

## Commerces anti-gaspi - réduction des pertes alimentaires

### Smictom d'Alsace Centrale



2, Rue des Vosges  
Parc d'Activité Giesen  
67750 Scherwiller

[Voir le site internet](#)

Auteur :

Pascal Strievi  
[pstrievi@smictom-alsacecentrale.fr](mailto:pstrievi@smictom-alsacecentrale.fr)

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



### CONTEXTE



Le SMICTOM réalise depuis 2012 de nombreuses actions de lutte contre les gaspillages alimentaires sur diverses cibles. Le diagnostic de territoire sur cette thématique, réalisé début 2017, met en avant un potentiel d'action non encore exploité avec les acteurs de la distribution, les associations d'aide alimentaire et les ménages.

Des opportunités sont donc à développer et plusieurs éléments confortent un travail à mener : pertinence, maturité du territoire, besoins et attentes des acteurs, marge de progression des comportements...

#### Mobilisation et accompagnement des acteurs de la distribution

Dans la dynamique des partenariats mis en place avec les commerces de proximité en 2016 sur la suppression des sacs plastique à usage unique, un sondage réalisé en février 2017 auprès de 17 commerces sédentaires de vente de produits frais et/ou de fruits et légumes apporte le résultat suivant :

- 70% attendent une action sur la gestion des invendus de fruits et légumes (surplus de stock ou produits abimés) et la gestion des produits frais (viandes, laitages...) arrivant à date limite de consommation
- 30% souhaitent un accompagnement global sur la gestion des déchets ménagers assimilés

#### Soutien des associations d'aide alimentaire

Pour au moins une épicerie sociale du territoire, la loi Garot n'a pas eu l'effet escompté. Un distributeur GMS a rompu la convention existante, privilégiant la proposition à la vente jusqu'à l'atteinte DLC ou une autre association. Cette évolution réglementaire redistribue la carte des partenariats. Se pencher sur cette problématique semble donc loin d'être inutile.

#### Sensibilisation des ménages sur la gestion de la DLC des produits achetés

Le baromètre d'opinion sur la politique de gestion des déchets 2015 mené sur 1 042 personnes indique que

51% des sondés estiment jeter toujours, parfois ou rarement, des produits alimentaires encore emballés et non consommés. Sur les 497 répondants concernés :

- 72% déclarent jeter ces aliments encore emballés car la date de péremption est dépassée.
- 25% évoquent le fait que le produit n'était pas visible et qu'ils ont oublié de le consommer.

## OBJECTIFS ET RESULTATS

### Objectifs généraux

- Inciter les commerces alimentaires à améliorer la vente des produits en fin de vie
- Accompagner les commerces dans les opérations de don alimentaire
- Diffuser des bonnes pratiques pour les commerces
- Organiser des actions spécifiques de sensibilisation du grand public

### Résultats quantitatifs

Nombre de commerçants engagés : 51

Quantité supplémentaire de denrées données aux associations ou vendues par application mobile : 2 tonnes / an

Quantité de gaspillage alimentaire évité par les ménages: 8.2 tonnes / an

### Résultats qualitatifs

Réalisation d'une enquête complète sur les pertes alimentaires des artisans

Très forte dynamique des artisans et commerçants alimentaires

Amélioration de la connaissance du fonctionnement du commerce de proximité

Capitalisation de nombreuses données et bonnes pratiques anti-gaspi et économie circulaire

## MISE EN OEUVRE

### Description de l'action

### Soutien aux associations caritatives

#### Préparation : connaissance du don alimentaire et identification des associations

Cette étape est réalisée par de nombreuses recherches documentaires. Afin de mieux appréhender le sujet et ses exigences, nous sommes aiguillés par une Conseillère en Economie Sociale et Familiale de l'épicerie sociale Paprika. La DRAAF Grand Est nous accompagne dans l'interprétation des textes en se faisant le relais de la Direction Générale de l'Alimentation du Ministère. Une visite approfondie de la Banque Alimentaire est également effectuée. Au final, cette phase permet de :

- Connaître et comprendre l'architecture des réseaux de dons alimentaires
- Répertorier l'ensemble des associations d'aide alimentaire du territoire
- Créer un questionnaire d'enquête sur les pratiques des associations caritatives
- Synthétiser les données et textes règlementaires sur le don alimentaire

#### Mise en œuvre : rencontre des associations d'aide alimentaire et détermination des besoins

Une première prise de contact par téléphone a pour but de :

- Expliquer succinctement la démarche globale et le projet avec les commerces
- Obtenir un rendez-vous pour connaître le fonctionnement et les besoins des associations

Les rencontres ont permis de :

- Expliquer en détail la démarche globale et le projet avec les commerces
- Connaitre le fonctionnement de la collecte et de la distribution
- Recueillir des données, informations, documents utiles à la globalité du projet
- Identifier les besoins des associations (en lien avec le projet avec les commerçants de proximité)
- Etablir une méthodologie de mise en relation entre commerces et associations (secteur de ramasse, type de produits, procédure...)

