

GUIDE DU MAGASIN ANTI-GASPI

LES BONNES PRATIQUES POUR RÉDUIRE
LES DÉCHETS DANS SON COMMERCE



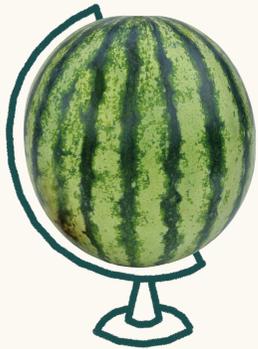
Too Good To Go

SOMMAIRE

LES DÉCHETS DANS LE MONDE	1
LES DÉCHETS DES COMMERCE FRANÇAIS	4
UN POINT SUR LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS	5
UN POINT SUR LA LÉGISLATION	7
ET LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE DANS TOUT ÇA	9
UN COMMERCE DE DÉTAIL ZÉRO-DÉCHET	12
UN BAR ZÉRO-DÉCHET	13
UN RESTAURANT ZÉRO-DÉCHET	14

LES DÉCHETS DANS LE MONDE

Chaque année, à l'échelle de la planète, nous produisons 2,01 milliards de tonnes de déchets. Un chiffre impressionnant et qui peut inquiéter. Encore plus quand on observe ses perspectives d'évolution : en effet, si rien ne change rapidement, **la production mondiale de déchets augmentera de 70% d'ici 2050**, pour atteindre 3,4 milliards de tonnes.



Concrètement, qu'est ce que cela représente à notre échelle ? **Chaque habitant produit en moyenne 0,74 kg de déchets par jour**. Et, bien qu'ils ne représentent que 16% de la population mondiale, les habitants des pays développés comme la France génèrent **34% de l'ensemble des déchets de la planète**.

LES DÉCHETS ALIMENTAIRES

La partie la plus importante de ces déchets sont les **déchets alimentaires**, qui représentent, à eux seuls, 44% du total.

Chaque année, dans les pays industrialisés, le gaspillage alimentaire s'élève à près de 700 millions de tonnes par an - c'est deux à trois fois la production alimentaire de toute l'Afrique. En d'autres termes, avec la nourriture que les pays industrialisés gaspillent chaque année, on pourrait fournir 2kg² de nourriture par jour à près d'1 milliard de personnes.

¹ Banque mondiale - *What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050*

² FAO - *Pertes et gaspillage alimentaires dans le monde*

LES DÉCHETS PLASTIQUES

En deuxième position, c'est **le plastique** que nous retrouvons le plus dans nos poubelles, puisqu'il représente 17% du volume de¹ déchets. **Et c'est également un problème.**

Pourquoi ? Parce que 8 millions de tonnes de plastique finissent dans l'océan chaque année. Ce plastique se fragmente, se transforme en microplastiques ; des particules assez petites pour entrer dans la chaîne alimentaire, en passant par l'eau et les animaux marins. Ces microplastiques se retrouvent consommés par des humains. Nous consommons jusqu'à 102 000 petites particules de plastiques de moins d'un millimètre – soit 250 grammes par an – dont 90 % proviennent de l'eau en bouteille ou du robinet. Plus simplement², un humain ingère en moyenne 5 grammes de plastique chaque semaine, l'équivalent du poids d'une carte de crédit...

L'ENJEU DU RECYCLAGE

Ces deux chiffres sont particulièrement alarmants. D'autant plus qu'ils sont à mettre en perspective avec les chiffres du recyclage. À l'heure actuelle, à l'échelle de la planète, la majorité des déchets municipaux sont mis en décharge, 37 % sont enfouis et 33 % sont laissés à ciel ouvert. À peine 19 % sont recyclés ou compostés et 11 % sont incinérés.²

Alors que les déchets végétaux disparaissent naturellement en quelques semaines, une bouteille plastique peut mettre entre 100 et 1000 ans pour se dégrader. Jetée à la mer aujourd'hui, elle sera donc probablement encore dans l'eau à la naissance de nos arrières-arrières-petits-enfants.

