

SENSIBILISATION ANTI GASPI



Le 22 septembre 2017

Dons aux Associations 2016

Direction Opérationnelle	Poids dons valides en kg	Nombre de repas
CENTRE	676 616	1 353 233
NORD ET EST	1 959 432	3 918 865
NORD OUEST	944 676	1 889 353
OUEST	585 859	1 171 720
PARIS	4 130 469	8 260 939
RHONE ALPES	1 431 233	2 862 467
SUD EST	665 012	1 330 024
SUD OUEST	479 864	959 728
SUPERADOUR	58 407	116 815
SUPERS SUPERADOUR	154 030	308 061
Total général	11 085 602	22 171 205

Dons aux Associations

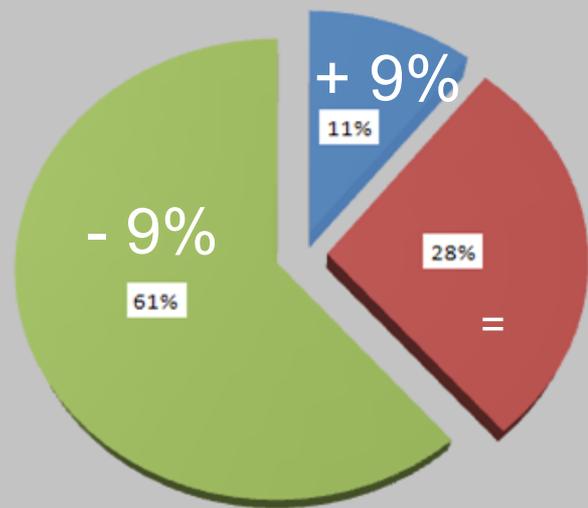
1^{er} semestre 2017

Direction Opérationnelle	Somme de Poids dons valides	Somme de Nombre de repas
CENTRE	356 604	713 208
NORD ET EST	963 962	1 927 925
NORD OUEST	451 994	903 989
OUEST	385 340	770 680
PARIS	1 961 618	3 923 237
RHONE ALPES	747 125	1 494 250
SUD EST	465 989	931 979
SUD OUEST	285 631	571 263
SUPERS SUPERADOUR	120 254	240 508
Total général	5 738 519	11 477 038

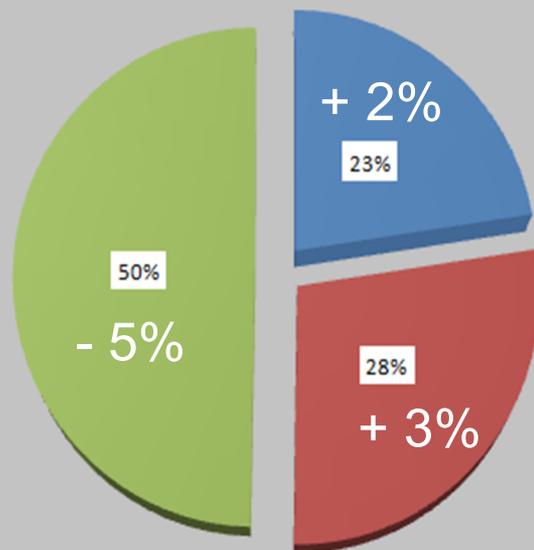
Répartition des Coûts Subis

Par secteur vs 2016

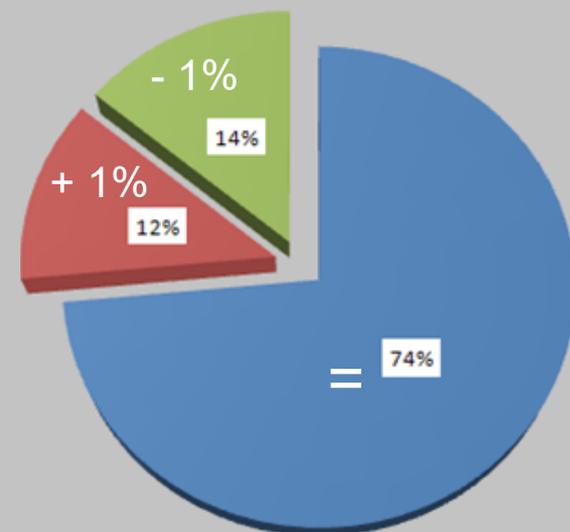
Répartition Épicerie



Répartition APLS



Répartition Zone Marché



Extraction intra dons

IM

Poubelles



Anticiper ses coûts subis en Épicerie

ANTICIPATION DES COÛTS JOURNALIERS EN EPICERIE

Connaître les familles les plus coûteuses

Les 7 familles Flop CJ

CEREALES ET EN-CAS	10%
CAFES TORREFIES	10%
CONSERVES DE VIANDES	8%
BISCUITS SUCRES	8%
CONFISERIE	7%
ETHNIQUE	7%
CHOCOLATS TABLETTE	7%