L'ensemble des informations recueillis sont regroupées dans une fiche de diagnostic individuelle.

### **Suivi : contacts privilégiés et informations régulières**

Suite au lancement des actions avec les commerces, un contact régulier est établi. Ces échanges portent sur les possibilités de dons de commerces rencontrés et l'évolution éventuelle des besoins.

### **Evaluation : mises en relations pour dons**

Des partenariats effectifs entre commerces et associations sont établis durant la période du projet. On en dénombre 5.

## **Accompagnement des artisans et commerçants**

### **Préparation de l'action : mobilisation de partenaires**

Afin d'augmenter la portée de l'action, de mieux mobiliser les cibles et de diffuser l'action auprès d'autres commerces, une recherche accrue de partenariats est menée auprès des :

- Chambres consulaires compétentes : CCI et CMA
- Communautés de Communes : animateurs économique du territoire
- Réseaux professionnels : Fédération Patronale de la boulangerie, Fédération Régionale des artisans bouchers charcutiers traiteurs d'Alsace et Corporation des bouchers charcutiers traiteurs du Bas-Rhin, Fédération Nationale de l'épicerie, interprofession des fruits et légumes d'Alsace...
- Associations de commerçants

Seules les Chambres consulaires prennent part au projet via un solide partenariat. Ces partenaires permettent d'apporter des moyens supplémentaires et de rechercher des synergies tout au long du projet :

- Moyens humains (compétence, temps...)
- Mise à disposition d'outils techniques
- Utilisation de réseaux existants
- Connaissance du monde du commerce de proximité
- Aptitude à mobiliser les cibles
- Convergence d'actions

### **Préparation de l'action : conception d'outils**

A partir de données existantes, de la réglementation et des expériences d'actions précédentes, sont construits une vingtaine d'outils à destination des artisans et commerçants. L'ensemble de ceux-ci sont mis à disposition sur un mini-site dédié à l'opération : <http://www.smictom-alsacecentrale.fr/commerce-anti->

### ***Promotion de l'opération***

- Courrier officiel de la Collectivité :  
Explication de la démarche et des enjeux économiques pour le commerçant, suggestion d'alternatives aux pertes alimentaires, proposition d'accompagnement...
- Guide pratique « Commerce anti-gaspi » :  
Comment le devenir, engagements et actions à mener, intérêt pour le participant...
- Formulaire d'inscription à l'opération
- Règlement de l'opération

### ***Outils de diagnostic***

- Questionnaire d'enquête sur la gestion des denrées et déchets alimentaires  
Diverses catégories : commandes et stocks, invendus, identification des bonnes pratiques...
- Liste actions
- Fiche synthèse des données et textes réglementaires sur le don alimentaire

### ***Outils méthodologiques d'autodiagnostic***

- Outils de diagnostic de gestion des invendus :  
A partir des déchets alimentaires générés, identification des pratiques et degré de gestion (prévention, don, transformation, nourriture animale, compostage) pour tendre vers une gestion vertueuse. Un outil spécifique pour boulangeries et pâtisseries, un pour boucheries, un pour épiceries.
- Outils de suivi des pertes :  
Fiche de suivi synthétique des pesées des invendus ou de liste exhaustive des invendus, fiche de suivi complète avec valeur financière des marchandises.
- Outils de diagnostic de production et de gestion des déchets par espace de travail :  
Déchets de stock / remise / déconditionnement, de production alimentaire, de l'espace de vente, de bureau / lieu de pause, d'entretien des locaux et bâtiment, d'entretien des espaces verts.
- Outils d'évaluation des pratiques :  
Coûts et traçabilité, motivations et besoins, gestes de prévention.

### **Mise en œuvre : mobilisation des commerces et lancement des actions**

Pour augmenter les chances de succès, la prise de contact se fait par étape :

- Envoi du courrier officiel de la Collectivité, co-signé par les Chambres consulaires, accompagné du guide pratique et du formulaire d'inscription à l'opération.

- Relance téléphonique afin de reprendre les informations du courrier et d'obtenir un rendez-vous pour effectuer un diagnostic avec le gérant.
- Rencontre physique sur le point de vente pour effectuer le diagnostic à l'aide des outils méthodologiques conçus précédemment et lancer la mise en œuvre en choisissant plusieurs actions de changement de pratique.