¹ Banque mondiale - *What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050*

² WWF - *No plastic in nature: assessing plastic ingestion from nature to people*

³ Banque mondiale - *What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050*

LES DÉCHETS DES COMMERCES FRANÇAIS

En 2016, les magasins ont généré en France **4,5 millions de tonnes de déchets**.¹ Un chiffre qui a bondi de 15% entre 2012 et 2016.

Les commerces de détail, notamment des supermarchés et hypermarchés, génèrent les deux tiers de ces déchets, **soit 3 millions de tonnes**. Dont 74 % des déchets de papier et carton (1,2 million de tonnes) et 63 % des déchets organiques (0,6 million de tonnes).

Les trois quarts de l'ensemble des déchets produits par les établissements commerciaux **sont triés ou collectés sélectivement**, principalement grâce aux papiers et cartons, et aux déchets organiques (57% de l'ensemble des déchets triés).

Le sujet de la gestion des déchets devient de plus en plus important pour les établissements commerciaux, de par sa dimension environnementale. En effet, **56 % des établissements commerciaux considèrent la gestion des déchets principalement comme une préoccupation environnementale** (contre 49 % en 2012).

Ces dernières années, beaucoup de magasins ont mis en œuvre de nombreux efforts et des actions concrètes pour réduire leurs déchets, **au premier rang desquels, le gaspillage alimentaire.**

¹ INSEE - Les trois quarts des déchets du commerce sont triés

UN POINT SUR LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs semblent de plus en plus **favorables à un changement de modèles d'emballages**.

89%¹

DES FRANÇAIS SONT FAVORABLES À
L'INTERDICTION DES EMBALLAGES
PLASTIQUES À USAGE UNIQUE

88%¹

DES FRANÇAIS PLÉBISCITENT UN SYSTÈME
DE CONSIGNE POUR LE RÉEMPLOI DES
BOUTEILLES ET EMBALLAGES

Mais concrètement, les consommateurs peuvent se retrouver démunis face à cette problématique. Ainsi, **20% des Français affirment ne pas savoir quoi faire** pour limiter leur consommation de plastique au quotidien.

Les commerçants ont donc un vrai rôle à jouer dans cette mission de sensibilisation des consommateurs. À eux d'accompagner leurs clients dans une démarche de sensibilisation, **en montrant l'exemple** en réduisant leurs déchets plastiques et alimentaires.

¹ [WWF - Le plastique, ça n'emballe plus](#)



UN POINT SUR LA LÉGISLATION

Depuis 2016, les sacs de caisse en plastique à usage unique sont interdits en France. Les gobelets, verres et assiettes jetables à usage unique en plastique (sauf ceux compostables en compostage domestique et constitués pour tout ou partie, de matières biosourcées) ne peuvent plus être mis à la disposition des consommateurs depuis le 1er janvier 2020.

Et alors que la Convention Citoyenne pour le Climat a proposé en juin dernier la limitation du suremballage et de l'utilisation du plastique à usage unique, plusieurs interdictions s'inscrivent dans le temps, pour que d'ici 2040, des objets en plastique à usage unique soient progressivement bannis de notre quotidien.

La fin de tous les emballages plastique à usage unique à l'horizon 2040, est un objectif inscrit dans la Loi anti-gaspillage pour une économie circulaire adoptée en 2020.

Pour atteindre cette ambition, des objectifs de réduction, de réutilisation et de réemploi et de recyclage, seront précisés dans le temps. Ces objectifs sont répartis sur quatre périodes, permettant une interdiction progressive des plastiques à usage unique :

- **2020 - 2025**
- **2025 - 2030**
- 2030 - 2035
- 2035 - 2040

Cette interdiction va, évidemment, avoir un impact sur notre manière de consommer, mais elle va aussi demander aux commerçants un engagement important.

Étape par étape, les commerçants vont pouvoir trouver des solutions pour réduire leurs déchets. Ce guide a pour vocation d'en présenter quelques-unes.

