



Le pain est une denrée de base de valeur pour la population suisse et se trouve être le produit le plus souvent acheté avec les fruits et les légumes. Les suisses consomment environ 51,5 kg de produits de boulangerie par tête et par année. Cela correspond à une consommation totale de 422,3 millions de kg par année. Environ la moitié est consommée à domicile et l'autre moitié en déplacement ou au bureau, pour le petit-déjeuner ou en guise d'en-cas.

*26% de tous ces produits boulangers ne vont cependant pas être mangé mais vont finir à la poubelle. **Chaque année, environ 100 millions de kilos de pains et de produits de boulangerie sont jetés en Suisse.***

1/4 des produits de boulangerie finissent à la poubelle

Environ 40% de la quantité consommée vient de boulangeries ou pâtisseries industrielles. En plus de cela, 170'000 tonnes de produits sont fabriqués dans de plus petites entreprises. La part totale des produits de boulangerie qui n'ont pas été consommés se monte à environ un quart. Ces déchets sont comptabilisés chez

les producteurs (non vendus, production, etc.) mais aussi chez le consommateur lui-même. Ce dernier chiffre s'élève à 42'500 tonnes de produits de boulangerie non consommés. Ce chiffre correspond à environ 10'500 cargaisons de camion qui ont une valeur approximative de CHF 220 millions.

Notre objectif : éviter les excédents avec des solutions efficaces

Durant la deuxième partie de l'année 2014, l'organisation United Against Waste initie avec Pistor un groupe de travail autour du pain et des pâtisseries. Ce groupe de professionnels propose du soutien proche de la pratique pour réduire les retours, de sorte que les entreprises

puissent travailler de manière plus efficace. Chaque membre apporte ses connaissances. Ensemble des nouvelles solutions sont développées pour les mettre à disposition de toute la branche.

Gros potentiel d'économie : une réduction des excédents de 30 à 40% est possible

Le fondement pour les améliorations est créé grâce à des récoltes transparentes des données tout au long de la chaîne de création de valeur. United Against Waste propose des outils simples et orientés sur la pratique pour relever tous les excédents durant quatre semaines et pour ensuite pouvoir faire une comparaison avec d'autres entreprises.

Où se trouve les excédents ?

Le relevé effectué en octobre/novembre 2014 avec une entreprise pilote a montré que, sur les déchets de toute la chaîne de création de valeur, 8-15% sont des retours de marchandises non vendues et que 2-5% de déchets sont dus à la production et au stockage.

Les excédents peuvent donc se diviser ainsi :

✓ **71% sont des marchandises non vendues** qui se divise selon ses catégories :

- 37% de pains et petits pains
- 19% d'articles take-away
- 15% de pâtisseries

✓ 23% sont des déchets de production

✓ 6% sont dus au stockage (produits périmés)

Pourquoi tant d'excédents ?

Les causes principales sont les suivantes :

- ✓ Large assortiment jusqu'à la fermeture
- ✓ Les attentes des clients et les habitudes d'achats
- ✓ L'estime en baisse de la nourriture du côté des consommateurs

Solution concrète : De l'état des lieux jusqu'au partage d'expériences

Avec des solutions ciblées, les excédents sont réduits et le potentiel d'économie utilisé :



1. & 2. Etat des lieux

Grâce à un relevé transparent à une analyse des déchets alimentaires, l'entreprise possèdera une base solide pour des améliorations. United Against Waste propose un outil simple pour les entreprises commerciales, qui n'ont pas de système au POS pour entrer les retours (marchandises non vendues). La collecte de données sur quatre semaines et une comparaison avec d'autres entreprises offrent un bon état des lieux.

3. Optimisation et test de l'assortiment

Parallèlement, la largeur de l'assortiment est étudiée et les produits qui doivent être disponibles jusqu'à la fermeture doivent être déterminés. L'optimisation et l'adaptation de l'assortiment aux clients ainsi que la gestion de l'offre au cours de la journée vont permettre d'obtenir d'autres améliorations.

4. Controlling continu et communication

Le potentiel d'économie est tiré à profit avec une gestion globale de l'assortiment qui réduit les excédents. Il est essentiel de définir des objectifs concrets et de les tester constamment pour contrôler s'ils sont atteints. Un autre aspect important est de renforcer la sensibilisation des clients sur la valeur des produits artisanaux. La valeur ajoutée des produits boulangers, les précieuses matières premières et ressources, l'artisanal et le plaisir doivent être mis en avant de façon positive aux clients.

5. Partage d'expériences

Partager ses expériences avec ses collègues peut permettre de développer de nouvelles solutions. United Against Waste organise donc une rencontre deux fois par année avec des entreprises pionnières de la branche. La participation des entreprises offrent des discussions sur les possibilités et les difficultés en relation avec les excédents ainsi que sur des solutions concrètes. Participez vous aussi !

Contactez-nous : info@united-against-waste.



„La réduction des déchets alimentaires implique plus d'efficacité, permet d'économiser des coûts et améliore l'image. Pour un avenir plus durable.“

Heinz Nussbaumer, directeur Stratégie et développement commercial, Pistor AG

Travail étroit avec Richemont et la BCS

L'organisation United Against Waste travaille étroitement avec l'école de Richemont et la BCS. Le but est d'intégrer la thématique dans la formation spécialisée ainsi que de communiquer largement les solutions aux

entreprises. Richemont offre dans le cadre de ses cours de formation continue, des méthodes concrètes pour pouvoir plus aisément affronter le défi.



Notre offre en un coup d'oeil

Nous voulons motiver à la prise de responsabilité, travailler ensemble sur des solutions concrètes et orientés sur la pratique pour ensuite diffuser ces connaissances :

Offre	Contenu
Première analyse gratuite	Mesurez les déchets alimentaires de votre entreprise grâce à un outil gratuit.
Analyse plus approfondie	Vous entrez déjà vos marchandises non vendues dans votre caisse ? Avec cet outil, récoltez en plus les déchets de production et de stockage et obtenez une vue d'ensemble transparente.
Groupe professionnel boulangerie & pâtisserie	Qu'entreprenez d'autres boulangeries et pâtisseries pour l'optimisation de ses déchets alimentaires ? Echangez dans le groupe spécialisé !
Intervenants et workshops	Que ce soit dans votre entreprise ou dans votre groupe ERFA, nous organisons des Workshops et exposés sur mesure à propos de la diminution du Food Waste. Les nouvelles informations et solutions sont ainsi partagées.
Cours de formation continu à Richemont	Apprenez de nouvelles méthodes sur la réduction des excédents pour pouvoir gérer la pression des marchandises.

United Against Waste

L'association United Against Waste regroupe des membres de la branche de la gastronomie qui possèdent le même objectif : réduire le gaspillage alimentaire tout au long de la chaîne de création de valeur de la branche Food Service. Les membres sont de nombreux acteurs de la branche tel des producteurs, des grossistes, des acteurs de la restauration et des boulangeries qui travaillent ensemble depuis 2013.