OBJECTIF ET AVANTAGES DE LA TOUR FRAÎCHEUR

Lutter contre le gaspillage alimentaire avec la Tour Fraîcheur

ANTICIPE:

- ➔ Réaliser les contrôles de dates 1 fois tous les 3 mois selon le planning défini au lieu d'une fois par mois

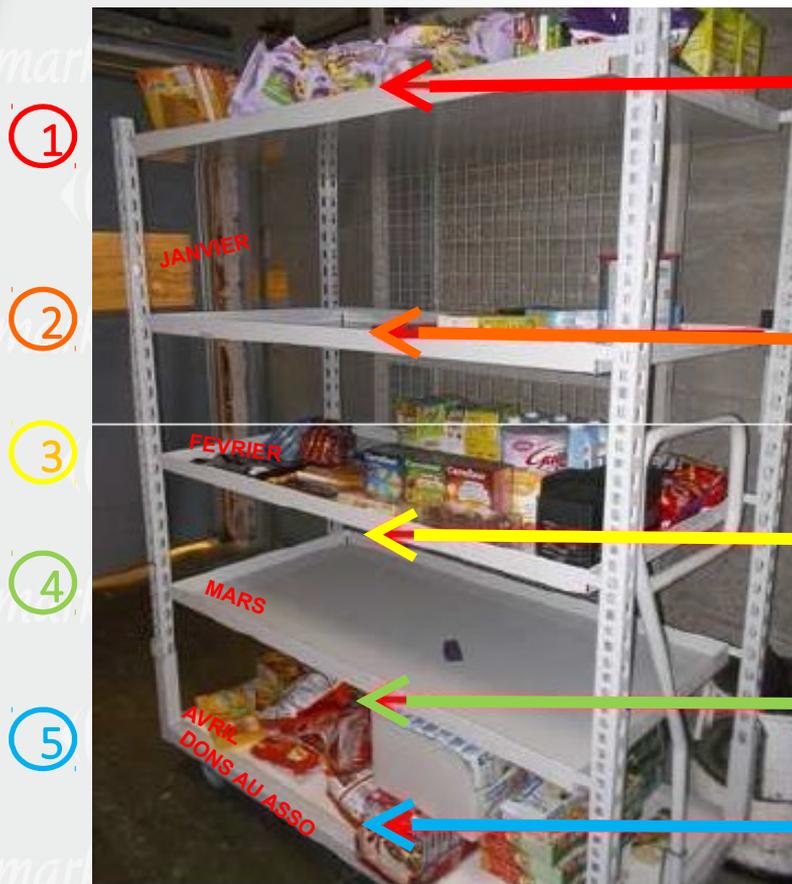
RÉACTIVITÉ :

- ➔ Éviter les oublis de DLC, car la tâche est prévue dans l'organisation (3h à 5h par mois selon les rayons à contrôler)
- ➔ Anticiper les prises de décisions à prendre sur les produits en démarque à solder ou à donner aux dons aux associations

Clé du succès : responsabiliser une personne en fonction de ses compétences et connaissances sur le rayon



BALISER LA TOUR FRAÎCHEUR



JANVIER : produits à solder dans le mois retirés par le GS

FEVRIER : Echantillonnage des produits (1 UVC par réf) en date de février retirés par l'EC PGC désigné par MM/AP pour réaliser le contrôle

MARS : Echantillonnage des produits (1 UVC par réf) en date de mars retirés par l'EC PGC désigné par MM/AP pour réaliser le contrôle

AVRIL: Echantillonnage des produits (1 UVC par réf) en date de mars retirés par l'EC PGC désigné par MM/AP pour réaliser le contrôle

Produits à donner aux **associations** par le GS

COMMENT UTILISER LA TOUR FRAÎCHEUR

Chaque mois:

1. Le GS sticke en date courtes les produits du mois en cours
2. L'EC PGC désigné contrôle les DLC de la famille sensible **sur les 3 mois** en fonction du planning mensuel
3. L'EC retire **1 UVC** et indique **le nombre de produits à retirer** en fin de mois sur l'étiquette inventaire et le range par famille
 → Étiquette doit être visible pour le GS sur l'étagère du mois correspondant