Au 1er janvier 2020

Interdiction de la vente de vaisselle jetable en lot.

Au 1er janvier 2021

- Interdiction des pailles, couverts jetables, touillettes, couvercle des gobelets à emporter, boîtes en polystyrène expansé (type boîte à kebab), piques à steak, tiges pour ballon
- Déploiement des dispositifs de vrac obligeant les vendeurs à accepter les contenants apportés par les consommateurs.

Au 1er janvier 2022

Interdiction des suremballages en plastique pour les fruits et légumes de moins de 1,5 kg, des sachets de thé en plastique et des jouets en plastique distribués dans les fast food.

Au 1er janvier 2023

Interdiction de la vaisselle jetable dans les fast-food pour les repas servis sur place.

À l'horizon 2025, la loi prévoit également de tendre vers l'objectif de 100 % de plastique recyclé.

ET LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE DANS TOUT ÇA ?

En France, nous gaspillons chaque année **10 millions de tonnes de nourriture**, soit une valeur commerciale estimée à **16 milliards d'euros**.

Ce gaspillage a un impact non négligeable sur nos ressources naturelles, telles que les terres cultivables et l'eau, et produit donc des émissions de gaz à effet de serre qui pourraient être évitées. L'Ademe évalue celles-ci à **3 % de l'ensemble des émissions nationales**.

L'étude de l'Ademe¹ sur l'état des lieux des masses de gaspillage alimentaire montre que la répartition de ces pertes et gaspillages est la suivante :



Pour la phase de consommation, cela représente **30 kg par personne et par an** de pertes et gaspillages au foyer (dont 7 kg de déchets alimentaires non consommés encore emballés), auxquels s'ajoutent les pertes et gaspillages générés en restauration collective ou commerciale.

¹ [ADEME - Etat des lieux des masses de gaspillages alimentaires et de sa gestion aux différentes étapes de la chaîne alimentaire](#)

Pour accompagner une prise de conscience de tous les acteurs de la chaîne alimentaire, de la fourche à la fourchette, **la loi française est une des législations les plus avancées sur le sujet dans le monde**.

La Loi relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire de 2016, dite **Loi Garot prévoit deux mesures principales** qui concernent les distributeurs de produits alimentaires :

1. L'obligation, pour les magasins alimentaires de plus de 400 m² de proposer une convention de don à des associations pour la reprise de leurs invendus alimentaires encore consommables.
2. L'interdiction, pour les distributeurs alimentaires, de rendre impropres à la consommation des invendus encore consommables.

La Loi Garot introduit également une hiérarchie des actions à mener en matière de lutte contre le gaspillage alimentaire :



En cas de manquement à l'une de ces obligations, les sanctions sont importantes : en cas de destruction d'invendus alimentaires encore consommables, les contrevenants s'exposent à une amende pouvant atteindre jusqu'à 0,1 % du chiffre d'affaires du dernier exercice clos. Le montant de l'amende pourra être proportionné à la gravité des faits constatés (nombre et volume des produits).

En la matière, la loi a fixé un objectif ambitieux : **réduire le gaspillage alimentaire de 50 % par rapport à son niveau de 2015** dans les domaines de la distribution alimentaire et de la restauration collective d'ici 2025 et de 50 % par rapport à son niveau de 2015 dans les domaines de la consommation, de la production, de la transformation et de la restauration commerciale d'ici 2030.