### **Suivi : contacts privilégiés et informations régulières**

Suite au lancement des actions par les commerces, un contact régulier reste établi. Des échanges téléphoniques et/ou physiques avec plusieurs d'entre eux permettant de :

- Répondre à leurs demandes
- Identifier les difficultés et les corriger
- Entretenir la mobilisation du commerçant

Suite aux diagnostics réalisés avec les commerces volontaires, les bonnes pratiques sont recensées. Certaines sont construites avec eux durant le diagnostic (don de coquilles d'œufs, réduction en cas d'apport de sa boîte à pâtisserie...). D'autres sont construites avec des partenaires, par exemple un autocollant d'acceptation des propres contenant est créé avec Zéro Déchet Colmar Centre Alsace.

Elles sont intégrées au mini-site. Certaines sont diffusées aux participants et aux partenaires techniques via des lettres « hors-série » du Club Optimo.

### **Evaluation finale : bilan et comité d'évaluation**

Dans la continuité, via un contact téléphonique avec le gérant, un bilan des actions engagées est réalisé. Ces informations servent de base au comité d'évaluation pour octroyer ou non le macaron.

Le comité, composé de représentants de l'ensemble des structures partenaires, a validé plus de 90% des dossiers présentés sur les critères suivants :

- L'enquête sur la gestion des denrées et déchets alimentaires est réalisée
- Les 5 actions engagées sont menées à bien ou engagées

Une rencontre physique de bilan est effectuée afin de remettre le kit de communication :

- 1 vitrophanie du logo de l'opération et sa version numérique
- 100 cartes postales à destination des clients : Explication et promotion de son commerce anti-gaspi et 10 conseils de réduction du gaspillage alimentaire au foyer.

### **Evaluation finale : communication des résultats**

Une communication est réalisée sous différentes formes pour mettre en avant l'engagement des commerces et inciter d'autres points de vente à mener des actions similaires :

- Lettre hors-série du Club Optimo
- Articles des Dernières Nouvelles d'Alsace et L'Alsace
- Reportages de la télévision locale TV2COM
- Facebook du SMICTOM et relais des partenaires techniques
- Site internet du SMICTOM : <http://www.smictom-alsacecentrale.fr/commerces-anti-gaspi>

## Sensibilisation des citoyens

### Préparation : création d'outils d'animation

Une réflexion est menée en interne pour répondre aux critères suivants :

Les objectifs recherchés :

- Faire prendre conscience au consommateur qu'il peut agir au quotidien, tout en faisant des économies
- Apprendre les gestes simples pour gaspiller moins

Le cadre :

- Animation dynamique et s'adaptant à différents lieux
- 1 Stand de faible encombrement, transportable facilement, utilisable à l'extérieur
- 1 Stand complet, utilisable à l'extérieur

Les messages type sur lesquels se baser :

- Rédigez une liste de courses, après avoir regardé ce qui reste dans le frigo
- Achetez juste la quantité nécessaire
- Vérifiez les dates de péremption/conservation des aliments
- Dans le congélateur, le frigo, et les placards, placez sur le devant les aliments à consommer en premier
- Accommodez ou congelez les restes

La réflexion interne a abouti à la création d'une « roue du DD ». Elle est modulable à toute les thématiques de prévention des déchets afin d'optimiser l'outil au maximum.

Le principe est de tourner une roue afin de déterminer une couleur. A chaque couleur correspond une série de cartes (pour l'animateur) :

- Pour plusieurs thématiques traitées (compostage, gaspillage alimentaire, prévention générale...), chaque couleur correspond à une série de questions sur une thématique donnée.
- Pour une seule thématique traitée, chaque couleur correspond à un type de question (mime, devinette, question à choix multiple, charade...)

Pour respecter le cadre, 2 modèles ont été créés, un grand et un petit. Le dispositif est complété d'une tente pour une utilisation extérieure.

### Mise en œuvre : E-mailing d'auto diagnostic de ses pratiques en termes de gaspillage alimentaire

Le SMICTIOM dispose d'une base de données usagers de 17 000 contacts intégrant les e-mails, ainsi qu'un nombre d'abonnés à notre page Facebook permettant également de démultiplier la campagne et d'évaluer les changements d'attitudes.

Cette ressource est utilisée pour sensibiliser le grand public. L'opération consiste à envoyer un mail contenant un quizz d'auto évaluation des pratiques en matière de gaspillage alimentaire et de transmettre

des conseils personnalisés en fonction du niveau d'engagement.

L'envoi est réalisé le 16 octobre 2018, journée mondiale de lutte contre le gaspillage alimentaire.

