.

Afin d'évaluer les résultats de cette action, procédez comme suit :

1. Comptez le nombre de produits « de dernière minute » vendus. Comparez-le au nombre de produits jetés en raison de leur date de péremption. L'action est un succès si la quantité de produits « de dernière minute » vendus augmente alors que la quantité de produits jetés diminue au fil du temps.
2. Comptez la quantité d'aliments/produits donnée à l'organisation locale à vocation sociale. Comparez-la à la

quantité de produits jetés.

Dans tous les cas, rappez les résultats (quantitatifs et qualitatifs) à votre coordinateur SERD.

## Informations complémentaires

- Matériel d'information
  - Déchets alimentaires et leur impact : [Do you dare to be aware?](#)
  - Conseils pour réduire les déchets alimentaires :
    - [Achat et planification](#)
    - [Stockage](#)
    - [Cuisine et consommation](#)
    - [Dates limites de consommation / de péremption](#)
  - Recettes pour cuisiner les restes : [www.ewwr.eu/en/support/thematic-days-2014-stop-food-waste](http://www.ewwr.eu/en/support/thematic-days-2014-stop-food-waste)
- Exemples d'actions (plus d'exemples sur [www.ewwr.eu](http://www.ewwr.eu)) :
  - « Achats engagés » (FR) 2014 :  
Pendant une semaine, les clients des enseignes Casino et Super U à Garéoult, Brignoles et Rocabron ont été invités à acheter des produits comportant moins d'emballages. Plus de 300 autocollants signalant les produits générant peu de déchets ont été apposés dans les rayons des magasins. Le but de cette opération était d'inciter les clients à réfléchir à la durabilité de chaque produit.  
[http://www.commerce-engage.com/sived/video\\_44](http://www.commerce-engage.com/sived/video_44)
  - « Les déchets : moins je produis, moins je salis ! » (BE) 2014 :  
Cette action consistait à encourager les citoyens à l'éco-consommation et à la lutte contre les déchets alimentaires. Des points d'information ont été installés dans trois supermarchés ainsi que sur deux marchés et un « kit de réduction des déchets », comportant des informations pratiques sur les déchets alimentaires, le compostage, les comportements durables, etc., a été proposé aux citoyens.
  - « Magasins Leclerc » (FR) :  
En France, les supermarchés Leclerc ont passé divers accords avec des banques alimentaires locales afin de prévenir le gaspillage alimentaire.  
[http://www.e-leclerc.com/divers+articles/divers+Article\\_rayon/divers+developpement-durable/article+edito+360864+reduction-du-gaspillage-alimentaire](http://www.e-leclerc.com/divers+articles/divers+Article_rayon/divers+developpement-durable/article+edito+360864+reduction-du-gaspillage-alimentaire)
  - Campagne « Fruits et légumes moches » (DE) (FR) 2014 :  
Plusieurs supermarchés allemands (Edeka) et français (Intermarché) vendent des fruits et légumes non calibrés afin de lutter contre le gaspillage alimentaire. Ils encouragent les clients à acheter ces fruits et légumes.  
<http://www.thelocal.de/20131013/52371> (Edeka)  
<http://www.slate.fr/story/88433/campagne-intermarche-fruits-et-legumes-moches> (Intermarché)
  - À partir de 2015, les 4 grands supermarchés (Plus M&S, Waitrose et Co-op (Royaume-Uni)) vont publier régulièrement la quantité de nourriture jetée par les magasins.  
<http://www.theguardian.com/business/2014/jan/29/rivals-follow-tesco-reveal-amount-food-waste>
  - Foodcloud (IRE) :  
Publication sur Internet des aliments donnés dans les supermarchés.  
<http://foodcloud.ie>
- Site Web/contact coordinateur SERD : [www.ewwr.eu/list-organisers](http://www.ewwr.eu/list-organisers)
- Semaine européenne de la réduction des déchets : [www.ewwr.eu](http://www.ewwr.eu) [contact@ewwr.eu](mailto:contact@ewwr.eu) ►