BREW BAR & EATERY
Sip

COFFEE

JUICES

SALAD

ENER



“Je demande à mes clients de venir avec leurs contenants pour récupérer leur paniers Too Good To Go, ils sont très sympathiques et apprécient cette logique d'économie d'emballages et de lutte contre le gaspillage”

Mme Huillier, gérante de la
Boulangerie - Pâtisserie Huillier

UN COMMERCE DE DÉTAIL ZÉRO DÉCHET

QUELQUES CONSEILS

J'ORGANISE

- Je m'approvisionne au plus juste et je limite les emballages de mes matières premières

JE SENSIBILISE

- Je mets en place des outils de communication pour sensibiliser mes clients et mon équipe
- J'organise des journées zéro déchet
- J'invite mes clients à venir avec leurs contenants personnels (boîtes, bento ...)
- Je propose des emballages non consignés (idéalement en carton, ou en matière compostable)
- Je propose à la vente des sacs réutilisables en coton bio
Si mon offre le permet, je propose du vrac
- Je ne distribue plus ni couverts en plastique, ni serviettes jetables
- Dans la limite du possible, je cuisine mes invendus pour les proposer dans une nouvelle recette

JE VALORISE

- Je mets en place un système de valorisation de mes invendus
- Je m'assure que mes déchets sont bien triés et convenablement valorisés

UN BAR ZÉRO DÉCHET

QUELQUES CONSEILS

J'ORGANISE

- Je m'approvisionne au plus juste et je limite les emballages de mes matières premières
- Je consigne mes bouteilles en verre
- J'essaie d'atteindre le "zéro bouteille plastique"

Le saviez-vous ?

La bière est un produit en DDM (Date de Durabilité Minimale).
Il s'agit donc d'une date indicative ! Une bière peut donc être bue une fois la date dépassée !

JE SENSIBILISE

- Je mets en place des outils de communication pour sensibiliser mes clients et mon équipe
- J'organise des journées zéro déchet
- Je participe à des événements zéro déchet
- J'arrête les emballages à usage unique et propose des alternatives lavables
- Je propose des emballages non consignés (en carton, ou en matière compostable)
- Je mets en place un système de consigne pour les produits à emporter
- Je ne propose plus d'unidoses

JE VALORISE

- Je mets en place un système de valorisation de mes invendus
- Je m'assure que mes déchets sont bien triés et convenablement valorisés

“L'année dernière, on a sauvé 93 000 bouteilles de bières, ca fait 93 palettes. C'est important de ne pas gaspiller d'un point de vue financier mais aussi pour cette planète et pour valoriser le travail des brasseurs”

- Julien, CEO de Saveurs Bières





“D'un point de vue financier, Too Good To Go permet de palier un petit peu aux pertes. Ce qu'il nous reste en vitrine on le propose sur Too Good To Go et les gens viennent les chercher.

Mais en plus de ça, ça nous permet de faire connaître notre restaurant, et de complètement rentrer dans une démarche d'anti-gaspillage qui est hyper importante à nos yeux”

- Sarah, gérante du Dubble Food

UN RESTAURANT ZÉRO DÉCHET

QUELQUES CONSEILS

J'ORGANISE

- Je m'approvisionne au plus juste et je limite les emballages de mes matières premières
- J'optimise mes achats pour réduire le gaspillage alimentaire

JE SENSIBILISE

- Je mets en place des outils de communication pour sensibiliser mes clients et mon équipe
- J'organise des journées zéro déchet
- J'invite mes clients à venir avec leurs contenants personnels (boîtes, bento)
- Je supprime les pailles plastiques
- Je propose des emballages non consignés (idéalement en carton, ou en matière compostable)
- Je propose des alternatives lavables aux couverts à usage unique pour la consommation sur place
- Je congèle quand c'est possible
- Je réutilise les produits alimentaires non vendus et encore consommables
- J'apprends à bien refroidir mes produits frais préparés pour les réutiliser
- Je propose des portions différentes
- Je propose un gourmet bag

JE VALORISE

- Je mets en place un système de valorisation de mes invendus
- Je m'assure que mes déchets sont bien triés et convenablement valorisés

CONTACT



Professionnels, rejoignez le mouvement de lutte contre le gaspillage alimentaire aux côtés de nos 16 000 commerçants partenaires.

Nous sommes là pour vous accompagner,
n'hésitez pas à nous contacter !

Contact : Simon Foucault - sfoucault@toogoodtogo.fr

Site internet : <https://toogoodtogo.fr/fr/business>



Too Good To Go