L'intérêt est double car nous diffusons à la fois des conseils et nous récupérons une évaluation des pratiques sur le territoire. :

- Outil de quizz complet : <http://quiz-antigaspi.fr/>
- Bilan et résultats des 1367 répondants

### Mise en œuvre : réalisation des animations

Les animateurs animent le stand au cours d'évènements locaux pour rencontrer les habitants et les conseiller au plus près de leurs besoins. Ils diffusent également des plaquettes de sensibilisation d'alternatives au gaspillage alimentaire.

### Suivi et évaluation

L'évaluation est basée sur la participation et la réceptivité du public. Une mesure du changement de comportement effectif des citoyens est quasi impossible mais une estimation est faite.

### Planning

Soutien des associations d'aide alimentaire	
Préparation : connaissance du don alimentaire et identification des associations	Mai 2017
Mise en œuvre : rencontre des associations et détermination des besoins	Mai à juillet 2017
Suivi : contacts privilégiés et informations régulières	Juillet 2017 à avril 2019
Evaluation : mises en relations pour dons	Juillet 2017 à avril 2019
Accompagnement des commerces de proximité	
Préparation de l'action : état des lieux et identification des commerces-cibles	Mars à avril 2017
Préparation de l'action : mobilisation de partenaires	Mai à septembre 2017
Préparation de l'action : conception d'outils	Septembre 2017 à juillet 2018
Mise en œuvre : mobilisation des commerces et lancement des actions	Juillet 2018 à février 2019
Suivi : contacts privilégiés et informations régulières	Juillet 2018 à mars 2019
Evaluation finale : bilan et comité d'évaluation	Mars à mai 2019
Evaluation finale : communication des résultats	Avril à mai 2019
Sensibilisation des citoyens consommateurs	
Préparation : création d'outils d'animation	Mars 2018 à février 2019
Mise en œuvre : e-mailing d'auto diagnostic des pratiques de gaspillage alimentaire	Juillet à octobre 2018
Mise en œuvre : réalisation des animations	Juillet 2018 à mai 2019

Evaluation	Avril à mai 2019
------------	------------------

### Moyens humains

- Organisation, animation et suivi : SMICTOM

### Moyens financiers

- Temps interne : 0.78 ETP
- Communication et sensibilisation (site internet, quizz interactif, brochures...) : 9 200 €
- Création de 2 stands d'animation grand public : 3 500 €

### Moyens techniques

- Matériel d'animation et outils de communication
- Lieux de réception du public

### Partenaires mobilisés

Nom de l'organisme partenaire ou prestataire	Type de contact			Missions du partenaire ou prestataire	Nature du partenariat			
	Réunion	Formation	Téléphone Mél		Financier	Technique	Humain	Matériel
Associations caritatives	X		X	Collecte de denrées alimentaires			X	X
Banque alimentaire du Bas-Rhin	X		X	Expertise, conseil et fourniture de données, communication		X	X	X
Artisans et commerçants	X		X	Organisation d'actions, retours d'expériences et communication		X	X	X
CCI	X	X	X	Expertise, conseil et fourniture de données, communication		X	X	X
CMA	X	X	X	Expertise, conseil et fourniture de données, communication		X	X	X
SDEA Alsace Moselle			X	Conseil et fourniture de données, communication		X		X
Zéro Déchet Colmar Centre Alsace	X		X	Expertise, fourniture de documents, promotion et communication		X	X	X
Communautés de Communes			X	Relais d'information				X
Associations de commerçants			X	Relais d'information				X



Structures diverses	X		X	Communication et prêt d'un lieu d'animation		X		X
Presse locale	X		X	Diffusion d'articles			X	X
Télévision locale TV2COM	X		X	Réalisation de reportages			X	X

## VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

### Facteurs de réussites

- Confiance des artisans suite à une action antérieure (accompagnement à la suppression des sacs à usage unique en 2016)
- Etude des solutions de dons et bonnes pratiques avant les entretiens
- Bonne connaissance du type de public

### Difficultés rencontrées

- Disponibilité des artisans
- Appréhension de l'approche des artisans sur la production

### Recommandations éventuelles

- S'assurer d'une bonne connaissance de l'environnement avant de réaliser les diagnostics
- Evaluer largement les temps de contact, diagnostic, reporting, suivi...

---

### Mots clés

ARTISANAT | MENAGE | GASPILLAGE ALIMENTAIRE | ENQUETE | CAMPAGNE D'INFORMATION | BIODECHET | EMBALLAGE

### Dernière actualisation

Juillet 2020

Fiche réalisée sur le site [optigede.ademe.fr](http://optigede.ademe.fr)  
sous la responsabilité de son auteur

### Contact ADEME

Pierre BOËDEC  
[pierre-robert.boedec@ademe.fr](mailto:pierre-robert.boedec@ademe.fr)  
Direction régionale Grand Est