X* mois du contrôle	JANVIER	FEBVIER	MARS	AVRIL	MAI	JUN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE
0000 FABRICATION SECHE												
0001 BEBETS SUCRES			X			X			X			X
0010 CAPES TORREFIEES				X			X			X		
0020 CAPES SOLIBLES ET CHOCOLÉS												
0025 PETITS DEJUNERS												
0030 CEREALES ET EN CAS			X			X			X			X
0035 THEES ET INFUSIONS												
0040 CHOCOLATS TABLETTE	X			X			X			X		
0045 CONFISERIE 6G CHOCOLAT					X			X				
0048 DEVIANTS DE CAUSE												
0050 CONFISERIE DE FETE												
0055 PRODUITS POUR DESSERTS	X			X			X			X		
0060 LAITS CONCENTRÉS ET POUSSÉS												
0065 FARINES ASSIMILÉS ET PURÉS			X						X			
0070 CHIPS			X						X			X
0075 PÂTES ALIMENTAIRES						X			X			X
0080 LEGUMES SECS ET RIZ												
0085 POTAGES ET BOUILLONS				X								X
0090 SAUCES ET CONDIMENTES												
0095 SELS, POIVRES ET ÉPICES												
0100 TOUT POUR L'APERITIF		X			X			X				X
0105 MUELES												
0110 VINAIGRES												
0115 SUCRES												
0120 CONJUTURES												
0125 FRUITS AU SIROP												
0130 CONSERVES DE LEGUMES												
0135 CONSERV. AHORS D'OEUV. POISSONS												
0140 CONSERVES DE VIANDES												
0145 PLATS CUISINES												
0230 PRODUITS DIETÉTIQUES INFANTS		X			X			X			X	
0235 PRODUITS DIETÉTIQUES BIO			X			X			X			X
0340 PRODUITS POUR CHIENS												
0345 PRODUITS POUR CHATS												
0350 ÉPICERIE FINE												
0360 ÉPIQUEUR			X			X			X			X



Planning familles sensible

COMMENT UTILISER LA TOUR FRAÎCHEUR

4. Une fois le contrôle DLC réalisé, le GS vérifie la VMH.

Si la VMH est faible :

➔ Le produit peut être anticipé en date courte pour éviter de le jeter sous validation du MM

Le GS positionne le produit dans l'espace date courte ou si peu de quantité le laisse en rayon

Si la VMH est forte :

➔ Le produit peut être vendu au prix normal avant la fin de la DLC. Le GS remet l'échantillon en rayon

5. En fin de mois, le GS retire du rayon et range sur la tour fraîcheur, l'ensemble des produits échantillonnés afin de les mettre en date courte pour le mois à venir

6. Tous les 15 jours, le GS contrôle l'espace date courte. Si les produits n'ont pas été vendus, le GS retire les produits et les positionne sur la tour fraîcheur sur **l'étagère dons aux associations.**

Le GS réalise les dons en fonction du passage des associations.

LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

- **Travailler avec les fournisseurs pour adapter les colisages de commande des magasins , sur les articles en promotion**
- **Poursuivre la réduction de la démarque sur les familles bio et diététique.**
- **Accompagner les magasins , les collaborateurs , à lutter contre le gaspillage alimentaire , sous forme d'animation , de film , de tuto , diffusion de bonnes pratiques.**

L'ANTI-GASPI EN MAGASIN

Journée Anti gaspi Mi Milly La Forêt 24 février 2017

tous  #CONSO MALINS

Venez participer
à... **La journée Anti Gaspi**
dans votre magasin MARKET
de... **Milly La Forêt**
le... **Vendredi 24 février 2017**

Un rendez-vous citoyen festif !
organisé par votre magasin MARKET
et ses partenaires associatifs.

Le pain de l'espoir. Le Secours Populaire

Venez découvrir et partager des astuces AntiGaspi sur :
carrefour.fr/tousensemble
tous #consomalins 

En vente ICI  **Carrefour**

Carroufourspectacles.fr  





Sensibilisation des équipes le matin avant ouverture. Tri des CJ et des Dons. Power point impactant chiffre : monde, France, Market, magasin





Buffet Anti gaspi a midi pour les clients, le personnel et les associations.

Des produits gâtés... bons à recycler

Le magasin Carrefour Market a organisé une opération contre le gaspillage alimentaire auprès de ses salariés et de ses clients.

MILLY-LA-FORÊT

PAR CÉCILE CHEVALLIER

« **QUAND ON JETTE** une baguette de pain, cela revient à gâcher 100 litres d'eau. » Vincent Reichert, directeur du Carrefour Market, a trouvé les arguments pour convaincre les 82 salariés de son magasin et leurs clients d'éviter le gaspillage alimentaire. Hier, il a organisé une opération de sensibilisation, aidé d'autres directeurs de magasins Carrefour en France, avec qui il forme un groupe de travail. Leur

objectif : proposer à l'ensemble du groupe des solutions afin d'atteindre l'objectif de baisser de 50 % les produits jetés d'ici 2025.

DES FRUITS TRANSFORMÉS EN JUS ET DES LÉGUMES MOINS CHERS

« Ce matin, on a récupéré toutes les denrées censées partir à la casse, explique Vincent Reichert. Cela a représenté trois chariots de courses bien remplis. D'habitude, on donne ce que l'on peut à des associations. Là, on a tout gardé. Tout a été transformé ou cuisiné dans un food-truck. » Les jus réalisés avec les fruits plus assez frais

pour être vendus sur les étals mais encore parfaitement consommables ont beaucoup plu.

Dans le magasin, les barquettes de fruits et légumes « déclassés » ont étonné et séduit les clients. Comme Sabrina, âgée d'une quarantaine d'années. Elle a carrément pris deux paquets à 2 € l'unité. « Les fruits et légumes un peu abîmés ne me dérangent pas du tout, confie-t-elle. Au contraire, j'ai un potager et je sais que les meilleurs ne sont pas forcément les plus beaux. » Gérard et Michèle, un couple de retraités, sont un peu plus sceptiques. « Les champignons sont un tout petit peu noirs, constatent-ils. Mais nous sommes sensibles au gaspillage, on jette le moins possible, alors on a eu envie d'essayer. »

Ces réactions encourageantes des consommateurs pourraient inciter Carrefour à développer « à grande échelle » ces expérimentations locales. « C'est un enjeu écologique, économique, et il est urgent de faire quelque chose, insistent Vincent Reichert et ses collègues. En France, 10 Mt de déchets alimentaires sont produits chaque année. Dont 6,5 Mt par les consommateurs (NDLR : soit 20 kg par personne). »



Milly-la-Forêt, hier. Les denrées abîmées ont été cuisinées et transformées.



MILLY-LA-FORÊT

Au Carrefour,
on ne jette plus,
on transforme P.11



LP/CECILE CHEVALLIER

P

Le Parisien

The image is a page from a newspaper. At the top, a blue banner contains the text 'MILLY-LA-FORÊT'. Below it, a headline reads 'Au Carrefour, on ne jette plus, on transforme P.11'. The main visual is a photograph of a person wearing a white chef's hat and an orange safety vest, serving a customer at a food stand. The stand has a red and white sign with the 'ANTI-GASPI' logo. To the right of the photo, the text 'LP/CECILE CHEVALLIER' is printed vertically. At the bottom of the page, there is a large blue box containing a white letter 'P' and the text 'Le Parisien' below it.



IDEES ANTI-
GASPI

Siège Petit Dèj: Un petit dèj Anti-Gaspi

- Proposer aux collaborateurs du siège un petit déjeuner autour du thème du recyclage alimentaire : smoothies, petits pains, croissants aux amandes, etc.
- Distribution de flyers sur l'organisation de la semaine.



EN MAGASIN, Family Day's: un goûter Anti-Gaspi



- Fabrication avec les enfants de leur goûter avec des produits récupérés lors d'une chasse aux trésors (fruits et légumes abîmés, petits pains de la veille, etc...)



EN MAGASIN

Stands Anti-Gaspi

Avec le soutien de l'association Kinamis

- Stand vente de produits recyclés:
 - Boucherie, Poisson: mise en avant de produits pour animaux.
 - PVP: pains chocolats et croissants aux amandes, croûtons et biscottes, etc.
 - Fruits et légumes: sacs prix ronds avec FL moches, recyclage des légumes en soupes, et des fruits en smoothies.
 - Charcuterie coupe: talons de jambon, chiffonnades.
 - Fromage Coupe: plateaux de fromages anti-gaspi avec les fromages en dates courtes.
- Stand d'informations: pratiques anti-gaspi chez Market, des dates courtes, des dons aux assoc.
- Bac anti-Gaspi



EN MAGASIN

Stands Anti-Gaspi



- Avec le soutien de l'association Kiwanis
- Stand vente de produits recyclés:
 - Boucherie, Poisson: mise en avant de produits pour animaux.
 - PVP: pains chocolats et croissants aux amandes, croûtons et biscottes, etc.
 - Fruits et légumes: sacs prix ronds avec FL moches, recyclage des légumes, soupes, et des fruits en smoothies.
 - Charcuterie coupe: talons de jambon, chiffonnades.
 - Fromage Coupe: plateaux de fromages anti-gaspi avec les fromages en dates courtes.
- Stand d'informations: pratiques anti-gaspi chez Market, des dates courtes, des dons aux assoc.
- Bac anti-Gaspi

EN MAGASINS

Stop au gaspillage alimentaire avec un chef de cuisine

- Atelier cuisine Anti-Gaspi avec un chef
- Dégustation auprès des clients avec les produits trouvés le matin même de l'action (moches, abîmés, défraîchis, etc.)



Challenge Anti-Gaspi



- Challenge 1: la meilleure idée de recyclage alimentaire (laissez parler votre imagination !)
- Challenge 2: la meilleure mise en avant Anti Gaspi (tables, sacs, théâtralisation, etc.)

Envoyez nous jusqu'au 09 septembre vos photos, et remporter un lot pour le magasin !!!
FR_coachs_demarque@carrefour.com